

## **Videoformaatin suunnittelu ja toteutus musiikkilehden internetsivuille**

Samuli Launonen



<b>Tekijä(t)</b> Samuli Launonen	
<b>Koulutusohjelma</b> Journalismi	
<b>Opinnäytetyön otsikko</b> Videoformaatin suunnittelu ja toteutus musiikkilehden internetsivuille	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 38 + 15
<p>Opinnäytetyöni tavoite oli suunnitella musiikkilehti Rumban verkkosivuille videohaastatteluformaatti, jonka toteuttamista Rumba voi vaivattomasti jatkaa omin voimin. Työn muoto on produkti ja se oli toimeksianto.</p> <p>Työ sisältää käsillä olevan teoriaosuuden sekä kaksi videoartikkelia, jotka on tehty teoriaosuudessa suunnitellun formaatin mukaan.</p> <p>Rumban verkkosivuilla ei ole juurikaan ollut itse tehtyä videojournalismia, vaikka omatekoiset videoartikkelit vakiintuivat suomalaisten verkkojulkaisujen perussisällöksi jo lähes vuosikymmenen sitten. Rumban kustantaja, mediakonserni Pop Media, julkaisee muitakin audiovisuaalisen alan verkkolehtiä. Audiovisuaalisena journalismin muotona videot ovatkin luonteva, jopa itsestään selvä lisä konsernin tuottamiin sisältöihin ja varsinkin musiikkiverkkolehteen.</p> <p>Tavoitteenani oli luoda kustannustehokas, helposti liikuteltava ja haastateltavan sekä tilanteen vaatimuksiin notkeasti taipuva videoformaatti muusikoiden haastattelemista varten. Toteutuksessa oli olennaista huomioida ajallisten ja taloudellisten resurssien rajallisuus.</p> <p>Suunnittelin formaatin niin kutsutun Marcel Proustin kysymyssarjan pohjalta. Sen eri variaatioita on käytetty taiteilijoiden haastattelemiseen eurooppalaisissa ja amerikkalaisissa tiedotusvälineissä pitkään, joten arvelin sen sopivan hyvin myös suomalaisten muusikkohaastattelujen työkaluksi.</p> <p>Teknistä ja visuaalista toteutusta suunnitellessani hyödynsin kuvajournalistien kirjoittamia opas- ja teoriatekstejä, ja laadin suunnitelman pitäen mielessäni, että toteuttaminen ei saa olla hankalaa eikä aikaa vievää.</p> <p>Formaatin suunniteltuani toteutin kaksi videoartikkelia. Niiden tarkoitus oli olla haastateltavien ja heidän tilanteidensa mukaisesti keskenään erilaisia, mutta silti noudattaa formaattia. Ensimmäisessä videoartikkelissa haastateltavanani oli hip hop -muusikko Roope Salminen, toisessa popmuusikko Antti Tuisku.</p> <p>Onnistumisen kriteereitä olivat paitsi lopputuotteen taso ja formaatin mahdollinen jatkuminen, myös itse prosessin sujuminen suunnitellusti. Tavoitteenani oli madaltaa ratkaisevasti Rumban toimituksen kynnystä tuottaa omaa videosisältöä, oli se sitten formaatin mukaista tai muunlaista, ja sitä kautta sysätä suomalaista musiikkiverkkojournalismia pieni askel eteenpäin.</p>	
<b>Asiasanat</b> Kuvajournalismi, haastattelut, verkkolehdet, musiikkilehdet, haastattelumenetelmät, videokuvaus	

# Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Toimeksiantajan esittely .....	2
1.2	Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet .....	3
1.3	Opinnäytetyön rakenne ja lähteet.....	4
1.4	Käsitteiden määrittelyä .....	5
2	Videojournalismin kasvava merkitys.....	7
2.1	Liikkuva kuva kuvajournalismissa .....	7
2.2	Videot musiikkijournalismissa.....	8
2.3	Videohaastattelut suomalaisissa verkkomedioissa .....	10
3	Formaatin suunnittelu ja toteutus .....	12
3.1	Formaatin kustannustehokkuus .....	12
3.2	Haastateltavien valinta .....	13
3.3	Proustin kysely .....	14
3.3.1	Kyselyn tausta.....	14
3.3.2	Taiteilijahaastattelujen työkalu .....	14
3.3.3	Suosituksia kysymysten muokkaamiseksi .....	16
3.4	Videon tyyli ja rakenne .....	18
3.4.1	Tekniset puitteet.....	18
3.4.2	Juonnolla vai ilman?.....	19
3.4.3	Paikan valinta ja ääni .....	19
3.4.4	Kuvakulmat, kuvituskuvat ja rajaus .....	20
3.4.5	Käsikirjoitus .....	21
3.5	Heikkouksien ja vahvuuksien arviointia.....	22
4	Videoiden toteutus.....	24
4.1	Taustatyöt.....	24
4.2	Haastattelujen tekeminen.....	26
4.3	Editoiminen ja julkaisu.....	27
5	Tulokset .....	31
5.1	Oman oppimiseni arviointi.....	31
5.2	Tavoitteiden täytyminen .....	32
6	Loppusanat .....	35
	Lähteet .....	36
	Liitteet.....	41
	Liite 1. Roope Salmisen haastattelun käsikirjoitus .....	41
	Liite 2. Roope Salmisen haastatteluvideo ja leipäteksti.....	42
	Liite 3. Antti Tuiskun haastattelun käsikirjoitus .....	44
	Liite 4. Antti Tuiskun haastatteluvideo ja leipäteksti .....	45



# 1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on luoda musiikkilehti Rumban verkkosivuille oma videoformaatti.

Havaitsin omien videosisältöjen tarpeen Rumban sivuilla ensi kertaa huhtikuussa 2014, kun kävin työharjoitteluhaastattelussa Rumban kustantajan, mediakonserni Pop Median, toimistossa Helsingin Kampissa. Haastattelussa ilmeni, ettei Pop Media tee omin voimin videosisältöjä julkaisujensa internetsivuille.

Tieto yllätti minut kahdesta syystä. Ensinnäkin videoista on viime vuosina tullut osa kansainvälisten ja suomalaisten verkkolehtien päivittäistä perussisältöä tekstiartikkelien rinnalla riippumatta julkaisun aihealueesta, ja niihin on panostettu voimakkaasti pienemminkin lehtitaloissa. Toiseksi Pop Median julkaisujen aihealueen perusteella olin oletanut, että yhtiö tuottaisi omia videoita, ovathan julkaisut keskittyneet nimenomaan audiovisuaalisiin taiteisiin ja harrasteisiin: elokuvaan, musiikkiin, televisioon ja peleihin.

Rumban internetsivuja on julkaistu osoitteessa [www.rumba.fi](http://www.rumba.fi) vuodesta 1997 ja nykyisessä muodossa vuodesta 2011, jolloin sivuilla julkaistiin ensimmäistä kertaa journalistisia videoita. Siitä asti videot ovat muodostaneet osan sivujen sisällöstä, mutta ne ovat lähes poikkeuksetta olleet ulkopuolisten tahojen tuottamia. Suuri osa videoista on siirretty ja upotettu Rumban julkaisualustaan YouTube-suoratoistosivustolta. (Schildt 2015.)

Rumban päätoimittaja Teemu Fiilin ja digitaalisista sisällöistä vastaava Saku Schildt totesivat työharjoitteluhaastatteluni yhteydessä, että Rumban hallussa on videoiden tekoon tarvittava kalusto ja lehti tekisi mielellään omia videoita, jos niiden toteuttaminen ei olisi kallista ja aikaavievää. Opinnäytetyöni yksi tarkoitus onkin osoittaa, että videoartikkelin suunnittelemiseen, kuvaamiseen ja editoimiseen ei mene olennaisesti enempää aikaa eikä rahaa kuin muidenkaan journalististen tuotteiden, jos formaatti on kustannustehokas.

Ennen Pop Mediaa olin toimittanut videoartikkeleita ammattikorkeakoulu Haaga-Helian journalistiopiskelijoiden Tuima-verkkolehteen ja sanomalehti Iltä-Sanomien internetsivuille. Näitä videoita tehdessäni havaitsin, että videoartikkeli ja tekstiartikkeli koostuvat samoista perusaineista: taustatyöstä, mahdollisista haastatteluista ja jutun editoimisesta. Perinteisen printtijournalismin konventioita on usein mahdollista soveltaa videoartikkelissa (Frechette 2013 ja Morgan 2008, 108), joten hyppäys lehtiartikkelista videoon ei välttämättä vaadi toimittajalta suuria ponnistuksia. Olin Pop Mediassa työharjoittelussa kahden

kuukauden ajan, 17.9.–14.11.2014. Tuona aikana kirjoitin Rumbaan ja elokuvalehti Episodiin yli sata populaarikulttuurista käsittelevää artikkelia, joista useat olisivat olleet toteutettavissa kokonaan tai osittain videoina.

## 1.1 Toimeksiantajan esittely

Rumba.fi-sivustoa voi kutsua Suomen johtavaksi musiikkiaiheiseksi verkkolehdeksi osittain siksi, että samalle kohderyhmälle suunnatut Nuorgam.fi ja Sue.fi ovat lopettaneet toimintansa eikä Rumballa ole tällä hetkellä yhtään todellista kilpailijaa. Pop Media -konserni omistaa toisenkin pitkään ilmestyneen musiikkilehden, Soundin, mutta sen pääpaino on edelleen painetussa lehdessä ja kohderyhmä on keskimäärin Rumban kohderyhmää vanhempaa (Flinkkilä 2014, Lähde 2015).

Muita Pop Median kustantamia musiikkijulkaisuja ovat raskaaseen rockiin erikoistunut Inferno-lehti, Rytmi.com-musiikkisivu, Mikseri.net-musiikkiyhteisöpalvelu ja Meteli.net-musiikkitapahtumasivusto. Lisäksi Pop Median julkaisuihin kuuluvat elokuvalehti Episodi, pelilehti Hifimaailma, pelisivu Tilt.fi, televisiosivu Kake.fi ja digijulkaisu Como.fi. (Pop Media 2014.)

Pop Median virallisen linjauksen mukaan sen tuotteet on suunnattu ensisijaisesti nuorille ja nuorehkoille eli 18–45-vuotiaille aikuisille. Yhtiön strategisena linjauksena on ”lisätä voimakkaasti erityisesti mobiilikulutusta medioissaan” (Pop Media 2014). Sisältöjen siirtyminen entistä painokkaammin verkkoon ja mobiililaitteisiin on yksi syy siihen, että sivuilla on kasvava tarve itse tehdyille videoille.

Rumbassa videosisältöjen tarve on vielä korostuneempi kuin muissa Pop Median julkaisuissa, sillä lehti toteutti vuosien 2014 ja 2015 vaihteessa lehtiudistuksen, jonka ansiosta painetun lehden ilmestymistiheys harveni kymmenestä viiteen numeroon vuodessa.

Uudistus sai jo etukäteen osakseen kritiikkiä muun muassa Rumban entisiltä avustajilta Janne Flinkkilältä ja Björn Östermanilta. Flinkkilä kirjoitti, että uudistus on uusin käänne Rumban matkalla vaikutusvaltaisesta musiikkilehdestä pinnalliseksi viihdejulkaisuksi (Flinkkilä 2014). Rumban toimituksen mukaan uudistus on kuitenkin osa yleistä mediamurrosta, jossa Pop Media muiden mediatalojen tavoin siirtyy yhä painokkaammin virtuaalis sisältöjen julkaisijaksi. Toimitus perusteli uudistusta sillä, että lehden painopiste siirtyy verkkoon:

”Julkaistavien artikkelien kirjoja laajennetaan, uusia juttukonsepteja kehitetään ja lukijoille tarjotaan alati parempaa luettavaa.” (Rumba 2014.)

Nyt suunniteltava videoformaatti on yksi näistä uusista juttukonsepteista.

## 1.2 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet

Opinnäytetyöni tarkoituksena on luoda Rumballe videoformaatti, jonka toteutusta Rumban toimituksen on mahdollisimman vaivatonta ja kustannustehokasta jatkaa omin voimin. Päämääränä on erilaisiin haastattelutilanteisiin ja -paikkoihin sekä eri haastateltavien tarpeisiin notkeasti taipuva juttumalli, jonka voi toteuttaa itsenäisenä kokonaisuutena tai osana esimerkiksi tekstimuotoon kirjoitettua artikkelia.

Rumban digitaalisista sisällöistä vastaavan Saku Schildtin mukaan lehden toimitus tiedostaa videoiden tarpeen, ja Rumba.fi-sivuilla on vuoden 2015 aikana julkaistu joitakin itse tehtyjä kokeiluvideoita. Nämä tai ulkopuolisilta sivustoilta otetut videot eivät kuitenkaan ole houkuttaneet niin paljon klikkauksia tai jakoja sosiaalisessa mediassa, että toimitus olisi valmis tuottamaan videoita tuntuvalla ajallisella tai taloudellisella riskillä. (Schildt 2015.) Tämän vuoksi on tärkeää, että videoformaatti on mahdollista toteuttaa pienellä budjetilla ja nopeasti.

Työn onnistumista mittaavat parhaiten seuraavat kriteerit:

### 1. Toteutuksen kustannustehokkuus.

Jos videot valmistuvat suhteellisen vähällä ajallisella ja taloudellisella panostuksella, kustannustehokkuuden vaatimus on täyttynyt. Verrokkina on vastaavan pelkkää tekstiä sisältävän artikkelin edellyttämä työ: video on kustannustehokas, jos sen tekemiseen ei kulu olennaisesti enempää resursseja kuin vastaavan ei-monimediaalisen artikkelin tekemiseen kuluisi.

### 2. Formaatin sopivuus Rumballe.

Kriteeri täyttyy, jos Rumban toimitus antaa videoista myönteistä palautetta ja päätyy julkaisemaan ne. Mikäli Rumba päätyy jatkamaan formaatin toteuttamista, voi tilannetta pitää riemuvoittona, mutta tämä ei ole edellytys sille, että produktia voi pitää onnistuneena. Sen tärkein tavoite on käynnistää Rumban sivuilla omien videosisältöjen tuotanto ja julkaiseminen, noudattivat videot jatkossa formaattia tai eivät.

### 3. Toteutuksen helppous.

Helppouteen kuuluvat liikutettavuus eli kuvauksen järjestettävyyys erilaisissa paikoissa ja käsikirjoituksen nopea sovittaminen eri haastateltavien mukaiseksi.

#### 4. Lopputuloksen korkea taso ja suosio.

Korkea taso määrittyy oman arvioni ja saamani palautteen mukaan. Lopputuloksen arvioinnissa on huomioitava tekijöiden kokemus ja taidot, eikä sen tarvitse olla maailmanluokan videojournalismia täyttääkseen kriteerit. Pääasia on, että artikkeli toimii tarinallisesti ja kuvallisesti niin hyvin, että se kelpaa julkaistavaksi ja että katsoja seuraa sitä mielellään.

Yksi tason indikaattori on suosio. Formaatti on tarkoitettu palvelemaan ensisijaisesti lukijoiden tarpeita, kuten muutkin sivujen sisällöt. Esimerkiksi jakojen ja tykkäysten määrä sosiaalisessa mediassa sekä mahdollinen lukijapalaute kertovat, kuinka suosittuja sisältöjä formaatilla on mahdollista tehdä. Samalla on huomioitava, ettei formaatti ole yhteiskunnallisesti kantaottava eikä provosoiva tavalla, joka lähtökohtaisesti houkuttaisi erityisen suurta määrää jakoja. Rumbassa suosituimmat artikkelit voivat saada jopa yli tuhat jakoa, mutta yleisemmin jakoja tulee joitakin kymmeniä. Jos artikkeli saa satoja jakoja, sitä voi pitää hittinä.

### 1.3 Opinnäytetyön rakenne ja lähteet

Opinnäytetyöni on tyypiltään produkti eli tuote. Se jakautuu kahteen osaan: käsillä olevaan tekstiosuuteen ja videoihin.

Tekstiosuudessa pohdin videojournalismin historiaa ja teoriaa, suunnittelen sen pohjalta Rumballe produktin eli videoformaatin ja raportoin formaatin käytännön toteutusprosessia. Kun tuote on valmis, analysoin prosessin tulokset.

Käytän työssäni useita lähteitä, joista tärkein on englantilaisen multimediajournalistin Vivian Morganin kirja *Practicing Videojournalism* (2008). Teos tarjoaa seikkaperäisen katsauksen videojournalismin syntyhistoriaan ja kehitykseen sekä yksityiskohtaisia käytännön ohjeita videoartikkelin toteuttamiseen.

Toinen merkittävä lähde on viestinnän tutkijoiden Jenni Mäenpään ja Anssi Männistön kirja *Kun kaikki videoivat kaikkea – liikkuva kuva sanomalehden sivuilla* (2009). Se avaa ikkunan videojournalismin läpimurtoon suomalaisissa verkkojulkaisuissa. Mäenpää ja Männistö tutkivat mediatalojen itse tuottamien videoartikkelien kehitystä ja juurtumista osaksi etenkin uutisverkkolehtien perustarjontaa. Heidän teoksensa tarjoaa perspektiivin siihen, millaisilla välineillä videoformaattia kannattaa kehittää kotimaiseen verkkolehteen.

Niin Morganin kuin Mäenpään ja Männistön teosten ilmestymisestä on kulunut yli viisi vuotta. Koska digitaalisen journalismin tekotavat ja ilmenemismuodot muuttuvat nopeasti, käytän myös lukuisia tuoreempia lähteitä. Niistä tärkein on Poynter-verkkosivuilla julkaistu amerikkalaisen viestinnän tutkijan Casey Frechetten videoartikkeliopas *What Journalists*



*Need to Know About Interviewing for Video*, joka ilmestyi ensimmäistä kertaa 2013 ja jota Frechette on päivittänyt viimeksi 2014.

#### 1.4 Käsitteiden määrittelyä

**Formaatti** tarkoittaa tässä journalistisen produktin muotoa, joka on tarkoitettu toistettavaksi produktin jaksosta eli videoartikkelista toiseen. Toistettavuus erottaa formaatin yhden videoartikkelin kertakäyttöisestä käsikirjoituksesta. Formaattista voisi käyttää tässä yhteydessä myös sanaa konsepti, mikä onkin sen alkuperäinen merkitys (Leinonen 2013, 4).

Formaatin muotoa – kuten yhden videon mittaa, kerronnallisia keinoja ja rakennetta – määrittää sen **lajityyppi**. Mäenpää ja Männistö (2009, 58) löysivät suomalaisten verkkolehden tutkimuksessaan kuusi videoartikkelien lajityyppiä, kaksi niistä uutisartikkeleja ja neljä toimitettuja juttuja:

1. Leikkaamaton, suora uutistaltiointi
2. Kevyesti leikattu uutisjuttu
3. Toimitettu juttu eli
  - a) Toimitettu uutinen,
  - b) Henkilöjuttu,
  - c) Feature-juttu ja
  - d) Audiovisuaaliset esitykset.

Nyt luotavan formaatin lajityyppi on käsikirjoitettu ja leikattu eli toimitettu henkilöjuttu, videohaastattelu. Videohaastattelujen tyypillisiä toteutustapoja käsitellään seuraavassa luvussa (luku 2).

**Monimediaalisuus** tarkoittaa sisällöntuotantoa, joka on lähtökohtaisesti monikanavaista: sitä, että jo journalistisessa työprosessissa valjastetaan käyttöön kaikki mahdolliset mediat (Hytönen 2010, cit. Meriluoto 2013). Tässä monimediaalisuus tarkoittaa, että produktissa käytetään ainakin perinteisen printtijournalismin kirjoitettua tekstiä, verkkojournalismin videokuvaa ja sosiaalisen median jakeluvälineitä.

**Popmusiikki** viittaa tässä kaupallisilla markkinoilla ja levymyyntilistoilla kilpailevaan musiikkiin. Määritelmänä popmusiikki on löyhä, tulkinnanvarainen ja alati muuttuva, ja se kattaa useita (yleensä kevyen) musiikin genrejä elektronisesta musiikista ja rockista iskelmään. Lamb (2015) korostaa, että popmusiikin määritelmän kuuluukin elää, sillä eri musiikinlajit ovat suosittuja eri aikoina. Lambin mukaan popmusiikki ja **populaarimusiikki**

ovat kaksi eri asiaa, vaikka niillä usein tarkoitetaan samaa: popmusiikki viittaa 1950-luvun rockmusiikista polvenneeseen musiikkiin, kun taas populaarimusiikki on lähes mitä tahansa urbaanin keskiluokan suosimaa musiikkia 1800-luvulta tähän päivään (Lamb 2015). Toisaalta Savagen (2011) mukaan maailman ensimmäinen poptähti oli Frank Sinatra, ja hän nousi popmusiikin aallonharjalle jo 1940-luvun alussa.

Popmusiikin ulkopuolelle rajautuvat tavallisesti myyntiluvuiltaan vähäisemmät musiikinlajit, kuten jazz, raskas rock tai kokeellinen rock. Lamb (2015) huomauttaa, että genren ohella tärkeä määrittäjä on myös musiikkikappaleen rakenne: popmusiikkikappaleilla on taipumus noudattaa kaavamaista rakennetta, jota kokeellisempi musiikki taas rikkoo.

Kuitenkin popmusiikin kirjo on aina ollut laaja. Etenkin varhaisten pop- ja/tai populaarimusiikin tähtien, kuten Sinatran ja Ella Fitzgeraldin, tuotanto on jazzpainotteista, ja muun muassa Queen-yhtye ja Kate Bush tekivät 1970-luvulla läpimurtonsa myyntilistoille kokeellisella rockilla. Popmusiikki ei tässä työssä mielletyn määritelmän mukaan suljekaaneen pois mitään musiikkigenreä, vaan kattaa kaiken kaupallisessa tarkoituksessa suurelle yleisölle myydyin musiikin.

**Videoartikkeli** on liikkuvan kuvan muodossa toteutettu journalistinen tuote eli se on **videojournalismia**. Verkkojulkaisut toteuttavat videoina nykyään useita erilaisia juttutyyppisiä haastatteluista reportaaseihin ja jopa levyarvioihin (mm. Mäenpää & Männistö 2009, 58). Alun perin videoartikkeli ja videojournalismi tarkoittivat toimittajan itsensä usein käsivaralla kuvaamaa uutismateriaalia, mutta nytemmin käsitteet ovat laajentuneet kattamaan kaiken videokameralla kuvatun toimituksellisen aineiston. Videojournalismin juuret juontavat 1980-luvun puoliväliin, jolloin Sony toi markkinoille ensimmäisen epäammattimaiseen käyttöön tarkoitetun videokameransa. (Morgan 2008, 1–4.)

## 2 Videojournalismin kasvava merkitys

Videojournalismi on lyhyessä ajassa tehnyt läpimurron niin tiedotusvälineiden kuin sosiaalisen median jokapäiväiseksi tiedonvälityskäsitteeksi. Internetin toiseksi suosituin hakukone on videoita jakava YouTube (mm. Elliott 2013, Forbes 2013), ja useiden selvitysten mukaan internetin käyttäjien enemmistö kokee visuaaliset sisällöt keskimäärin houkuttavammiksi kuin tekstisisällöt (mm. Alexander 2012, Schoenfeld 2012, Verill 2013). Henryn (2009) mukaan video voi myös jopa kolminkertaistaa sisällön leviävyysspotentiaalin linkkeinä ulkopuolisilla sivustoilla.

Rumba aloitti videosisältöjen julkaisemisen 2011, edellisen lehtiudistuksensa aikaan, monta vuotta sen jälkeen kun videoista oli tullut useiden suomalaisten mediatalojen prioriteetti (Mäenpää & Männistö 2009, 8–9). Tuolloinkin Rumba julkaisi vain ulkopuolisten tahojen, lähinnä YouTuben, alun perin julkaisemia videoita. Tilaus itse tehdyille videoille Rumbassa on selkeä myös siksi, että verkkolehtien omatekoisten videoiden läpimurrosta on jo lähes vuosikymmenen aikaa (sama).

Toisaalta myös syvällisille, perinteisessä tekstimuodossa esiintyville artikkeleille näyttäisi olevan verkossa kysyntää. Suuri osa Rumballe tulevasta lukijapalautteesta peräänkuuluttaa seikkaperäisesti taustoitettuja, aiheeseensa syvällisesti perehtyviä tekstiartikkeleja (Rumba 2014, Schildt 2015).

Niinpä nyt luotavan videoformaatin tulisikin sopeutua tilanteen ja tarpeen mukaan sekä itsenäiseksi jutuksi että osaksi suurempaa kokonaisuutta, esimerkiksi pitkän tekstiartikkelin syventäväksi komponentiksi. Kaikissa tapauksissa kokonaisuuteen kuuluu sekä liikkuva kuvaa että tekstiä, jolloin artikkeli on monimediaalinen.

### 2.1 Liikkuva kuva kuvajournalismissa

Viestintäteknologian painopiste siirtyy kaiken aikaa analogisesta digitaaliseen suuntaan. Tämä mahdollistaa ja edellyttää julkaisuilta erillisten sisältöjen tuottamista verkkoon ja painettuihin lehtiin, kuten myös samojen aineistojen muokkaamista niin digitaaliseen kuin analogiseen muotoon. Tällaista monimediaalista aineistoa edustaa esimerkiksi luistonestovälineiden testausartikkeli, josta toimitin Ilta-Sanomien internetsivuille videon ja Ilta-Sanomien painettuun paperiversioon kirjoitetun tekstiartikkelin (Launonen 2015).

Morgan (2008, 21) kirjoittaa, että ensimmäiset videokameralla kuvatut laajalle levinneet feature-artikkelit toimitti Isossa-Britanniassa BBC-yhtiö vuonna 1992: aikaisemmin video-

artikkelit olivat aina olleet uutisia. Apajalahden (2013, 7) mukaan stillkuvajournalismi on ollut osa internetjournalismia noin vuodesta 1995 lähtien, ja tekniikan kehittyessä stillkuvien rinnalle on kasvavassa määrin tullut video. Sekä Mäenpää ja Männistö (2009, 8) että Morgan (2008, 139) kirjoittavat, että suurelle yleisölle videoista tuli verkon ominaisinta tarjontaa 2000-luvun puolivälissä ennen kaikkea YouTube-sivuston kautta: ensimmäinen YouTube-video julkaistiin 2005.

Tässä opinnäytetyössä ei käsitellä epäammattimaisia vapaa-ajalla kuvattuja videoita, vaan tiedotusvälineiden tuottamaa videojournalismia. On kuitenkin tärkeää muistaa näiden kahden olevan yhteydessä toisiinsa. Internetvideoiden ominaispiirre on, että niitä voi kuvata ja julkaista lähes kuka tahansa. Ammattimainen videojournalismi on kehittynyt nykyiseen muotoonsa juuri tavallisten ihmisten vapaa-ajallaan kuvaamien videosisältöjen rinnalla tai jopa vanavedessä (Mäenpää & Männistö 2009, 8).

Yksityishenkilöiden julkaisemien, kamerapuhelimilla ja digitaalisilla videokameroilla tallennettujen videoiden tekninen taso on noussut vauhdilla YouTuben alkuajoista, sillä halpojenkin tallennuslaitteiden laatu on parantunut ja videoiden suoratoistosta on tullut teknisesti yhä helpompaa. Siten sekä yksityishenkilöiden että tiedotusvälineiden tuottamien videoiden määrä on moninkertaistunut, ja verkkolehdet ovat omaksuneet videot luontevaksi osaksi uutisointia. (Mäenpää & Männistö 2009, 8).

Mäenpään ja Männistön (2009, 48) mukaan videot tulivat suomalaisten sanomalehtien internetsivuille kokeiluina vuonna 2006. Vuoteen 2008 mennessä videoiden tekniset toteuttamismahdollisuudet ja kysynnän ja tarjonnan suhde olivat jalostuneet niin valmiiksi, että lehtien oli mielekästä alkaa tuottaa videoita säännöllisesti. Jo viisi vuotta sitten Mäenpää ja Männistö (2009, 8) havaitsivat, että etenkin isot mediakonsernit kehittivät uusia julkaisustrategioita digitaalisista lähtökohdista. Morganin (2008, 1–3) mukaan mediatilat alkoivat myös Englannissa ja Yhdysvalloissa samoihin aikoihin kouluttaa toimittajilleen videoiden tekemistä. Suomessa muun muassa Yleisradio käyttää digitaalisesta lähestymistavasta kiteytystä ”verkko edellä” (Rantamartti 2014, Yle.fi 2014).

## **2.2 Videot musiikkijournalismissa**

Videojournalismi on osa tiedonvälitystä yhä useammalla journalismin erityisalueella, ja musiikkijournalismissa videoita hyödynnettiin jo ennen kuin ne yleistyivät muilla erityisalueilla.

Edellä on kuvattu videoiden juurtumista osaksi tiedotusvälineiden verkkoviestintää. Omien videosisältöjen puuttuminen Rumbasta on epäkohta jo siksi, että teknologiset ja taloudelliset olosuhteet olivat videoille suotuisia sanomalehdissäkin jo viime vuosikymmenellä (Mäenpää & Männistö 2009, 8). Rumba on aikakauslehti, mutta digitaalisessa muodossaan myös sanomalehdenomainen uutislehti: Rumba.fi julkaisee päivittäin useita musiikkia koskevia uutisia Suomesta ja ulkomailta.

Lisäperuste videoiden tekemiselle Rumbaan on se, että musiikkijournalismi on visuaalinen erityisalue. Varsinkin popmusiikin ansaintalogiikka on kautta historian perustunut äänen lisäksi visioon. Schimke (2013) väittää, että perinteisen popmusiikin esittäjät, kuten Frank Sinatra, perustivat suosionsa pelkälle musiikille eivätkä tarvinneet visuaaleja, mutta todellisuudessa popmuusikoiden ulkoinen olemus on ollut tärkeä kaupallinen arvo niin kauan kuin popmusiikkia on myyty – äänilevyinä, radioissa, valo- ja elokuvissa, televisiossa ja lopulta internetissä. Hallitsevana voimana popmusiikin kuvastoissa on kautta linjan ollut äänen ja liikkuvan kuvan yhdistelmä. Esimerkiksi Sinatra esiintyi jo 1940-luvulla äänilevyjen ohella musikaalielokuvissa, ja hänen brändinsä rakentui lauluäänen lisäksi ulkoisesta olemuksesta ja visuaalisista konteksteista. Musiikillisten ja visuaalisten kuvastojen sisällöt tukivat viihdeteollisuuden markkinoilla toisiaan. (Savage 2011, Film Reference 2015.)

Seuraavina vuosikymmeninä popmuusikoiden ulkoinen olemus muuttui yhä tärkeämmäksi myyntiartikkeliksi, ja esimerkiksi 1960-luvulla The Beatles -yhtyeen jäsenten vaate- ja hiusmuoti oli tarkkaan suunniteltu osa yhtyeen brändiä (Worsfold 2007). 1970-luvulla glamrock- ja punk-muusikoiden, kuten David Bowien, Deborah Harryn ja Sid Viciousin, tarkoin harkittu, usein tiheästi uudistuva ulkoinen tyyli ja näyttävät lavashow't veivät visuaalisten kuvastojen runsauden vielä pidemmälle.

Liikkuvan kuvan lopullinen läpimurto lähes äänen veroiseksi elementiksi popmusiikin kuvastoihin tapahtui 1980-luvulla, kun amerikkalainen televisiokanava Music Television eli MTV alkoi esittää musiikkivideoita (mm. Worsfold 2007). Niissä popsävelmät saivat elokuvallisen kuvituksen, joka oli joskus kokonainen lyhytelokuvamainen tarina. Musiikkivideot hyödynsivät kerronnassa usein musikaalielokuvien kerronnallisia välineitä (Film Reference 2015), ja niiden pioneereja olivat muiden muassa amerikkalaiset poptähdet Michael Jackson ja Madonna.

Madonna on kehittänyt 1980-luvulta tähän päivään asti poptähteä tietoisien konseptoinnin tuloksena syntyvänä kokonaistaideteoksena, joka koostuu musiikin lisäksi musiikkivideoista, ulkoisista elementeistä kuten vaate- ja hiustyylistä, sekä sisäisistä elementeistä kuten yhteiskunnallisista näkemyksistä. Kaikki nämä yhdessä muodostavat poptähden brändin

tuoteselosteen. Madonna on kutsunut ilmiötä nimellä ”Je suis l’art”, ”Olen taide” (Åkerlund 2006).

Siinä, missä musikaalielokuvien perinne näkyy musiikkivideoissa, ovat musiikkivideot vuorostaan vaikuttaneet musiikkijournalismin visuaalisiin toteutuksiin. MTV:n muusikkohaastattelut – samoin kuin kanavan realityohjelmat, Worsfold (2007) huomauttaa – hyödynsivät 1990- ja 2000-luvuilla musiikkivideoiden genrekonventioita: nopeita leikkauksia, räikeitä värejä ja rohkeita kuvakulmia. Suomessa haastattelutyylin omaksui MTV:ltä ja kanadalaiselta popmusiikkikanava Much Musiciltä vuosina 1995–2001 MTV3-kanavalla esitetty musiikkiohjelma *Jyrki*.

Musiikkivideot ovat sittemmin siirtyneet televisiosta internetiin (Worsfold 2007). Videohaastatteluista on tullut yleisjournalistisia tuotteita ja musiikkivideoiden vaikutus muusikkohaastattelujen tyyliin näyttäisi olevan hiipumassa. Samalla kun videohaastattelut ovat laajentuneet muidenkin ammatinharjoittajien kuin muusikoiden yleiseksi haastattelumuodoksi, muusikkohaastattelut näyttävät muuttuneen tyyliiltään yhä uskollisemmin perinteisen videojournalismin konventioita noudattaviksi. Esimerkiksi poliitikon haastattelu yhteiskunnallisessa verkkolehdessä ja muusikon videohaastattelu musiikkiverkkolehdessä eivät välttämättä poikkea tyyliiltään olennaisesti toisistaan (ks. luku 2.3).

### **2.3 Videohaastattelut suomalaisissa verkkomediaissa**

Suomalaisten tiedotusvälineiden internetsivuilla videoista on vuoden 2008 jälkeisen monimediaalisen murroksen jälkeen tullut osa julkaisujen brändiä (Mäenpää & Männistö 2009, 38). Videoartikkelit ovat myös yhä useammin omia formaattejaan tai brändejään.

Uutislehdistä esimerkiksi Helsingin Sanomien HSTV, Iltalehden IL-TV ja Ilta-Sanomien ISTV ovat tällaisia brändejä. Niiden puitteissa julkaistavia formaatteja taas ovat muun muassa HSTV:n poliittinen haastattelusarja *Studio Kulmapöytä* ja ISTV:n viihteellinen haastattelumuoto *Tainola Show*. Musiikkiaiheisia videohaastatteluja verkkoon taas tekee esimerkiksi YleX-radiokanava.

Vaikka edellä mainittujen formaattien aiheet ovat erilaiset, niiden rakenne ja tyyli ovat lähellä toisiaan: toimittaja haastattelee kohdetta, tavallisesti pöydän ääressä. Haastateltavan ammatti ja asema tai julkaisukanavan aihealue eivät juuri vaikuta videoartikkelin ulkoiseen tyyliin. Amerikkalaisuusmusikko Matt Berningerin haastattelu YleX:ssä on toteutettu melko samanlaisilla kerronnallisilla ja visuaalisilla ratkaisuilla kuin kansanedustaja Jutta Urpilaisen haastattelu *Studio Kulmapöydässä* tai muusikko Janna Hurmerinnan haastatte-

lu *Tainola Show'ssa* (Kokkonen 2014, Tainola 2014, Junkkari & Luukka 2015), erona kuitenkin se, että musiikkikanavan haastattelu on kuvattu käsivarakameralla ja yleisjulkaisujen haastattelut jalustalle asetetulla kameralla. Tyyliä ja tyyliä ovat tuttuja television ajankohtaisohjelmista – Mäkelä ja Männistö (2009, 59) toteavatkin, että verkkajulkaisut ottavat videoihin mallia ainakin toistaiseksi lähinnä televisiosta.

### 3 Formaatin suunnittelu ja toteutus

Rumba ilmoitti halukkuutensa yhteistyöhön videoformaatin valmistelussa ja toteutuksessa maaliskuussa 2015, kun tapasin Rumba.fi-sivuston digitaalisista sisällöistä vastaavan Saku Schildtin. Sovin hänen kanssaan, että toimeksianto koostuu kahdesta videosta, jotka on molemmat tehty formaatin mukaisiksi. Tapaamisessa sovimme myös itse formaatista. (Schildt 2015.)

#### 3.1 Formaatin kustannustehokkuus

Morgan (2008, 112–113) asettaa videoartikkelin tekemiselle reunaehdot. Jos kaikkiin seuraaviin kysymyksiin voi vastata myönteisesti, artikkeli on Morganin mukaan toteuttavissa.

1. Onko artikkeli mahdollista toteuttaa?
2. Onko resursseja tarpeeksi?
3. Onko aikaa riittävästi?
4. Onko tarina helposti lähestyttävä?
5. Onko toteuttamiseen varaa?

Formaatin laadinnassa on punnittava näitä näkökohtia. Morgan ei tarkenna, mitä hän tarkoittaa kohdan 2 resursseilla erotuksena erikseen mainituista ajasta ja varoista, mutta niiden voi ymmärtää tarkoittavan esimerkiksi tarvittavaa kalustoa ja osaamista.

Tavoitteena on luoda Rumballe helposti toteutettava videoformaatti, ja helppous merkitsee, että videoartikkeli on mahdollista suunnitella, järjestellä, kuvata ja editoida ajallisia, inhimillisiä ja taloudellisia resursseja säästäen eli kustannustehokkaasti. Schildtin (2015) mukaan Rumballa ei ole mahdollisuutta käyttää videoiden tekoon pitkää aikaa eikä paljon rahaa. Kuvauspaikan ja haastateltavan tulee siis olla helposti tavoitettavissa, ja haastattelutilanne on voitava järjestää vähällä vaivalla. Editointiprosessin tulee noudattaa selkeää kaavaa, jotta editointikin onnistuisi kustannustehokkaasti.

Siksi on järkevää luoda juuri formaatti: tällöin videoartikkelin muoto on toistettavissa artikkelista toiseen. Toimitus säästää aikaa, kun sen ei tarvitse aina uudelleen suunnitella uutta jutturunkoa, laatia uudenlaista käsikirjoitusta ja keksiä uusia kysymyksiä. Formaatin rungon tulee olla yksinkertainen, jotta editointiin ei menisi liikaa aikaa, ja muodon toistettavuus mahdollistaa sen, että editointi muuttuu kerta kerralta helpommaksi, kun editoija tottuu tekemään työn formaatin mukaisesti.



Silti formaatin tulisi mahdollistaa haastateltavan yksilöllinen huomioiminen ja artikkelin muokkautuminen hänen henkilönsä ja työnsä mukaiseksi.

### 3.2 Haastateltavien valinta

Rumba on musiikkilehti, joten sen haastateltavat ovat pääsääntöisesti muusikoita ja joskus muita musiikkialan toimijoita. Niinpä videohaastattelujenkin painopisteen tulee olla musiikissa ja haastattelukysymysten on liityttävä ainakin osaksi musiikkiin. Osa kysymyksistä voi liittyä myös musiikin ulkopuolisiin seikkoihin, kuten haastateltavan henkilöön tai yhteiskunnallisiin mielipiteisiin, sillä popmusiikissa musiikin esittäjän persoona on usein musiikin rinnalla osa taideteosta ja brändiä (esim. Åkerlund 2006; ks. luku 2.2).

Sovin Saku Schildtin kanssa, että valitsemme haastateltavat yhdessä. Schildt nosti eräiksi valintakriteereiksi haastateltavien näkyvyyden sosiaalisessa mediassa ja ajankohtaisuutta. Niinpä haastateltavan tulisi olla esillä oleva popmuusikko. Sen sijaan hän ei voi olla suurelle yleisölle tuntematon musiikin ammattilainen, kuten festivaalipromoottori, tai ainoastaan marginaaliyleisöä kiinnostava underground-muusikko.

Ehdotin Schildtille näihin kriteereihin perustuen, että haastateltavat voisivat löytyä seuraavien popmuusikoiden joukosta:

1. **Muusikko-näyttelijä Roope Salminen:** esillä kevään aikana konserttikiertueen, improvisaatioteatteriesitysten ja *Tähdet, tähdet* -televisio-ohjelman ansiosta; aktiivinen sosiaalisessa mediassa; ei ole ollut Rumbassa vielä esillä.
2. **Pariisin kevät -yhtyeen laulaja Arto Tuunela:** julkaisemassa uuden levyn, kiinnostaa Rumban kohderyhmää.
3. **Laulaja Antti Tuisku:** ajankohtainen, sillä on herättänyt keskustelua uusilla musiikillisilla tyylivalinnoillaan; supertähti, jolla on korkea huomioarvo sosiaalisessa mediassa; ei ole ollut hiljattain esillä Rumbassa.
4. **Laulaja Krista Siegrids:** on julkaissut juuri tuoretta musiikkia, näky televisionissa ja on karsimaattinen haastateltava.
5. Muita mahdollisia: **Ville Leinonen, Anssi Kela, Irina, Ismo Alanko.**

Schildt ilmoitti, että ehdottamistani artisteista kiinnostavimmat ovat Antti Tuisku ja Roope Salminen. Lisäksi Rumban päätoimittaja Teemu Fiilin ehdotti minulle sähköpostitse rap-artistejä Pyhimystä ja Heikki Kuulaa. Sovin Schildtin kanssa, että tavoittelen haastatteluihin ensisijaisesti Roope Salmista ja Antti Tuiskua, ja toissijaisesti Pyhimystä ja Heikki Kuulaa.

### 3.3 Proustin kysely

#### 3.3.1 Kyselyn tausta

Valitsin videoartikkelien rungoksi jo olemassa olevan kysymyssarjan, jonka eri variaatioita on käytetty taiteilijoiden haastattelemiseen ainakin Ranskassa ja Yhdysvalloissa.

Kysymyssarjan alkuperäisestä kehittäjästä ei ole tietoa, mutta se tuli tunnetuksi ranskalaisen kirjailijan Marcel Proustin (1871–1922) kautta. Proust vastasi kyselyn eri versioihin kahdessa elämänsä vaiheessa, 13- ja 20-vuotiaana. Ensimmäiseen versioon sisältyi 15 kysymystä ja toiseen 31. (Senselist 2006).

Proustin kyselystä jalosti oman kymmenosaisen kysymyssarjansa ranskalainen television keskusteluohjelmäsäntä Bernard Pivot (liite 5). Pivot kysyi kysymykset France 2 -kanavalla 1991–2001 esitetyn keskusteluohjelmansa *Bouillon de Culture* vierailta kunkin jakson päätteeksi. Kysymyssarjan nimitys ohjelmassa oli Proust Questionnaire eli Proustin kysely. (Riding 2002.)

Pivot'n ohjelmasta kysymyssarja siirtyi amerikkalaistettuna variaationa James Liptonin juontamaan ja käsikirjoittamaan ohjelmaan *Inside the Actors Studio*, jota Bravo-kanava on esittänyt vuodesta 1994, ja jossa Lipton haastattelee kuuluisia näyttelijöitä. Liptonin versioon ei jäänyt jäljelle yhtäkään alkuperäistä kysymystä Proustin kyselystä, ja hän nimittää versiotaan Pivot'n kyselyksi (Senselist 2006).

Proustin kysymyssarjaa käyttää haastattelutyökaluna myös amerikkalainen viihdekulttuuri-lehti Vanity Fair. Vanity Fairin jokainen numero päättyy Proust Questionnaire -palstaan, jonka kysymykset on poimittu pääasiassa Proustin 22-vuotiaana täyttämästä kyselystä ja muokattu osin nykykieliseksi: esimerkiksi kysymys "What is your dream of happiness" on muutettu muotoon "What is your idea of perfect happiness". Toisaalta osa kysymyksistä on säilynyt muuttamattomina, esimerkiksi "What is it that you most dislike?" (Senselist 2006, Vanity Fair 2011.) Tavallisesti haastateltavana on elokuvatähti, usein Hollywood-elokuvien veteraani. Näitä ovat olleet muiden muassa Mia Farrow (Vanity Fair 2008), Lauren Bacall (Vanity Fair 2011) ja Robert De Niro (Vanity Fair 2013).

#### 3.3.2 Taiteilijahaastattelujen työkalu

Valitsin kyselyn Rumban videoartikkelin pohjaksi, sillä se on vuosikymmenien ajan osoittautunut toimivaksi tavaksi haastatella taiteilijoita. Kysymyksiin ei voi vastata vain kieltävästi tai myöntävästi, vaan ne kannustavat haastateltavaa puntaroimaan vastaustaan ana-

lyyttisesti. Siten ne myös tuovat esiin kohteen persoonallisuutta ja tunne-elämää. Kuitenkaan kysymykset eivät ole tunkeilevia: haastateltava voi vastata niihin paljastamatta yksityisasioitaan.

Päädyin käyttämään pohjana ensisijaisesti Proustin 20-vuotiaana täyttämää 31 kysymyksen sarjaa, sillä siihen sisältyy enemmän kysymyksiä kuin kyselyn muihin tunnettuihin variaatioihin. Päädyin hyödyntämään myös Proustin 13-vuotiaana täyttämää kyselyä, sillä osa kysymyksistä on muotoiltu siinä selkeämmin kuin jälkimmäisessä kyselyssä (alaluku 3.2.3). Halusin säilyttää perustana nimenomaan Proustin alkuperäisen kyselyn, sillä jos olisin valinnut esimerkiksi Liptonin variaation Pivot'n variaatiosta, mukana ei olisi enää ollut yhtäkään kysymystä Proustin kysymyssarjoista.

Havaintoesimerkkejäni Proustin kyselyn onnistuneisuudesta ovat kahden elokuvanäyttelijän haastattelut. Vanity Fair haastatteli Lauren Bacallia Proust Questionnaire -palstalle tammikuussa 2011, James Lipton taas Meryl Streepiä *Inside the Actors Studio* -ohjelmassaan marraskuussa 1998.

Bacall (1924–2014) tuli tunnetuksi haastateltavana, joka usein koetteli toimittajia vastamalla kysymykseen kysymyksellä tai kiertämällä sen (esim. MacKenzie 2005). Myös Proustin kyselyyn hän vastasi lyhyesti ja lakonisesti, mutta kysymysten muotoilun ansiosta tuli paljastaneeksi itsestään herkän ja kuolemaa pelkäävän puolen:

*Vanity Fair:* A perfect happiness?

*Bacall:* Waking up in the morning.

*Vanity Fair:* What is your greatest fear?

*Bacall:* Not waking up in the morning.

(Vanity Fair 2011.)

Meryl Streepin televisiohaastattelu taas toi hänen ilmaisuvoimansa ja herkkyytensä esiintavalla, jota Streepin julkisissa esiintymisissä ei tavallisesti ole nähtävissä. Kun Lipton kysyi Streepiltä, mikä hänen suosikkisanansa on, Streep kertoi valmistautuessaan pyytäneensä apua kuusivuotialta tyttäreltään, joka nimesi suosikkisanakseen kookosmaidon. (Kostel 1998.) Yksinkertaisella vastauksellaan Streep raotti ovea vanhemmuuteensa, paljasti millainen huumorintaju hänellä on, ja silti piti kiinni yksityisyydestään.

Journalistisena työkaluna Proustin kysely on paitsi toimiva niin paperilla kuin videolla ja televisiossa, myös muuntautumiskykyinen. Sen erilaisiin tilanteisiin soveltuvia variaatioita

ovat Proustin kaksi versiota, Pivot'n, Liptonin ja Vanity Fairin variaatiot sekä internetissä liikkuvat lukuisat, usein persoonallisuustesteiksi nimetyt kyselyn versiot. Se, että kysely on soveltunut persoonallisuuden kuvaajaksi 1880-luvulta lähtien – jolloin Proust ensimmäisen kerran vastasi kysymyksiin (Senselist 2006) – ja sopeutunut menestyksekkäästi eri vuosikymmenten ja vielä tämänkin hetken journalistisiin tarpeisiin, kertoo kysymyksenasettelun kestävän aikaa ja käsiteltyjen asioiden olevan inhimillisesti kiinnostavia.

Proustin kyselyn käyttökelpoisuutta lisää se, että haastateltavalle on helppoa etukäteen kertoa, mistä haastattelussa on kysymys ja esimerkiksi lähettää hänelle linkki Vanity Fairin internetsivuilla olevaan itse täytettävään Proustin kysymyssarjaan (Vanity Fair 2009). Kohde voi tutustua formaattiin ilman, että hän kuitenkaan saa tietää tarkalleen, mitä häneltä kysytään, jolloin haastattelutilanteessa säilyy yllätyksen elementti.

Myös editoinnin näkökulmasta pitkäkö kysymyssarja on järkevä: kysymyksiä voidaan kysyä esimerkiksi 20 ja editointivaiheessa jättää jäljelle vain parhaat kymmenen vastaus-ta. Toisaalta leikkaaminen edellyttää kuvallisia erikoisratkaisuja: siirtymän kysymyksestä toiseen on oltava mahdollisimman saumaton (Morgan 2008, 118–119). Saumakohtat olisi mahdollista peittää esimerkiksi tekstiplanssilla (kysymykset tulisivat ruudulle näkyviin tekstimuodossa), mutta niiden kirjoittaminen ja editoiminen on aikaa vievä prosessi. Niinpä päädyin siihen, että saumakohtat voidaan peittää kuvituskuvalle. Tästä syystä haastattelun yhteydessä tulee kuvata riittävä määrä kuvituskuva. Se voi sisältää yksityiskohtia tai tilannekuvaa haastattelun ulkopuolelta: esimerkiksi siitä, kun toimittaja ja haastateltava asettuvat istumaan, tai yksityiskohtia haastateltavasta ja/tai miljööstä (Morgan 2008, 118–119).

### **3.3.3 Suosituksia kysymysten muokkaamiseksi**

Proustin alkuperäinen kysymyssarja jakautuu suurimmaksi osaksi mikä- ja kuka-alkuisiin kysymyksiin. 31:stä kysymyksestä 22 alkaa sanalla mikä ja kahdeksan sanalla kuka. Lisäksi joukossa on yksi kuinka-alkuinen kysymys. (Senselist 2006.) Kysymysten ominaispiirre onkin, että niihin on mahdollista vastata lyhyesti, ilman että niihin kuitenkaan voi vastata kyllä tai ei.

Ennen haastateltavien valintaa laadin suuntaa-antavat suositukset siitä, miten Proustin kyselyä tulisi mielestäni Rumbassa soveltaa videoartikkeleihin. Suositusten tarkoitus oli helpottaa omaa suunnittelutyötäni sekä formaattia jatkossa tekevien toimittajien työtä, joskin jätin sukupuolibinääriä koskevan kohdan pois lopullisesta toimitukselle kirjoittamastani ohjekirjasesta (liite 5), jotta ohjeet pysyisivät tiiviinä.

Suositukseni kysymysten muokkaamiseksi ovat:

### 1. Kysymysten vapaa valinta

Vaikka haastattelukysymyksiin sovelletaan pääosin Proustin 31 kysymyksen versiota, jotkut kysymykset on ilmaistu ytimekkäämmin tai viihteellisemmin aikaisemmassa, 15 kysymyksen versiossa.

Esimerkiksi 31 kysymyksen kyselyssä on kysymys ”What to your mind would be the greatest misfortune?”, kun taas 15 kysymyksen kyselyssä sama asia on kysytty kärkevämmin ja viihteellisemmin lauseella ”What do you regard as the lowest depth of misery?”. (Senselist 2006.) Niinpä toimittajan kannattaa tutkia molempia kyselyitä ja valita niistä sopivimmat kysymykset. Myös Pivot’n, Liptonin ja Vanity Fairin versioista voi poimia mukaan kysymyksiä.

### 2. Yksilöinti

Kysymysten yksilöinti tapahtuu, kun haastateltava on valittu. Kysymyksiä on helppoa varioida musiikkikeskeisiksi ja henkilökohtaisiksi haastateltavan mukaisesti, kunnioittaen sitä, onko tämä aiemmin halunnut tulla esiin vain ammattinsa kautta vai myös yksityishenkilönä ja/tai yhteiskunnallisena kannanottajana. Riippumatta haastateltavasta mukana tulisi olla joitakin musiikkiin liittyviä kysymyksiä, sillä Rumba on musiikkikeskeinen media.

### 3. Haastattelutyylit

Proustin kysymyssarja ei alun perin mahdollistanut jatkokysymyksiä. Myös kyselyn suulliset variaatiot televisiossa ovat rakentuneet kysymys–vastaus–kysymys–vastaus-muotoon, eli jatkokysymyksiä ei ole esitetty (Kostel 1998, Vanity Fair 2011). Videoartikkelin rakenne noudattaa tätä kaavaa, jotta haastattelun ydinolemus säilyisi ennallaan ja artikkelin suunnittelu, toteutus ja editointi pysyisivät mahdollisimman kustannustehokkaina. Toimittaja ei kysy haastateltavalta jatkokysymyksiä, vaikka haastateltavan vastaus tuntuisikin luontevasti sellaisia kirvoittavan.

### 4. Sukupuolittuneisuudesta luopuminen

Osa Proustin kysymyksistä toistuu kyselyssä kahteen kertaan samansisältöisenä niin, että kysymykseen sisältyvän objektin sukupuoli on ainoa muuttuva tekijä. Esimerkiksi kysymys numero 2 on ”Mistä ominaisuudesta pidät eniten miehessä” ja kysymys numero 3 on ”Mistä ominaisuudesta pidät eniten naisessa”. (Senselist 2006.) Rumban videoartikkelissa ehdotan luopumista sukupuolibinääristä eli ajattelusta, jonka mukaan sukupuolia on kaksi ja yksilön ominaisuudet määrittävät merkittävästi hänen sukupuolensa mukaan.

Ruoho ja Torkkola (2010, 51–52) kirjoittavat journalismista sukupuolirepresentaatioita tuottavana teknologiana, joka vaikuttaa siihen, miten ihmisten itseymmärrys ja sukupuolten asema sekä sukupuoliasteet yhteiskunnassa rakentuvat. Tätä kehystä vasten on eettistä luopua Proustin kysymyssarjan sukupuolispesifeistä muotoiluista: sukupuolibinääri syrjii sukupuolivähemmistöjä ja sisältää oletuksen, että miessukupuolta edustavat yksilöt ovat sukupuolensa vuoksi erilaisilla ominaisuuksilla varustettuja kuin naissukupuolta edustavat ja päinvastoin.

Sukupuolibinääristä luopuminen on myös linjassa Rumban maailmankuvan kanssa: lehden arvomaailma vaikuttaisi olevan arvoliberaali esimerkiksi sen perusteella, että se julkaisi tasa-arvoista avioliittolakia juhlistavan musiikkisoittolistan (Fräntilä 2014).

### **3.4 Videon tyyli ja rakenne**

Frechette (2013), Mäkelä ja Männistö (2009, 60) ja Morgan (2008, 112) peräänkuuluttavat tarinan suunnittelemista etukäteen. Mäkelä ja Männistö kirjoittavat, että videossa tulisi olla visuaalinen tarina alkuineen, keskikohtineen ja loppuineen. Morgan luettelee yhdeksän elementtiä, jotka tulisi huomioida tarinan näkökulmasta jo etukäteen. Videoformaattini kannalta niistä olennaisia ovat äänimaailma, avaus- ja loppukuva, kuvituskuvat, stillkuvat, toimittajan juonnot kameralle sekä äänet, kuten mahdollinen musiikki. (Morgan 2008, 112.)

Morganin luettelemien elementtien suunnittelussa tulee huomioida formaatin mukaisesti kustannustehokkuus (alaluku 3.1.2) sekä se, että videoartikkeli voidaan luoda niin syvennäväksi osaksi tekstiartikkelia kuin itsenäiseksi artikkeliksi.

Kustannustehokkuuden vuoksi videon editointiprosessin on oltava nopea. Rakenteen on oltava yksinkertainen ja materiaalin on koostuttava selkeistä, etukäteen suunnitelluista ja sovitusta elementeistä, jotka on editoitaessa helppoa liittää yhteen.

#### **3.4.1 Tekniset puitteet**

Videoartikkelin editointiin käytetään Premiere-ohjelmaa. Artikkelien julkaisualusta eli toimitusjärjestelmä on Wordpress. Kuvaajaksi ja editoijaksi Rumba on nimennyt kuvatoimittaja Markus Paajalan. On tärkeää, että Paajala osallistuu työhön, sillä hän on lehden vakituinen työntekijä, ja päämääränä on luoda formaatti, jonka toimituksen työntekijät voivat jatkossa toteuttaa itse.

### 3.4.2 Juonnolla vai ilman?

Jos videoartikkeli tehdään isomman jutun syventäväksi elementiksi eli niin sanotuksi kanalotuksi, siihen ei välttämättä tarvita toimittajan alku- tai loppujuontoa, sillä tilanne ja haastateltava on jo esitelty tekstiartikkelissa.

Sen sijaan itsenäiseksi jutuksi luotu videoartikkeli edellyttää katsojan perehdyttämistä tilanteeseen ja kohteeseen. Niinpä se alkaa juonnolla, jossa toimittaja esittelee lyhyesti Proustin kyselyn ja haastateltavan. Tilanteen elävöittämiseksi toimittaja ja haastateltava voivat jo tässä vaiheessa näkyä molemmat kuvassa. Toisaalta staattisuuden välttämiseksi ja tarinallisen runsauden lisäämiseksi toimittaja voi artikkelin alussa liikkua paikasta toiseen, esimerkiksi yhdestä huoneesta toiseen päätyen lopulta haastateltavan luo, ja samalla puhua kameralle.

Vaikka videoartikkeli olisi itsenäinen kokonaisuutensa, sen oheen tulee aina vähintään lyhyt teksti. Siten formaatti on monimediaalinen. Myös tekstissä toimittaja voi syventää haastatteluun liittyviä tietoja, ja tekstiin on myös mahdollista lisätä asioita, jotka jäävät videosta puuttumaan.

### 3.4.3 Paikan valinta ja ääni

Mäkelä & Männistö (2009, 60) kirjoittavat, että hyvän videon ensimmäinen edellytys on laadukas ääni. Myös Morgan (2008, 112) listaa ensimmäiseksi huomioon otettavaksi seitsemän äänimaailman. Flechette (2013) painottaa, että haastattelupaikan valinnassa on olennaista huomioida melutaso.

Yksi formaatin eduista on liikkuvuus – haastattelu on periaatteessa mahdollista videoida lähes missä tahansa paikassa esimerkiksi tekstihaastattelun sivutuotteena. Siksi on haastattelupaikan akustiikkaakin tärkeämpää varmistaa ennen haastattelun kuvaamista ja äänittämistä, että haastattelijan ja haastateltavan puhe tallentuu selkeänä (mm. Flechette 2013). Rumballa käytössä olevat laitteet ovat teknisesti riittävän korkeatasoiset poimimaan puheäänien, vaikka taustalta kuuluisi muita ääniä, mutta meluisa ympäristö voi silti tehdä äänimaailmalle haittaa.

Flechette (2013) kirjoittaa, että mahdolliset vaarat on syytä yrittää ennaltaehkäistä. Paikka tulee valita niin, että haastattelun keskeytyminen esimerkiksi ulkopuolisen melu- tai muun häiriön vuoksi on mahdollisimman epätodennäköistä. Toisaalta haastattelun satunnaisen keskeytymisen tai häiriintymisen voi editoida pois muun materiaalin jäädessä yhä käyttökelpoiseksi. Tämä edellyttää riittävää määrää kuvituskuvaa, jolla saumakohtia voi paikata.

Kuvauspaikka vaikuttaa lopputuotoksen tunnelmaan, Morgan (2008, 112) huomauttaa. Tässä tavoitteena on välitön ja haastateltavan näköinen tunnelma. Flechette (2013) kehottaa haastattelemaan ihmisiä heille luontaisessa ja tutussa ympäristössä, sillä silloin he tuntevat olonsa kameran edessä turvallisemmaksi kuin vieraassa paikassa. Muusikot ovat usein tottuneet olemaan esillä, joten vieraskaan ympäristö ei välttämättä saa heitä jähmetymään, ja lisäksi olosuhteiden pakosta haastattelumiljöökseksi voi valikoitua muu kuin optimaalinen vaihtoehto, mutta Flechetten neuvoa on hyvä pitää suuntaviivana. Toimittajan kannattaa pyytää haastateltavaa ehdottamaan paikkaa ja tehdä valinta ehdotuksen mukaisesti, jos paikka on äänityksen, kuvauksen ja logistiikan näkökulmasta järkevä.

#### **3.4.4 Kuvakulmat, kuvituskuvat ja rajaus**

Videon on kuvattava haastateltavaa ja ympäristöä kuten tekstikin kuvailisi, Morgan (2008, 108) tähdentää. Niinpä videoartikkelissa näkyvää kuvaa tulee arvottaa samoilla kriteereillä kuin tekstiartikkelissa esiintyviä kuvailevia elementtejä.

Toimittaja voi miettiä, mitä seikkoja hän toisi esiin haastateltavasta ja haastatteluympäristöstä tekstimuotoisessa jutussa, ja sitten siirtää nämä elementit kuviksi. Tekstihaastattelussa toimittaja saattaisi esimerkiksi kuvailla, kuinka haastateltava liikuttaa käsiään. Vastaavasti videoartikkelin kuvaaja voi ottaa lähikuvaa käsien liikkeestä ja käyttää sitä kuvituskuvana.

Samoin tekstihaastatteluun voi sisältyä ympäristön yksityiskohtien kuvailua, etenkin jos ympäristö on haastateltavan koti tai muu hänelle ominainen miljöö. Videohaastatteluun voi vastaavasti sisällyttää yksityiskohtaotoksia ympäristöstä ja käyttää niitä kuvituskuvana. (Morgan 2008, 108.)

On myös valittava, miten haastateltava asettuu kuvaan ja näkykö kuvassa ainoastaan haastateltava vai myös toimittaja. Nyt suunniteltava videoformaatti on kohdettaan korostavasti henkilökeskeinen, ja huomioarvoa on nimenomaan sillä, miten haastateltava vastaa hänelle esitettyihin kysymyksiin. Halutessaan toimittaja voi siis jättäytyä haastattelun aikana kuvasta pois niin, että kamera keskittyy vain haastateltavaan.

Sen sijaan toimittaja näkyy joka tapauksessa kuvassa insertin alussa, juontaessaan alkujuonnon. Samoin toimittaja voi näkyä kuvituskuvassa esimerkiksi asettuessaan haastateltavan kanssa haastatteluasemiin. Morgan (2008, 129) pitää alkujuonnon visuaalista som-



mittelua videoartikkelin suurimpana haasteena, ja hän kehottaa räätälöimään sen yksilöllisesti tilanteen mukaan.

Itse haastatteluun voi kuitenkin soveltaa toistuvaa kaavaa. Frechette (2013) luettelee etenkin aloitteleville videojournalisteille soveltuvat sommittelusäännöt, jonka mukaan haastateltava kannattaa asetella kuvaan. Esimerkiksi Media Collegen (2015) mukaan haastatteluun voi lisätä intensiteettiä käyttämällä osaksi myös tiukasti rajattua lähikuvaa, mutta tässä formaatissa voi suosia Frechetten mukailemia kriteerejä, jotta helppouden ja kustannustehokkuuden tavoite täytyisi.

Frechetten kaavan elementtejä ovat:

1. **Puolilähikuva.** Haastateltavan pään ylle jää hieman tilaa. Alhaalta kuva rajautuu rinnan kohdalta.
2. **Kolmanneksen sääntö.** Kuva sommitellaan niin, että sen asettelu noudattaa kultaisesta leikkauksesta johdettua *kolmanneksen sääntöä*. Videolla se tarkoittaa, että haastateltavan silmät ovat kuvan ylemmän kolmanneksen horisontaalisen linjan tasolla ja kasvat joko vasemman- tai oikeanpuoleisen pystykolmanneksen kohdalla, mutta eivät kuvan keskellä.
3. **Taustan merkitys.** Taustan olisi hyvä tuoda kuvaan lisäarvoa, mutta jos se ei ole mahdollista, ainakaan tausta ei saa viedä kovalta arvoa. Jos taustalla esimerkiksi näkyy muita ihmisiä tai liikettä, katsojan huomio saattaa harhautua haastattelusta taustaan. (Myös Media College 2015.)
4. **Valaistuksen merkitys.** Haastateltavan kasvojen tulee näkyä kuvassa selkeästi.
5. **Haastattelijan paikka.** Jos haastateltava on oikealla, haastattelijan tulee olla kamerasuon ulkopuolella niin, että haastateltavan katse suuntautuu etuvasemmalle, ja päinvastoin. Media College (2015) tähdentää, että haastattelijan silmien tulisi olla samalla tasolla haastateltavan silmien kanssa, jolloin haastateltavan katse ja asento näyttäisivät kuvassa tasapainoiselta.

(Frechette 2013.)

### 3.4.5 Käsikirjoitus

Käsikirjoitus laaditaan etukäteen, jolloin kuvaaminen ja editointi ovat nopeita prosesseja (Morgan 2008, 109). Sen osat ovat:

1. **Alkujuonto.** Valmistettava etukäteen niin, ettei toimittaja lue juontoa kameralle paperista. Sisältää haastateltavan ja mahdollisesti miljöön esittelyn sekä lyhyen johdatuksen kyselyyn. Kesto yhteensä noin 10 sekuntia, videoartikkelin standardin mukaisesti (esim. Morgan 129).

2. **Haastattelu.** Haastateltavan mukaan yksilöidyt kysymysvariaatiot, pääasiassa Proustin 31-kohtaisen kysymyksen pohjalta. Kysymyksiä voi olla mukana noin 20, jolloin niistä on mahdollista editoida osa pois. Kesto arviolta 3–5 minuuttia.
3. **Viimeinen kuva.** Lopetuksessa kamera voi jälleen siirtyä haastateltavasta kauemmaksi niin, että myös toimittaja näkyy kuvassa (jos ei ole näkynyt haastattelun aikana). Toimittaja voi kiittää haastateltavaa tai antaa muun signaalin siitä, että haastattelu on ohi. Varsinaista loppujuontoa ei välttämättä tarvita.
4. **Kuvakulmat ja kuvituskuvat.** Morgan (2008, 130) luettelee erilaisia kuvakulmia, joiden pohjalta myös kuvituskuvia voi suunnitella ja toteuttaa. Näitä ovat muun muassa zoomaus sisään tai ulos, kallistus alas tai ylös, laajakulma, näkökulma (esimerkiksi näkymä haastateltavan olan takaa) sekä avaus- ja lopetuskuva.

### 3.5 Heikkouksien ja vahvuuksien arviointia

Ennen suunnitelman toteutusta eli videoiden kuvaamista on syytä tiedostaa, mitkä ovat formaatin ja toteutussuunnitelman vahvuudet, ja toisaalta mitä riskejä ja heikkouksia niissä on. Siten sudenkuoppien välttäminen on helpompaa, kun käytännön työ on alkanut. Tässä vaiheessa on syytä palata Morganin esittämiin kysymyksiin (alaluku 3.1.2). Morganin mukaan videoartikkeli on mahdollista toteuttaa, jos tekijä kykenee lähtötilanteessa vastaamaan kaikkiin kohtiin kyllä. (Morgan 2008, 112–113.)

**1. Onko artikkeli mahdollista toteuttaa?**

Kyllä (ks. seuraavat kohdat).

**2. Onko resursseja tarpeeksi?**

Kyllä. Morgan ei tarkenna, mitä hän tarkoittaa resursseilla, mutta jos niiksi lasketaan riittävä kalusto, työvoima, aika ja raha, kaikkia on tarpeeksi.

**3. Onko aikaa riittävästi?**

Kyllä.

**4. Onko tarina helposti lähestyttävä?**

Kyllä.

**5. Onko toteuttamiseen varaa?**

Kyllä.

Vastaus kaikkiin kysymyksiin on myönteinen, joten Morganin ehdot projektin toteuttamiselle täyttyvät lähtötilanteessa.

Lisäksi lähtötilanteessa on hyvä kiteyttää formaatin heikkouksia ja vahvuuksia. Vahvuuksia näyttäisivät tehdyn analyysin perusteella olevan:

- Videohaastatteluformaatti sopii hyvin muusikoille, koska he ovat tottuneet olemaan esillä, samasta syystä kuin se sopii esimerkiksi poliitikoille ja näyttelijöille. Heikommin videoformaatti voisi istua esimerkiksi viranomaisten ja asiantuntijoiden haastatteluihin.
- Työprosessi ei juuri poikkea kirjoittajan ja valokuvaajan yhteisestä tekstijuttukeikasta, joten kynnys onnistumiseen on kokemattomallakin videotoimittajalla matala.
- Formaatti sallii videon tekemisen niin itsenäiseksi artikkeliksi kuin osaksi isompaa kokonaisuutta.

Sen sijaan mahdollisia heikkouksia formaatissa ja prosessissa ovat:

- Haastateltavaksi mahtuu vain yksi henkilö, joten kokonaisen yhtyeen haastattelu ei ole mahdollinen. Musiikkilehdessä tätä voi pitää heikkoutena.
- On mahdollista, etteivät kysymykset ja vastaukset muodosta jämäkkää tarinan kaarta, jonka ansiosta videoartikkeli toimisi kokonaisuutena.
- Toimittajan ei välttämättä tarvitse olla kokenut esiintyjä, mutta hänen tulee olla itsevarma ja sujuva esiintyjä. Kysymysten kysyminen edellyttää selkeää ilmaisua. Formaatti ei sovi toimittajalle, jonka esiintymisvarmuus ei riitä pitämään jännitettä yllä siinä tapauksessa, että haastateltavan jännite herpaantuu.

## 4 Videoiden toteutus

### 4.1 Taustatyöt

Otin puhelimitse yhteyttä Roope Salmiseen torstaina 2. huhtikuuta 2015. Kuvailin Salmiselle formaatin idean, ja hän suostui haastatteluun. Sovimme, että video kuvattaisiin torstaina 9. huhtikuuta rockklubi Tavastialla Helsingin keskustassa.

Valitsin Proustin kysymyssarjasta 23 kysymystä, joista osaa muokkasin Salmisen taiteilijaprofiilin mukaisiksi ja osaa musiikkiin liittyviksi, noudattaen laatimaani ohjeistusta sukupuolibinääristä luopumisesta (liite 1). Esimerkiksi seuraavat sukupuolispesifit kysymykset yhdistin yhdeksi sukupuolineutraaliksi kysymykseksi, jota vielä muokkasin musiikkipainotteiseksi:

”What quality do you most like in a man?  
What quality do you most like in a woman?” (Senselist 2006.)

Näiden sijasta kysyin Salmiselta, kuka on hänen musiikillinen esikuvansa. Siten kysymysten tavoite tuoda esille haastateltavan ihanteita täyttyi ilman sukupuolibinääriä, ja samalla aihealue pysyi musiikissa. Noudatin samaa kaavaa myös Salmisen jälkeen tehdyssä Antti Tuiskun videohaastattelussa.

Käsikirjoitusta laatiessani katsoin YouTube-sivustolta kolmen näyttelijän – Morgan Freemanin, John Cusakin ja Julia Robertsin – Pivot Questionnaire -haastatteluosuudet *Inside the Actors Studio*ssa. Havaitsin, että varsinkin kysymykset suosikki- ja inhokkisanoista herättivät yleisössä aktiivisia reaktioita, joten lisäsin nuo kaksi kysymystä käsikirjoitukseeni. Myös lyhytensä vuoksi sanakysymykset tuntuivat järkevältä lisäykseltä, vaikka ne eivät esiinny kummassakaan Proustin alkuperäisistä kysymyssarjoista. Samasta syystä lisäsin myöhemmin Antti Tuiskun haastatteluun kysymykseen suosikkikirosanasta.

Taustatöinä tutustuin Salmisen esityksiin MTV3-kanavan *Tähdet, tähdet* -ohjelmassa, luin, kuuntelin ja katsoin hänen haastattelujaan lehdissä, televisiossa, videolla ja radiossa, kuuntelin hänen Roope Salminen & Koirat -yhtyeensä musiikkia ja katsoin Koirien musiikkivideot. Niistä toinen, *Reissumies*, julkaistiin huhtikuussa 2015 eli juuri ennen haastattelua ja se oli yksi syy siihen, että Salminen on ajankohtainen haastateltava.

Kysymyksiä muokatessani otin huomioon, että haastattelun tulee kertoa tarina – tätä korostavat niin Frechette (2013), Mäkelä ja Männistö (2009, 60) kuin Morgan (2008, 112). Mäkelän ja Männistön (2009, 60) mallin mukaisesti suunnittelin tarinalle alun, keskikohdan

ja lopun. (Koko videoartikkelin tarinan rakenne alkujuontoineen on kartoitettu luvussa 3.4.5.) Järjestelin kysymykset niin, että niistä sukeutui oma tarinansa: alkuun sijoitin yleisluontoisen kysymyksen haastateltavan olotilasta, sitten jatkoin musiikki- ja taidepainotteisiin kysymyksiin (esimerkiksi ”Millainen musiikki soi korviisi kauneimpana?”) ja lopulta etenin elämänfilosofisiin aiheisiin (esimerkiksi ”Mikä on mielestäsi kurjuuden alhaisin syvyys?”). Rakenteen tarkoituksena oli viedä sekä haastateltava että videon katsoja asteittain pinnallisemmista aiheista syvällisempien ääreen.

Haastattelumiljöökseksi oli Salmisen ehdotuksesta sovittu helsinkiläinen rockklubi Tavastia. Tavastia on Suomen ehkä kuuluisin rockklubi, ja Roope Salminen & Koirat -yhtye on esiintynyt siellä useita kertoja. Niinpä miljöö soveltui haastatteluun erinomaisesti. Myös tekniset syyt puhuivat paikkavalinnan puolesta: päiväsaikaan Tavastialla on mahdollista keskustella ilman meluhaittoja, ja siellä on useita eri paikkoja, joissa haastattelun voi toteuttaa. Salmisen ehdotuksesta päädyimme tekemään haastattelun Tavastian takahuoneeseen.

Antti Tuiskun hankkiminen haastateltavaksi oli pidempi prosessi kuin Roope Salmisen. Tuisku on myyntilukujensa ja pitkän uransa ansiosta Suomen suurimpia poptähtiä, enkä siis voinut olla häneen yhteydessä suoraan, vaan Warner Music Finland -levy-yhtiön tiedottajan kautta. Lopulta tiedottaja Aino-Kuutamo Uusitorppa ilmoitti minulle, että Tuisku suostuu Rumban videohaastatteluun. Sovimme ajakohdaksi torstain 21. huhtikuuta ja paikaksi Warner Music Finlandin toimiston Helsingin Töölössä.

Taustatöinä perehdyin lukuisiin Tuiskun haastatteluihin hänen uransa varrelta ja katsoin haastattelu- ja musiikkivideoita, joissa hän esiintyy. Lisäksi kuuntelin läpi seitsemän Tuiskun albumia, eli koko hänen tuotantonsa kahta joululevyä lukuun ottamatta. Valitsin kysymykset samalla periaatteella kuin Salmisen kysymykset, noudattaen itse laatimiani suosituksia (alaluku 3.3.3 ja liite 3). Pyrin valitsemaan ja muokkaamaan kysymyksiä vielä terävämmiksi kuin Salmisen haastattelussa, sillä halusin, että lopullisesta artikkelista tulisi vielä viihdyttävämpi ja yleisöä paremmin houkuttava.

Tein molemmissa tapauksissa taustatöitä enemmän kuin lopputuloksen kannalta olisi ollut välttämätöntä. Riittävän kattavan perustiedonhaun sain tehtyä sekä Salmisen että Tuiskun kohdalla noin tunnissa. Esimerkiksi Tuiskun koko tuotannon kuunteleminen ei olisi ollut lopputuloksen kannalta välttämätöntä. Tämä tulee ottaa huomioon formaatin lopullista kustannustehokkuutta arvioidessa.

## 4.2 Haastattelujen tekeminen

Roope Salmisen haastattelu tehtiin torstaina 9. huhtikuuta 2015 kello 15:30 Tavastia-klubin takahuoneessa. Ennen haastattelua kävin Rumban toimituksessa Markus Paajalan kanssa läpi käsikirjoituksen.

Paajala ja minä päätimme ennen haastattelua, että video kuvataan käsivarakameralla, vaikka alun perin olin suunnitellut, että kuvaamiseen käytettäisiin jalustaa. Totesimme, että käsivaratyö sopii paremmin musiikkijulkaisun videoartikkeliin (ks. myös alaluku 2.3).

Haastattelu kuvattiin nopeasti. Yhteensä prosessiin kului aikaa noin 25 minuuttia, sisältäen alkujuonnon läpikäynnin, kuvauskaluston pystyttämisen, tutustumisen Roope Salmiseen ja hänen perehdyttämisenä formaattiin, alkujuonnon harjoittamisen, kysymysten kysymisen ja niihin vastaamisen, noin kymmenen kysymyksen uusintaotot eri kuvakulmista, viiden kuvituskuvan kuvaamisen (lähikuva Roope Salminen & Koirat -yhtyeen tarrasta takahuoneen seinässä, kaksi eri suunnista kuvattua yleiskuvaa haastattelusta, lähikuva Salmisen kädestä ja kengistä ja lähikuva Salmisen kasvoista) sekä Salmisen hyvästelemisen ja kuvauskaluston purkamisen.

Ennen haastattelua olin erittäin jännittynyt. Vartaloni reagoi jännitykseen fyysisesti: minulla oli vaikeuksia kävellä eteenpäin ja hengittää. En muista kokeneeni tällaista jännitystä aikuisiälläni aikaisemmin, ja uskonkin sen johtuneen siitä, että koko projekti oli minun suunnittelemani ja pelkäsin, että sen epäonnistuminen olisi suuri henkilökohtainen tappio.

Jännitykseni kuitenkin lieveni, kun pääsimme tekemään haastattelua, eikä jännittämistä mielestäni huomaa esiintymisestäni videossa. Salminen taas vaikutti vilpittömän innostuneelta kysymyksistä, ja hän vastasi niihin napakasti ja kiinnostavasti. Haastattelu oli helppoa ja nopeaa toteuttaa, ja kysymyksiä kysyessäni huomasin, että niiden sisältö on viihdyttävää.

Salminen oli otollinen haastateltava formaatin ensimmäiseen jaksoon, sillä hän on kokenut esiintyjä. Hänen taustansa improvisaatioteatterissa tukee hänen kykyään vastata empimättä ja ilmaisuvoimaisesti vaikeisiinkin kysymyksiin. Hän pyysikin jo haastattelua sopeessamme, etten paljastaisi etukäteen, mitä aion kysyä.

Paajala sisällytti kuvaan paljon myös toimittajaa eli minua, vaikka alkuperäisessä suunnitelmassani alkujuonnon jälkeen kuvassa oli määrä näkyä vain haastateltavan. Tämä rat-

kaisu toimii lopputuloksessa, sillä haastattelu on kahden henkilön vuoropuhelu, ja myös toimittajan reaktiot ovat osa interaktiota.

Niinpä päätimme kuvata myös Antti Tuiskun haastattelun käsivaralla ja käytimme siinä samanlaisia kuvakulmia kuin Salmisen haastattelussa. Tuiskun haastattelua oli kuvaamassa apukuvaajana myös Pop Median työharjoittelija Lance Kooma. Haastattelu tehtiin tiistaina 21. huhtikuuta Warner Music Finland -levy-yhtiön tiloissa Helsingin Kampissa.

Tuiskun tapa vastata kysymyksiin oli erilainen kuin Salmisen. Siinä, missä Salminen vastasi lyhyesti ja napakasti, Tuisku puhui pitkään ja seikkaperäisesti. Oivalsin jo haastattelu-tilanteessa, että useita hänen vastauksiaan olisi editoidava videolta pois. Samalla ymmärsin, että toisen videon tyylistä tulisi syvällisempi ja verkkaisempi kuin ensimmäisen.

Jatkossa on hyvä muistaa, ettei haastattelu välttämättä sovi yhtä hyvin kokemattomammille tai epävarmoille haastateltaville tai toimittajille. Vaikka minulla on videoiden tekemisestä aiempaa kokemusta, formaatin toteuttaminen jännitti minua. Sain keskittyä jännitykseni käsittelemiseen, kun haastateltavat olivat pakottomia ja rauhallisia, eikä minun tarvinnut jännittää heidän puolestaan tai tehdä työtä heidän rentouttamisekseen.

#### **4.3 Editoiminen ja julkaisu**

Editoin Roope Salmisen videohaastattelun Markus Paajalan kanssa Pop Median tiloissa haastattelua seuraavana päivänä, perjantaina 10. huhtikuuta 2015. Editointiin meni aikaa noin kolme tuntia.

Editointiprosessi oli mutkaton ja nopea, sillä videon rakenne oli erittäin selkeä. Ensin Paajala ja minä poistimme haastattelusta kolme kysymystä, jotka tuntuivat epäinformatiivisilta ja jarruttivat tarinan kulkua. Nämä olivat ”Mitä piirrettä ihaillet näyttelijässä?”, ”Kuka on suosikkikoiras?” ja ”Kuka on reissaajaesikuvasi?”. Lisäksi lyhensimme haastattelua tyhjäkäynnin ja virheiden osalta: poistimme kohdan, jossa takeltelin erästä kysymystä esittäessäni, sekä kohdan, jossa Salminen mietti vastaustaan pitkään.

Editoimme tästä aiheutuneiden saumakohtien päälle kuvituskuvia. Näitä olivat lähikuva Roope Salminen & Koirat -yhtyeen tarrasta takahuoneen seinässä, kaksi eri suunnista kuvattua yleiskuvaa haastattelusta, lähikuva Salmisen kädestä ja kengistä sekä lähikuva Salmisen kasvoista. Lisäksi käytimme kahdessa kohdassa kuvituskuvana otteita Roope Salminen & Koirat -yhtyeen musiikkivideosta *Reissumies*.

Esitimme videon Pop Median edustajille, art director Jesse Huusarille ja digivastaava Saku Schildtille. He pitivät lopputulosta onnistuneena. Schildt sanoi olevansa tyytyväinen kysymyksiin ja haastattelutyylini sekä Salmisen vastauksiin. Huusarin mielestä leikkaus ja kuvakulmat toimivat erinomaisesti, ja hän kehui selkeää artikulointiä.

Schildtin mielestä alkujuonto oli kuitenkin liian pitkä, ja hän pyysi meitä joko lyhentämään sitä tai sijoittamaan sen lomaan lisää kuvituskuvaa. Tässä vaiheessa totesimme käyttäneemme kaiken kuvituskuvan, ja kun yritimme etsiä alkujuonnosta sopivia poistokelpoisia kohtia, havaitsimme, ettei sellaisia ollut. Niinpä päädyimme käyttämään kuvituksena Salmisen yhtyeen musiikkivideota.

Rumban taittaja Mikko Litmanen suunnitteli videoon uuden Rumba-tv-logon. Siten Salmisen videohaastattelusta tuli Rumba-tv-brändin ensimmäinen video.

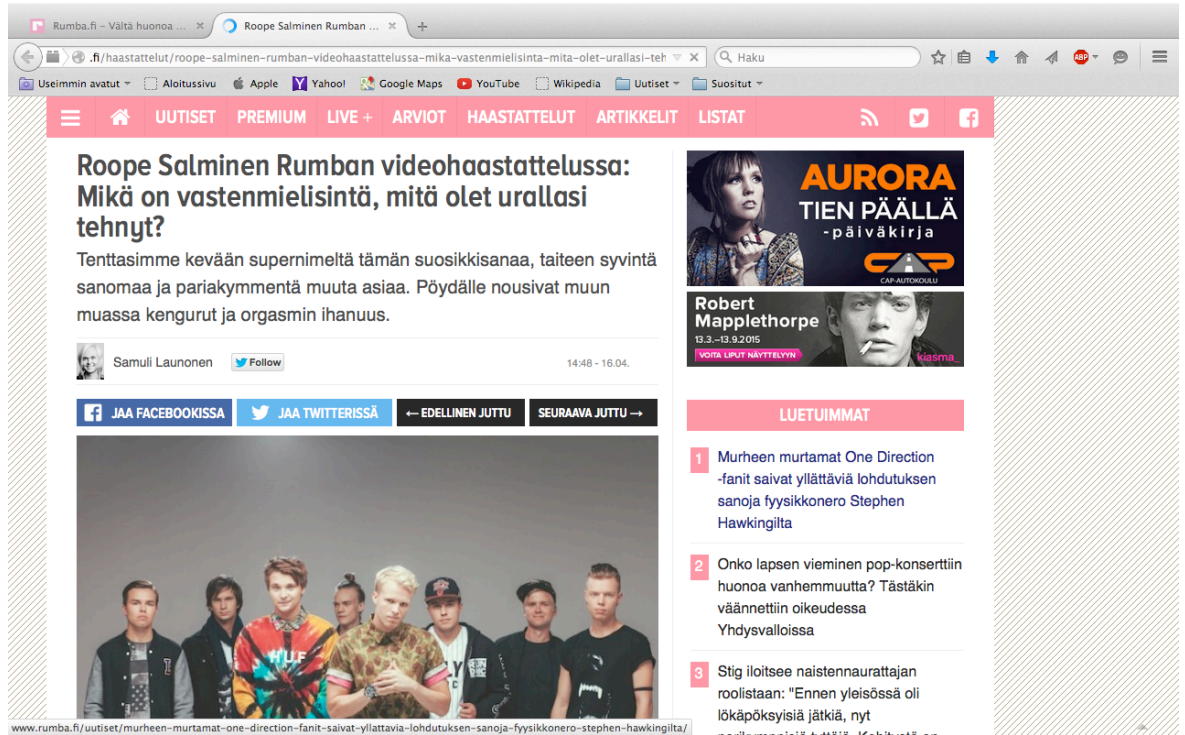
Salmisen haastattelu julkaistiin Rumban internetsivuilla 16. huhtikuuta 2015 kello 14:48 (kuva 1). Sille kertyi usean tunnin aikana joitakin jakoja sosiaalisessa mediassa, mutta ei toiveiden ja odotusten mukaista määrää. Vuorokauden kuluessa juttua oli jaettu Facebookissa ja Twitterissä vain 25 kertaa.

Mahdollinen syy jakojen vähyyteen paljastui, kun Salminen lähetti minulle sähköpostia, jossa hän kertoi, ettei videon ääni kuulunut mobiililaitteissa. Hän itse piti juuri tätä syynä siihen, ettei artikkeli ollut levinnyt sosiaalisessa mediassa laajempaan jakeluun.

Markus Paajala sai ääniongelman korjattua seuraavana aamuna. Ongelmana oli, että älykännyköiden monoäänentoisto ei kyennyt toistamaan stereona äänitettyä videota.



Kuva 1. Roope Salmisen haastattelu Rumban verkkosivulla. Kuvakaappaus 16.4.2015.  
Roope Salminen & Koirat -yhtyeen kuva: Warner Music Finland.



Paajala ja minä päädyimme tekemään seuraavat asiat eri tavalla toisessa haastattelussa:

- 1) Alkujuontoa lyhennetään. Nyt liiallinen pituus huomattiin leikkausvaiheessa, mutta mitään ei ollut mahdollista editoida pois jatkuvuuden kärsimättä.
- 2) Kuvituskuvaa kuvataan enemmän. Nyt kuvituskuvat riittivät juuri ja juuri peittämään saumakohtat, kun käytimme yhtenä kuvituksena Salmisen yhtyeen videota.
- 3) Kuvaaja ottaa käyttöön toisenkin kameran. Siten haastattelu tallentuu ilman ylimääräistä työtä kahdesta eri kuvakulmasta, joita voidaan lopputuloksessa yhdistellä.

Kaikki nämä muutokset toteutettiin Antti Tuiskun haastattelussa. Editoimme sen 22. huhtikuuta 2015, haastattelua seuraavana päivänä. Haastattelun kesto oli kaikkiaan noin 12 minuuttia, joten sen editointi oli työläämpää kuin Salmisen haastattelun. Toisaalta Tuiskun vastaukset olivat syvällisempiä ja tyyliiltään muuten erilaisia, joten videoartikkeli saikin kohteen mukaisesti olla pidempi.

Lyhensimme Tuiskun haastattelun pituuden noin puoleen sen alkuperäisestä keustosta. Jätimme pois useita kokonaisia kysymyksiä vastauksineen, ja lisäksi poistimme sekä haastateltavan että haastattelijan (minun) puheesta toistoja sekä tilkelauseita. Tällä kertaa meillä oli saumakohtien tilkkeeksi enemmän kuvituskuvaa ja eri kuvakulmista kuvattua haastattelua kuin ensimmäisessä haastattelussa. Käytimme kuvituskuvana myös Tuiskun uusia musiikkivideoita *Peto on irti* ja *Blaablaa (En kuule sanaakaan)*.

Jesse Huusari ja Saku Schildt antoivat myös Tuiskun videohaastattelusta myönteistä palautetta. Huusarin mukaan se lisäsi hänen Antti Tuisku -tietouttaan ja arvostustaan artistia kohtaan. Schildtin mielestä Tuiskun pitkät vastaukset olivat mielenkiintoisia. Niinpä emme lyhentäneet videota enempää, vaan jätimme sen vajaan seitsemän minuutin mittaiseksi.

Tuiskun haastattelu julkaistiin Rumban verkkosivuilla 27. huhtikuuta 2015 kello 12:55. Rumba nosti sen verkkosivujen pääartikkeliksi (kuva 2), ja jo ensimmäisen tunnin aikana se keräsi kymmeniä jakoja sosiaalisessa mediassa. Iltaan mennessä jakoja oli kertynyt yli 150, ja lopulta artikkeli sai 659 jakoa, joista Facebookissa 653 ja Twitterissä kuusi.

*Kuva 2. Rumban internetsivujen etusivu 27. huhtikuuta 2015. Kuvakaappaus 27.4.2015. Antti Tuiskun kuva: Markus Paajala.*

Rumba.fi - Väitä huonoa ...

www.rumba.fi

Haku

Uuseimmin avatut Aloitus sivu Apple Yahoo! Google Maps YouTube Wikipedia Uutiset Suositut

etsi Rumbasta

UUTISET PREMIUM LIVE + ARVIOT HAASTattelut ARTIKKELIT LISTAT

**Antti Tuisku Rumban videohaastattelussa: Muusikon täytyy herättää paheksuntaa**

Antti Tuiskun musiikillinen täyskäännös on herättänyt äärimmäisiä tunteita – ja varmistanut, että popikoni pysyy puheenaiheena uransa toisellakin vuosikymmenellä. Tuisku avasi Rumballe taidettaan ja tarkoitusperiaän kuuluisan persoonallisuustestin avulla.

14:54 - 27.04.

**Tidalista väännetään jälleen – Jay Z puolusti palveluaan Twitterissä. Kanue**

**AURORA TIEN PÄÄLLÄ -päiväkirja**

Robert Mapplethorpe

18.3.–18.9.2015

VOIKKA LUOT NAUTTIELYIN

**LUETUIMMAT**

- 1 Murheen murtamat One Direction -fanit saivat yllättäviä lohdutuksen sanoja fyysikkonero Stephen Hawkingilta
- 2 Onko lapsen vieminen pop-konserttiin huonoa vanhemmuutta? Tästäkin väännettiin oikeudessa Yhdysvalloissa

www.rumba.fi/kilpailut/robert-mapplethorpen-ja-patti-smithin-henki-elaa-viisi-new-yorkin-olennaista-rock-pariskuntaa-seka-mapplethorpe-kilpailu/

## 5 Tulokset

### 5.1 Oman oppimiseni arviointi

Omaksuin opinnäytetyötä toteuttaessani valtavan määrän uutta tietoa. Oppiminen kattoi niin videojournalismin teorian kuin videoartikkelin teknisen toteutuksen ja henkilökohtaisen ammattitaitoni ja toimittajaidentiteettini entistä kirkkaamman hahmottamisen.

Henkilökohtaisella tasolla opin hillitsemään jännitystä ja voittamaan pelkojani – sekä käsittelemään pettymystä. Ensimmäinen video ei ollut yleisömenestys, mutta silti toiseenkin videoon piti suhtautua ennakolta menestystuotteena ja lähteä liikkeelle oletuksesta, että se kelpaa yleisölle.

Opin yhä lisää myös kameran edessä esiintymisestä. Oman esiintymiseni katsominen on minulle usein vaikeaa, mutta tiedän sen olevan ainoa tapa kehittyä sujuvammaksi esiintyjäksi. Nytkin olin yhtäältä tyytyväinen siihen, että esiinnyn videoilla reippaasti ja artikuloin selkeästi, mutta toisaalta löysin esiintymisestäni korjattavaa, kuten taipumuksen menettää äänestäni energisyyttä haastattelun edetessä. Tämä korostui erityisesti Antti Tuiskun haastattelussa, enkä huomannut sitä haastatteluntekutilanteessa lainkaan. Jatkossa osaan kiinnittää tietoisesti huomiota siihen, että ääneni pysyy pontevana loppuun saakka.

Videoiden tekniikassa selkein läksyni oli, että äänen ja kuvan toimivuus tulee tarkistaa ennen julkaisua kaikilla tavoilla. Tämän opin, kun ilmeni, että Roope Salmisen haastattelun äänet eivät kuuluneet mobiilistoissa lainkaan. En ollut tullut ajatelleeksi, että mobiilistoikin on testattava etukäteen. Oli ikävää, että Roope Salminen joutui itse huomauttamaan asiasta.

Toinen kantapään kautta oppimani asia oli, että kuvauspaikan valintaan tulee panostaa. Roope Salmisen haastattelu ympäristöksi valikoitui kuvauksellinen Tavastian takahuone, mutta Antti Tuiskun haastattelu kuvattiin kalseassa ja kliinisessä levy-yhtiön toimistossa, jonka valkoinen seinä antoi kuvalle karun taustan. Jos olisin pyytänyt yhtiön tiedottajalta etukäteen mahdollisimman kuvauksellista paikkaa, hän olisi saattanut varata meille esimerkiksi jonkin muun huoneen levy-yhtiön tiloista.

Opin myös vastuunkantoa omasta suunnitelmastani. Olen pitänyt itseäni enemmänkin pätevänä toteuttajana muiden luomille formaateille ja juttuideoille kuin visionäärinä, ja nyt tein ensimmäistä kertaa itse kaiken alusta loppuun. Lopputuotteet ovat mielestäni taso-

kasta joskaan eivät poikkeuksellisen häikäisevää musiikkijournalismia, ja uskon jatkossakin tarvittaessa kykeneväni erilaisten konseptien suunnittelemiseen ja toteuttamiseen.

Olen tyytyväinen siihen, että pidin aiheen tarkasti rajattuna. Tiesin koko ajan, mitä, milloin ja mihin olin tekemässä. Aika ei missään vaiheessa kevättä uhannut loppua kesken.

Videonteon lainalaisuuksista opin muun muassa sen, että hyvä käsikirjoitus on lähes valmis videoartikkeli, kunhan tekniikan toimivuudesta pidetään huoli.

## 5.2 Tavoitteiden täytyminen

Luvussa 1.2 luetteloin kriteerit, joiden perusteella voidaan arvioida, onnistuinko videoformaatin luomisessa. Nyt on aika tarkastella onnistumista. Kertaan ensin tavoitteiden täyttymisen ehdot ja sitten arvioin niiden täyttymisen:

### 1. Toteutuksen kustannustehokkuus.

**Ehdot:** Jos videot valmistuvat suhteellisen vähällä ajallisella ja taloudellisella panostuksella, kustannustehokkuuden vaatimus on täyttynyt. Verrokkina on vastaavan pelkkää tekstiä sisältävän artikkelin edellyttämä työ: video on kustannustehokas, jos sen tekemiseen ei kulu olennaisesti enempää resursseja kuin vastaavan ei-monimediaalisen artikkelin tekemiseen kuluisi.

**Tulos:** Kriteeri täyttyi – onnistuin luomaan taloudellisesti ja ajallisesti kustannustehokkaan formaatin.

Tein kummankin artikkelin pohjaksi enemmän taustatöitä kuin ne olisivat vaatineet: esimerkiksi Antti Tuiskun koko tuotannon kuunteleminen ei olisi ollut haastattelun tekemisen kannalta pakollista. Jos mukaan kuitenkin lasketaan vain välttämätön perustiedonhaku sekä editointi, yhden videoartikkelin toteuttamiseen meni aikaa yhteensä alle viisi tuntia, pois lukien Roope Salmisen haastattelun ääniongelmien korjaaminen.

Voidaan olettaa, että formaatin seuraaviin jaksoihin aikaa menee aina vähemmän, kun teko-prosessi tulee tekijöille tutummaksi. Niinpä tavoite kustannustehokkuudesta toteutui: aikaa ja rahaa ei mennyt olennaisesti enempää kuin vastaavaan ei-monimediaaliseen artikkeliin.

### 2. Formaatin sopivuus Rumballe.

**Ehdot:** Kriteeri täyttyy, jos Rumban toimitus antaa videoista myönteistä palautetta ja päätyy julkaisemaan ne. Mikäli Rumba päätyy jatkamaan formaatin toteuttamista, voi tilannetta pitää

riemuvoittona, mutta tämä ei ole edellytys sille, että produktia voi pitää onnistuneena. Sen tärkein tavoite on käynnistää Rumban sivuilla omien videosisältöjen tuotanto ja julkaiseminen, noudattivat videot jatkossa sitten tätä tai muuta formaattia.

**Tulos:** Kriteeri täyttyi. Videoista tuli uuden Rumba-tv-brändin ensimmäiset omat tuotannot. Toimitukset jäsenet antoivat niiden sisällöstä yksimielisen hyvää palautetta. Schildtin mukaan formaattia on tarkoitus myös jatkaa tulevaisuudessa.

Laadin opinnäytetyöni pohjalta Rumballe myös ohjeistuksen videohaastattelujen tekemisestä (liite 5). Toivon, että toimitukselle on siitä hyötyä. Ohjeet on tarkoitettu sovellettavaksi myös muiden kuin formaattini mukaan tehtyjen videohaastattelujen tekemisessä.

### 3. Toteutuksen helppous.

**Ehdot:** Helppouteen kuuluvat liikutettavuus eli kuvauksen järjestettävyyys erilaisissa paikoissa ja käsikirjoituksen nopea sovittaminen eri haastateltavien mukaiseksi.

**Tulos:** Kriteeri täyttyi. Salmisen ja Tuiskun haastattelut toteutettiin keskenään erilaisissa ympäristöissä, jotka kumpikin palvelivat videoartikkelien tarpeita. Etenkin Tavastian takahuoneen valikoituminen Salmisen haastattelun lopulliseksi miljööksi viime hetkellä vahvisti formaatin liikkuvuuden: formaatti voidaan toteuttaa mitä erilaisimmissa paikoissa, ja ne voidaan valita lyhyellä varoajalla. Käsikirjoitus oli hyvin helppoa sovittaa eri haastateltaville. Suurin haaste oli ensimmäisen käsikirjoituksen laatiminen, ja kun se oli valmis, toinen syntyi nopeasti ensimmäistä varioimalla.

### 4. Lopputuloksen korkea taso ja suosio.

**Ehdot:** Korkea taso määrittänyt oman arvioni ja saamani palautteen mukaan. Lopputuloksen arvioinnissa on huomioitava tekijöiden kokemus ja taidot, eikä sen tarvitse olla maailmanluokan videojournalismia täyttääkseen kriteerit. Pääasia on, että artikkeli toimii tarinallisesti ja kuvallisesti niin hyvin, että se kelpaa julkaistavaksi ja että katsoja seuraa sitä mielellään.

Formaatti on tarkoitettu palvelemaan ensisijaisesti lukijoiden tarpeita, kuten muutkin sivujen sisällöt. Esimerkiksi jakojen ja tykkäysten määrä sosiaalisessa mediassa sekä mahdollinen lukijapalaute kertovat, kuinka suosittuja sisältöjä formaatilla on mahdollista tehdä. Rumbassa suosituimmat artikkelit voivat saada jopa yli tuhat jakoa, mutta yleisemmin jakoja tulee joitakin kymmeniä. Jos artikkeli saa satoja jakoja, sitä voi pitää hittinä.

**Tulos:** Korkean tason kriteeri täyttyi molemmissa videoissa. Saimme aikaiseksi videojournalismia, joka päättyi julkaistuksi. Sain kaikilta videot nähneiltä henkilöiltä myönteistä palautetta niiden tasosta. Myös oman arvostelukykyäni mukaan ne edustavat journalistiset standardit läpäisevää videojournalismia.

Suosiokriteeri ei Roope Salmisen haastattelun kohdalla täyttnyt. Artikkelijäi sosiaalisen median jakomäärässä mitattuna pettymykseksi: jakoja ja tykkäyksiä kertyi Facebookissa ja Twitterissä yhteensä 25. On todennäköistä, että jaot jäivät vähiin ainakin osittain siksi, ettei haastattelun ääni kuulunut mobiililaitteissa. Salminen ei myöskään tietävästi jakanut artikkelia esimerkiksi yhteensä verkko- tai Facebook-sivuilla.

Sen sijaan Antti Tuiskun haastattelu nousi lyhyessä ajassa suosituksi. Jo ensimmäisen kolmen tunnin aikana se sai Facebookissa ja Twitterissä yli sata jakoja ja tykkäystä. Lopulta jakoja kertyi 659, mikä on Rumban artikkelille korkea luku.

Tuiskun henkilökohtainen suosio on varmasti yksi syy artikkelin nopeaan leviämiseen, mutta uskon myös artikkelin itsessään olleen vetovoimainen, sillä esimerkiksi Rumbaa suurempien sivustojen, kuten Nelosen, Ilta-Sanomien ja MTV3:n, Tuisku-artikkelit eivät useassa viikossa ole saavuttaneet edes sitä suosiota, jonka Rumban juttu sai jo ensimmäisen tunnin aikana.

## 6 Loppusanat

Roope Salmisen ja Antti Tuiskun videohaastattelut ovat tahdiltaan, sisällöltään ja tunnelmaltaan aivan erilaiset, vaikka ne perustuvat samoihin kysymyksiin. Tämä kertoo, että opinnäytetyönä luomani formaatti soveltuu mitä erilaisimpien muusikoiden haastattelemiseen ilman, että se alkaa toistaa itseään.

Pidänkin opinnäytetyöni tuloksia onnistuneina: kaikki onnistumiselle asettamani ehdot täyttyivät vähintään tyydyttävästi, usein erinomaisesti (luku 5.2).

Produktini vaikutuksesta Suomen johtava musiikkilehti lanseerasi oman videobrändinsä eli Rumba-tv:n. Riippumatta siitä, jatkaako Rumba formaattia sellaisena kuin sen suunniteltiin, onnistuin mielestäni tavoitteessani osoittaa käytännössä, että Rumba voi tuottaa korkeatasoisia omia videoita kustannustehokkaasti.

Samalla opin valtavan määrän uutta tietoa videoartikkelien tekemisestä ja sain kohdata ammatti-identiteettiini ja osaamiseeni liittyviä pelkoja tavalla, joka toisinaan aiheutti henkistä kirvelyä ja jopa pakokauhua, mutta joka on tehokkain tapa kehittyä paremmaksi videotoimittajaksi, ja ylipäätään paremmaksi journalistiksi.

Työn ansiosta suhteeni videojournalismiin lujittui entisestään. Projekti pönkitti haluani luoda yhä monipuolisempia ja kunnianhimoisempia videoita, ja kehittyä yhä dynaamisemmaksi käsikirjoittajaksi, esiintyjäksi ja editoijaksi.

Uskon, että opinnäytetyölläni on oma, pieni mutta uljas osuutensa itse tehtyjen videoartikkelien kasvutarinassa osaksi suomalaista musiikkiverkkojournalismia.

## Lähteet

Apajalahti, H. 2013. Media murtuu – uusi suomalainen kuvajournalismi nousee. Opinnäytetyö. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu, journalismi. Helsinki. Luettavissa: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/67077/ApajalahtiONTKuvajournalismi.pdf?sequence=1/>. Luettu 24.3.2015.

Elliott, A. 2013. The Second Largest Search Engine (Infographic). Social Media Today. Charlottesville, Virginia, Yhdysvallat. Luettavissa: <http://www.socialmediatoday.com/content/second-largest-search-engine-infographic/>. Luettu 25.3.2015.

Film Reference 2015. From Musicals to Music Videos. Verkoartikkeli. Illinois, Yhdysvallat. Luettavissa: <http://www.filmreference.com/encyclopedia/Criticism-Ideology/Dance-FROM-MUSICALS-TO-MUSIC-VIDEOS.html>. Luettu: 27.3.2015.

Flinkkilä, J. 2014. Janne Flinkkilän avoin kirje Rumballe ja sen lukijoille. Nalleosterman.fi. Turku. Luettavissa: <http://nalleosterman.blogspot.fi/2014/10/janne-flinkkilan-avoin-kirje-rumballe.html>. Luettu 24.3.2015.

Frechette, C. 2013 (päivitetty 2014). What Journalists Need to Know About Interviewing for Video. Poynter. St. Petersburg, Florida, Yhdysvallat. Luettavissa: <http://www.poynter.org/news/media-innovation/202713/what-journalists-need-to-know-about-interviewing-for-video/>. Luettu: 31.3.2015.

Fräntilä, J. 2014. Tasa-arvoisen avioliittolain innostamana listasimme voimaannuttavia 2000-luvun gay anthemeita – Mukana myös Timo Soinin näköinen mies. Rumba.fi. Helsinki. Luettavissa: <http://www.rumba.fi/uutiset/tasa-arvoisen-avioliittolain-innostamana-listasimme-voimaannuttavia-2000-luvun-gay-anthemeita-mukana-myos-timo-soinin-nakoinen-mies/>. Luettu: 30.3.2015.

Henry, C. 2009. What Makes a Link Worthy Post – Part I. The Moz Blog. Seattle, Washington, Yhdysvallat. Luettavissa: <http://moz.com/blog/what-makes-a-link-worthy-post-part-1/>. Luettu 25.3.2015.

Junkkari, M. & Luukka, T. 2015. Urpilainen suree kokoamansa rakennepaketin romuttamista. Helsingin Sanomat / HS.fi. Helsinki. Luettavissa: <http://www.hs.fi/politiikka/a1426822816043>. Luettu: 27.3.2015.



- Kokkonen, V. 2014. Haastattelussa The National -yhtyeen laulaja Matt Berninger. Yle Areena. Suomi. Luettavissa: <http://areena.yle.fi/tv/2360367>. Luettu: 31.3.2015.
- Kostel, M. (tuottaja) 1998. Inside the Actors Studio. Kausi 5, jakso 1, James Liptonin vieraina Meryl Streep. New York, New York, Yhdysvallat. Katsottavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=doGNu9ffezU>. Katsottu: 26.3.2015.
- Lamb, B. 2015. What Is Pop Music? About.com / About Entertainment. New York, New York, Yhdysvallat. Luettavissa: <http://top40.about.com/od/popmusic101/a/popmusic.htm>. Luettu: 30.3.2015.
- Launonen, S. 2015. Tämä varuste voi pelastaa henkesi – testasimme liukuesteet ja nasatakengät. Iltasanomat / IS.fi. Sanoma Oyj. Helsinki. Luettavissa: <http://www.iltasanomat.fi/hyvaolo/art-1421899457136.html>. Luettu: 31.3.2015.
- Leinonen, J. 2013. Tv-ohjelmaformaatin uudistaminen Suomessa. Opinnäytetyö. Lahden ammattikorkeakoulu, viestintä. Lahti. Luettavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/59002/Leinonen\\_Jannika.pdf?sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/59002/Leinonen_Jannika.pdf?sequence=1). Luettu: 25.3.2015.
- Lähde, A. 2015. Soundi-lehteä tehdään nykyään muille kuin nuorille. Aamulehti Kulttuuri. Alma Media. Tampere. Luettavissa: <http://www.aamulehti.fi/Kulttuuri/1194964819392/artikkeli/soundi-lehteä+tehdään+nykyään+muille+kuin+nuorille.html/>. Luettu: 25.3.2015.
- MacKenzie, S. 2005. Lauren Bacall: The Moments That Last. The Guardian. Lontoo, Iso-Britannia. Luettavissa: <http://www.theguardian.com/film/2005/apr/02/biography.film>. Luettu: 27.3.2015.
- Media College 2015. Framing Interview Shots. Te Awamutu, Uusi-Seelanti. Luettavissa: <http://www.mediacollege.com/video/interviews/framing.html>. Luettu: 31.3.2015.
- Meriluoto, S. 2011. Monimediaalisuus sanomalehden toimitustyössä. Pro gradu 2011. Tampereen yliopisto, tiedotusoppi. Tampere. Luettavissa: <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/82468/gradu04980.pdf?sequence=1>. Luettu: 24.3.2015.
- Morgan, V. 2008. Practicing Videojournalism. Routledge. London & New York.

Mäenpää, J. ja Männistö, A. 2009. Kun kaikki videoivat kaikkea – Liikkuva kuva sanomalehden sivuilla. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitos, Tampere. Luettavissa: <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/65386/978-951-44-7750-8.pdf?sequence=1>. Luettu: 24.3.2015.

Pop Media. 2015. Pop Media yrityksenä. Helsinki. Luettavissa: <http://www.popmedia.fi/tyopaikat/>. Luettu: 24.3.2015.

Rantamartti, T. 2014. Aluelehtiä aletaan tehdä verkko edellä. Yle.fi Uutiset. Perämeri. Luettavissa: [http://yle.fi/uutiset/aluelehtia\\_aletaan\\_tehda\\_verkko\\_edella/7629101](http://yle.fi/uutiset/aluelehtia_aletaan_tehda_verkko_edella/7629101). Luettu: 25.3.2015.

Riding, A. 2002. Venturing Outside Actors Studio (to Paris). The New York Times. New York, New York, Yhdysvallat. Luettavissa: <http://www.nytimes.com/2002/09/10/arts/arts-abroad-venturing-outside-actors-studio-to-paris.html/>. Luettu: 26.3.2015.

Rumba 2014. Rumban konsepti uudistuu – Painopistettä siirretään verkkoon, ilmestymisväli harvenee. Rumba.fi. Helsinki. Luettavissa: [http://www.rumba.fi/uutiset/rumban-konsepti-uudistuu-painopistetta-siirretaan-verkkoon-lehden-ilmestymisvali-harvenee/?utm\\_source=feedburner&utm\\_medium=feed&utm\\_campaign=Feed%3A+rumbafi+%28Rumba.fi%29/](http://www.rumba.fi/uutiset/rumban-konsepti-uudistuu-painopistetta-siirretaan-verkkoon-lehden-ilmestymisvali-harvenee/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+rumbafi+%28Rumba.fi%29/). Luettu: 25.3.2015.

Ruoho, I. ja Torkkola, S. 2010. Journalismin sukupuoli. Tampereen yliopiston journalismin tutkimusyksikkö, Vastapaino. Tampere.

Sainio, J. 2006. Videojournalismin tavoitteet ja niiden toteutuminen MTV3:n uutistoimituksessa. Opinnäytetyö. Diakonia-ammattikorkeakoulu, viestinnän koulutusohjelma. Turku. Luettavissa: [http://kirjastot.diak.fi/files/diak\\_lib/Turku2006/SainioJohanna\\_06.pdf](http://kirjastot.diak.fi/files/diak_lib/Turku2006/SainioJohanna_06.pdf). Luettu: 25.3.2015.

Savage, J. 2011. The Columbus Day Riot: Frank Sinatra is Pop's First Star. The Guardian. Lontoo, Iso-Britannia. Luettavissa: <http://www.theguardian.com/music/2011/jun/11/frank-sinatra-pop-star>. Luettu: 30.3.2015.

Schimke, P. 2013. Music Through the Years. Paow Magazine. Tukholma, Ruotsi. Luettavissa: <http://paowmagazine.com/music-has-changed-through-the-years/>. Luettu: 27.3.2015.

Senselist 2006. The Questionnaires of James Lipton, Bernard Pivot, and Marcel Proust. Alt Concepts. San Diego, Kalifornia, Yhdysvallat. Luettavissa:

<http://senselist.com/2006/09/06/the-questionnaires-of-james-lipton-bernard-pivot-and-marcel-proust/>. Luettu: 24.3.2015.

Schildt, S. 2015. Rumban toimituspäällikkö ja digisisältövastaava Saku Schildtin henkilökohtainen haastattelu 4.3.2015. Helsinki.

Schoenfeld, A. 2012. The Impact of Facebook Timeline for Brands (Study). Simply Measured. Seattle, Washington, Yhdysvallat. Luettavissa:

<http://simplymeasured.com/blog/2012/03/27/the-impact-of-facebook-timeline-for-brands-study/>. Luettu; 25.3.2015.

Sibley, A. 2012. 19 Reasons You Should Include Visual Content in Your Marketing. Hubspot. Dublin, Irlanti / Cambridge, Massachusetts, Yhdysvallat. Luettavissa:

<http://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/33423/19-Reasons-You-Should-Include-Visual-Content-in-Your-Marketing-Data.aspx/>. Luettu: 25.3.2015.

Tainola, R. 2014. Janna Hurmerinta muusikon ammatista Tainola Show'ssa: "Tämä on raadollinen ala". Ilta-Sanomat / IS.fi, Sanoma Oyj. Helsinki. Luettavissa:

<http://www.iltasanomat.fi/viihde/art-1288733457679.html>. Luettu: 27.3.2015.

Vanity Fair. 2008. Prust Questionnaire: Mia Farrow. New York, New York, Yhdysvallat.

Luettavissa: [http://www.vanityfair.com/style/2008/01/proust\\_farrow200801](http://www.vanityfair.com/style/2008/01/proust_farrow200801). Luettu: 27.3.2015.

Vanity Fair. 2009. Turbo Proust! Vanity Fair Presents the Proust Questionnaire. New York, New York, Yhdysvallat. Luettavissa:

<http://www.vanityfair.com/culture/2009/10/proust-questionnaire/>. Luettu: 26.3.2015.

Vanity Fair. 2011. Proust Questionnaire: Lauren Bacall. New York, New York, Yhdysvallat.

Luettavissa: <http://www.vanityfair.com/culture/2004/04/proust-lauren-bacall-200404/>. Luettu: 24.3.2015.

Vanity Fair. 2013. Proust Questionnaire: Robert De Niro. New York, New York, Yhdysvallat.

Luettavissa: <http://www.vanityfair.com/hollywood/2013/03/proust-questionnaire-robert-de-niro>. Luettu: 27.3.2015.

Verill, A. 2013. B2B Demand Generation Benchmark. Software Advice. Austin, Texas, Yhdysvallat. Luettavissa: <http://www.softwareadvice.com/crm/industryview/demand-generation-benchmark-report-2013/>. Luettu: 25.3.2015.

Worsfold, P.J.2007. Case Study: the Evolution of MTV and Much Music. Crux Strategies and Media Inc. Vancouver, Kanada. Luettavissa: <http://keycorner.org/pub/text/music/case-study-evolution-mtv-and-muchmusic.html>. Luettu: 30.3.2015.

Åkerlund, J. (ohj.) 2006. Madonna: The Confessions Tour. Behind the Scenes Feature. DVD. Warner Brothers Records. New York, New York, Yhdysvallat.

Yle.fi 2014. Yle nostaa verkon ja kumppanuuden strategiansa kärjiksi. Yle yhtiönä - verkkosivu. Suomi. Luettavissa: <http://yle.fi/yleisradio/ajankohtaista/yle-nostaa-verkon-ja-kumppanuudet-strategiansa-karjiksi/>. Luettu: 27.3.2015.

## Liitteet

### Liite 1. Roope Salmisen haastattelun käsikirjoitus

#### 1. Alkujuonto

(Kameralle, yht noin 10 sek:) Tässä istuu kevään näkyvin ja kuuluvin moottoriturpa, Roope Salmi-  
nen.

(Roopelle:) Olet nyt aivan kaikkialla: televisiossa, komediaklubeilla, keikkalavoilla, radiossa ja pitkin  
nettiä. Sinua ei kerta kaikkiaan pääse pakoon. Nyt kun pääsit pistäytymään täällä Tavastialla, niin  
mitä jos hyppäisimme 1800-luvun lopulle ja tekisimme sinulle vanhan ajan ihmiskokeen?

Olet hyvässä seurassa: Taiteilijakollegasi kautta historian ovat vastanneet näihin kysymyksiin.

#### 2. Haastattelu

- Kuvataan putkeen, suoraan alkujuonnon perään, editoidaan lopulta 10–15 kysymyksen  
mittaiseksi. Kesto yht noin 3–5 min.
- Kuvakulma: *kolmanneksen sääntö* eli Salminen kuvassa yksin, kasvot vasemman- tai oi-  
keanpuoleisen pystykolmanneksen puolella. (Pääasia, etteivät kasvot ole kuvan keskellä.)
- Kuvakulmaa voi hetkittäin elävöittää esimerkiksi zoomauksella sisään tai ulos, kallistuksella  
alas tai ylös, laajakulmalla tai näkökulmalla (esimerkiksi näkymä haastateltavan olan ta-  
kaa).
- Pään ylle jätetään tilaa, toimittaja jää kameran ulkopuolelle ja Salmisen katseen on kohdis-  
tuttava toiseen suuntaan kuin missä hän itse istuu.

##### 2.1 Kysymykset (toimittaja lukee paperilta):

1. Mikä mielentila sinua hallitsee juuri nyt?
2. Mikä on suosikkisanasi?
3. Mikä on inhokkisanasi?
4. Ketkä ovat musiikillisia esikuviasi?
5. Mitä piirrettä ihaillet muusikossa?
6. Mitä piirrettä ihaillet näyttelijässä?
7. Ketä fiktiivistä hahmoa ihaillet?
8. Ketä todellista hahmoa ihaillet?
9. Millainen musiikki soi korviisi kauneimpana?
10. Millainen musiikki saa sinut voimaan pahoin?
11. Mikä on ollut esiintyjän urasi tärkein hetki?
12. Mikä on vastenmielisintä, mitä olet joutunut urallasi tekemään?
13. Mikä on paras luonteenpiirteesi?
14. Mistä ikävästä luonteenpiirteestäsi pidät eniten?
15. Jos et saisi olla sinä, kuka muu valitsisit olla?
16. Minkä yliluonnollisen kyvyn haluaisit hallita?
17. Minkä luonnollisen kyvyn haluaisit hallita (sellaisen, jota et vielä hallitse)?
18. Ketä historian henkilöä halveksut?
19. Mikä on mielestäsi kurjuuden alhaisin syvyys?
20. Mikä on maallisen onnen huipentuma?
21. Mikä on taiteesi tärkein sanoma?
22. Mikä on ohjenuorasi elämässä?

### 3. Viimeinen kuva

Kamera siirtyy haastateltavasta kauemmaksi niin, että myös toimittaja näkyy taas kuvassa. Toimittaja kiittää haastateltavaa tai antaa muun signaalin siitä, että haastattelu on ohi. Varsinaista loppujuontoa ei välttämättä tarvita.

### 4. Kuvituskuvat

Ennen haastattelua ja/tai sen jälkeen voidaan ottaa seuraavia kuvituskuvia:

- Kuvaa toimittajasta ja haastateltavasta asettumassa haastatteluasetelmaan (varmuuden vuoksi, voi olla ettei tätä edes tarvita)
- Yksityiskohtakuvaa esimerkiksi haastateltavan käsistä tms luontevasta kohteesta (näitä tarvitaan muutama peittämään leikkauksia)
- Yksityiskohtaotoksia haastattelumiljööstä (myös näillä voi tilkitä leikkauskohtia)

### 5. Tekstiosuus

Lyhyt henkilöesittely, Koirien historia ja linkki Reissumies-musiikkivideoon.

## Liite 2. Roope Salmisen haastatteluvideo ja leipäteksti

**Linkki artikkeliin:** <http://www.rumba.fi/haastattelut/roope-salminen-rumban-videohaastattelussa-mika-vastenmielisinta-mita-olet-urallasi-tehnyt/>

**Linkki pelkkään videoon:** <https://vimeo.com/user14787504/review/125133246/fab83794ba>

#### Leipäteksti:

<otsikko>Roope Salminen Rumban videohaastattelussa: Mikä on vastenmielisintä, mitä olet urallasi tehnyt?

<ingressi>Tenttasimme kevään supernimeltä suosikkisanaa, taiteen syvintä sanomaa ja pariakymmentä muuta asiaa. Pöydälle nousivat muun muassa kengurut ja orgasmin ihanuus.

<teksti>– Juuri nyt en tekisi mitään mieluummin kuin aikahypyn 1800-luvun lopulle, **Roope Salmi-****nen** sanoi Rumballe Tavastia-klubin takahuoneessa.

Saamansa piti. Tartuimme aikakoneeseen ja teimme 25-vuotiaalle muusikko-näyttelijä-juontajalle ikivanhan ihmiskokeen, niin kutsutun Proustin kyselyn.

Kysely nousi julkisuuteen 1800-luvun lopulla, kun ranskalainen kirjailija **Marcel Proust** (1871–1922) vastasi sen muunnelmiin ensin 13- ja sitten 20-vuotiaana.

Oman variaationsa kysymyspatteristosta toteutti ranskalainen talk show -isäntä **Bernard Pivot**, joka tenttasi vieraitaan 1991–2001 keskusteluohjelmassaan *Bouillon de Culture*.

Pivot'ilta kysymyssarjan nappasi **James Lipton** amerikkalaistettuna muunnelmana tv-ohjelmaansa *Tähdet kertovat (Inside the Actors Studio, 1994–)*. Näyttelijälegendat **Lauren Bacallista Morgan Freemaniin** ja **Meryl Streepiin** ovat vastauksillaan paljastaneet Liptonille olennaisia ja yllättäviä asioita arvomaailmastaan ja taiteestaan.

Myös amerikkalainen viihdelehti Vanity Fair päättää jokaisen numeronsa omaan versioonsa Proustin kyselystä.

Päivitimme kyselyä ja räätälöimme sen Salmiselle. Hän ei halunnut tietää etukäteen yhtäkään kysymystä, joten vastaukset tippuivat mikrofoniiin spontaaneina ja sydämestä.

Videolta selviää muun muassa, mikä on vastenmielisintä, mitä Roope Salminen on joutunut uralaan tekemään, mikä on hänelle kurjuuden alhaisin syvyys ja mikä maallisen onnen huipentuma.

Salminen paljastaa myös, kenen hyväksyntää hän taiteelleen tarvitsee. Tällä hetkellä sitä tulvii niin massojen syvistä riveistä kuin kriitikoilta: taiteilija on tähänastisen uransa huipulla.

Hän on sunnuntai toisensa jälkeen kiilannut jatkoon MTV3-kanavan *Tähdet, tähdet* -kilpailussa, ja aiemmin keväällä hän juonsi *Uuden Musiikin Kilpailun* kotimaan karsinnan. Lisäksi hän kiertää Suomea niin Roope Salminen & Koirat -coveryhtyeensä kuin Kolina-improvisaatioryhmänsä kanssa.

Kahdeksanhenkisen Koirat-yhtyeen repertuaariin sisältyy pop- ja hip hop -hittejä **Nicki Minajista Elastiseen** ja **Justin Timberlakesta** Rage Against the Machineen. Nyt kokoonpano tekee töitä cover-etuliitteen karistamiseksi tittelistään. Levytyssopimus Warner Music Finlandin kanssa on johtamassa originaalituotantoa sisältävään esikoisalbumiin, jonka monipuolisuutta enteilevät kaksi musiikkivideota, bailuviisu *Biisonit* (2014) ja vakavampi *Reissumies* (2015).

Salmisen suurin intohimo on kuitenkin improvisaatioryhmä Kolina. Sen keulakuvana hän valloitti Helsingin hipsteribaarit jo vuosia ennen nousemistaan valtakunnanjulkikiseksi.

– Improvisaatioteatteri pysyy, vaikka kaikki muu katoaisi. Tulen sieltä ja palaan sinne.

<loppukaneetti>Roope Salminen laulaa *Tähdet, tähdet* -ohjelmassa MTV3:lla su klo 19:30. Roope Salminen & Koirat esiintyy pe 17.4. Helsingin Pressassa ja la 18.4. Orimattilan Arvidissa. Impro-ryhmä Kolina järjestää KolinaKlubia tänä keväänä muun muassa ke 22.4. Helsingin LeBonkissa ja to 23.4. Kuopion Henry's Pubissa.

## **Liite 3. Antti Tuiskun haastattelun käsikirjoitus**

### **1. Alkujuonto**

(Kameralle, yht noin 10 sek:) Näette oikein: tässä hän on, tämän maan kirkkain ja kestävin poptäh-  
ti. Kohuttu, kiistelty ja palvottu jo toistakymmentä vuotta, hiljattain ehkä voimakkaamman reaktiohyökyäallon kohteena kuin koskaan

(Tuiskulle:) Antti, kymmenennen studioalbumisi kunniaksi tehdäänkö pieni ihmiskoe?

### **2. Haastattelu**

- Kuvataan putkeen, suoraan alkujuonnon perään, editoidaan lopulta 10–20 kysymyksen mittaiseksi. Kesto yht noin 3–5 min.
- Kuvakulma: käsivaralla, Tuisku ja toimittaja osan aikaa molemmat kuvassa, osan aikaa Tuisku yksin, kasvot vasemman- tai oikeanpuoleisen pystykolmanneksen puolella. (Pääasia, etteivät kasvot ole kuvan keskellä.)
- Toinen kamera asetetaan jalustalle kuvaamaan eri kulmasta, tästä saadaan vaihtelua (ks alla)
- Kuvakulmaa voi hetkittäin elävöittää esimerkiksi zoomauksella sisään tai ulos, kallistuksella alas tai ylös

### **3. Kysymykset (toimittaja lukee paperilta):**

1. Mikä mielentila sinua hallitsee juuri nyt?
2. Mikä on suosikkisanasi?
3. Mikä on inhokkisanasi?
4. Mikä on suosikkikirosanasi?
5. Kuka on musiikillinen esikuvasi? -> (JOS MADONNA: Mikä Madonnan eri olomuodoista vetoaa sinuun eniten)
6. Mitä piirrettä ihaillet muusikossa?
7. Mitä piirrettä paheksut muusikossa?
8. Ketä fiktiivistä hahmoa ihaillet?
9. Ketä todellista hahmoa ihaillet?
10. Kenen sankari haluat olla?
11. Millainen musiikki soi korviisi kauneimpana?
12. Millainen musiikki saa sinut voimaan pahoin?
13. Mikä on ollut esiintyjän urasi tärkein hetki?
14. Mikä on vastenmielisintä, mitä olet joutunut urallasi tekemään?
15. Mikä on paras luonteenpiirteesi?
16. Mistä ikävästä luonteenpiirteestäsi pidät eniten?
17. Jos uudelleensyntyisit eläimenä, mikä eläin olisit?
18. Minkä yliluonnollisen kyvyn haluaisit hallita?
19. Minkä luonnollisen kyvyn haluaisit hallita?
20. Ketä historian henkilöä halveksut?
21. Mikä on sinulle kurjuuden alhaisin syvyys?
22. Mikä on maallisen onnen huipentuma?
23. Mikä on taiteesi tärkein sanoma?
24. Mikä on ohjenuorasi elämässä?

### **4. Kuvituskuvat**

Ennen haastattelua ja/tai sen jälkeen voidaan ottaa seuraavia kuvituskuvia:



- Kauempaa otettua uvaa toimittajasta ja haastateltavasta haastatteluasetelmassa
- Yksityiskohtakuvaa esimerkiksi haastateltavan käsistä tms luontevasta kohteesta (näitä tarvitaan muutama peittämään leikkauksia)
- Yksityiskohtaotoksia haastattelumiljööstä (myös näillä voi tilkitä leikkauskohtia)

#### **Liite 4. Antti Tuiskun haastatteluvideo ja leipäteksti**

**Linkki artikkeliin:** <http://www.rumba.fi/haastattelut/antti-tuisku-rumban-videohaastattelussa-muusikon-taytyy-herattaa-paheksuntaa/>

**Linkki pelkkään videoon:** <https://vimeo.com/user14787504/review/125905280/104b7baf47>

#### **Leipäteksti:**

<otsikko>Antti Tuisku Rumban videohaastattelussa: Muusikon on hyvä herättää paheksuntaa

<ingressi>Antti Tuiskun musiikillinen täyskäänös on herättänyt äärimmäisiä tunteita – ja varmistanut, että popikoni pysyy puheenaiheena uransa toisellakin vuosikymmenellä. Tuisku avasi Rumballe taidettaan ja tarkoitusperiään kuuluisan persoonallisuustestin avulla.

<teksti>Vitutus, Hitlerin sielunelämä ja c-luokan iskelmät. Siinä muutama asia, jotka nousevat esille, kun Antti Tuisku pohtii Rumban videohaastattelussa taiteensa perimmäistä sanomaa ja omaa kehityskaartaan.

Videon kysymykset perustuvat kuuluisaan Marcel Proustin kysymyssarjaan\*, jolla on testattu taiteilijoiden arvoja ja ihanteita yli sadan vuoden ajan. Ne patistavat taiteilijan analysoimaan työnsä tarkoitusta ja omaa identiteettiään.

”Pelottavaa”, Tuisku sanoo ensin – mutta pohtii sitten syvällisesti muun muassa, miksi hän haluaisi olla kuin Martin Luther King ja miksi paheksunnan herättäminen on muusikolle hyväksi. Ja vähän kiroileekin.

#### **/TÄHÄN VÄLIIN VIDEO**

Tuisku on tänä vuonna hämmentänyt

([http://www.vauva.fi/keskustelu/4398404/ketju/antti\\_tuisku\\_peto\\_on\\_irti](http://www.vauva.fi/keskustelu/4398404/ketju/antti_tuisku_peto_on_irti)), suuttanut, naurattanut ja itkettänyt. Hänen täyskäänöksensä enkelimäisestä idolista listapopin kauhukakaraksi on ladannut litrakaupalla polttoainetta somessa mellastavien irvileukojen moottoreihin – ja toisaalta saanut osakseen hurmaantunutta ylistystä (<http://rosvot.fi/kalenterikarju/biisi-antti-tuisku-blaablaa-enkuule-sanaakaan>).

”Olin muutaman vuoden ajan imagoltani hajuton ja mauton. Olisin voinut jatkaa keikkailua ja elää sillä mukavasti, mutta se ei riitä minulle. Haluan olla relevantti ja näyttää popmusiikin suunnan tässä maassa”, Tuisku sanoo levy-yhtiön toimistohuoneessa ennen videohaastattelua.

*Näyttää popmusiikin suunnan.* Antti Tuiskun sanomana se kuulostaa korrektilta ilmoitusasialta – ei ylimieliseltä tai harhaluuloiselta.

Tuiskulla on varaa tällaiseen ilmoitukseen, sillä hän ei ole koskaan pelännyt riskejä. Silloinkin, kun niiden kaupallinen hedelmä ei ole ollut toivotunlaista – kuten vuonna 2006, kun Tuisku laski markkinoille yhtä aikaa kaksi pitkäsoittoa – ne ovat tuoneet hänelle näkyvyyttä ja jatkuvuutta. Siten hän on saavuttanut kestävyuden popmaailmassa, kulttuurissa, joka perustuu kertakäyttöisyyteen.

Tänä talvena Tuisku tarjoili toukokuussa ilmestyvältä kymmenenneltä studioalbumiltaan singlen nimeltä *Peto on irti*. Orgiankatkuisella videolla markkinoitu biletysanthem on keskisormi niille, jotka ovat arvostelleet Tuiskun tuotantoa säyseäksi ja ennalta-arvattavaksi.

Se on myös tietoinen triggeri: ärsytyshermion puhkaiseva korvatakiainen, joka vie Tuiskun kauas niistä hempeistä maisemista, joihin hänen aiemmat levynsä ovat sijoittuneet.

”Osasin odottaa kaksijakoista vastaanottoa. Hain reaktioita ja sain niitä”, Tuisku sanoo.

Kaikki radiokanavat eivät ole tarttuneet täkyyn, mutta kappaleesta on tullut Tuiskun suurin suora-toisto-, lataus- ja videohitti yli puoleen vuosikymmeneen. *Peto on irti* ja toinen single *Blaabaa (En kuule sanaakaan)* edustavat tulevan *En kommentoi* -albumin tunnusomaisimpia piirteitä: purkan lailla paukkuvia korvamatomelodioita ja sanoituksia, jotka liikkuvat hienosyisen arkihuumorin ja navanalusvitsailun välisellä veteen piirretyllä viivalla.

Tuisku näyttää lainanneen uuden tulemisen reseptin idoliltaan Madonnalta: ensin hän hännää ja sitten nauraa vähättelijöilleen matkalla pankkiin ja seuraavan trendin aallonharjalle.

”Jossakin vaiheessa halusin miellyttää muun muassa musiikkikriitikoita. Nyt olen luopunut siitä ajatuksesta”, hän sanoo.

*Peto on irti* -myrskyn keskellä on helppoa unohtaa, että Tuisku oli jo ennen uutta tyylinvaihdostaan yksi Suomen polarisoivimmista artisteista. Television kyvykilpailusta ponnistanut popteollisuuden myyntivaltti oli alusta asti omiaan herättämään niin ylenkatsetta kuin palvontaa, ja Rumbankin sivuilla hän sai osakseen sekä jääkylmiä pyyhkeitä (<http://www.rumba.fi/arviot/antti-tuiskun-levy-saasuomen-nayttaytymaan-ankean-perifeerisena-popmaana/>) että ekstaattista ylistystä (<http://www.rumba.fi/live/tuliko-nalle-osterman-ulos-kaapista-rumba-antti-tuiskun-keikalla-dtmssa/>).

”Olin yllättynyt, kun levyni sai kerran Rumbalta neljä tähteä”, Tuisku sanoo ja iskee silmää.

”Jotkut artistit tekevät musiikkia yleisölleen eivätkä itselleen. Mie näen asian toisin: musiikin täytyy ensin syntyä omiin tarpeisiini.”

<Loppukaneetti>*Antti Tuiskun kymmenes studioalbumi En kommentoi julkaistaan 22. toukokuuta.*

\* Proustin kysely nousi julkisuuteen 1800-luvun lopulla, kun ranskalainen kirjailija **Marcel Proust** (1871–1922) vastasi sen muunnelmiin ensin 13- ja sitten 20-vuotiaana.

Oman variaationsa kysymyspatteristosta toteutti ranskalainen talk show -isäntä **Bernard Pivot**, joka tenttasi vieraitaan 1991–2001 keskusteluohjelmassaan *Bouillon de Culture*.

Pivot’lta kysymyssarjan nappasi **James Lipton** amerikkalaistettuna muunnelmana tv-ohjelmaansa *Tähdet kertovat (Inside the Actors Studio, 1994–)*. Näyttelijälegendat **Lauren Bacallista Morgan Freemaniin** ja **Meryl Streepiin** ovat vastauksillaan paljastaneet Liptonille olennaisia ja yllättäviä asioita arvomaailmastaan ja taiteestaan.

Myös amerikkalainen viihdelehti Vanity Fair päättää jokaisen numeronsa omaan versioonsa Proustin kyselystä.

Viime viikolla muusikko–näyttelijä **Roope Salminen** paljasti kyselyssä Rumballe muun muassa, keneltä hän kaipaa hyväksyntää voidakseen toteuttaa itseään taiteellisesti.  
(<http://www.rumba.fi/haastattelut/roope-salminen-rumban-videohaastattelussa-mika-vastenmielisinta-mita-olet-urallasi-tehnyt/>)

## Liite 5. Ohjeita videohaastattelun tekemiseksi Rumban verkkosivuille

### Ohjeita videohaastattelun tekemiseksi Rumban verkkosivuille

Samuli Launonen 22.5.2015

## Sisällysluettelo

JUONNOLLA VAI ILMAN?	3
ÄÄNI	3
KUVAUSPAIKKA	4
KUVAKULMAT, KUVITUSKUVAT JA RAJAUS	4
KÄSIKIRJOITUS	5
EDITOINTI	6
PROUST-FORMAATIN TAUSTA	7
MARCEL PROUSTIN, BERNARD PIVOT'N, JAMES LIPTONIN JA VANITY FAIRIN KYSELYT	8
LÄHTEITÄ	10

## Sisällysluettelo

JUONNOLLA VAI ILMAN?	3
ÄÄNI	3
KUVAUSPAIKKA	4
KUVAKULMAT, KUVITUSKUVAT JA RAJAUS	4
KÄSIKIRJOITUS	5
EDITOINTI	6
PROUST-FORMAATIN TAUSTA	7
MARCEL PROUSTIN, BERNARD PIVOT'N, JAMES LIPTONIN JA VANITY FAIRIN KYSELYT	8
LÄHTEITÄ	10

## Ohjeita videohaastattelun tekemiseksi Rumbaan

Nämä ohjeet on tarkoitettu tueksi videohaastattelua Rumban verkkosivuille tekeväälle toimittajalle ja kuvaajalle. Osa ohjeista liittyy erityisesti Marcel Proustin kysymyssarjaan perustuvaan videoformaattiin, joka on suunniteltu nopeaksi ja kustannustehokkaaksi tavaksi tehdä artistihaastatteluja videolle. Etenkin lukuja 1–6 voi kuitenkin soveltaa muihinkin videohaastatteluihin. Proustin formaatti on esitelty tarkemmin lopussa.

Formaatista riippumatta videohaastattelu voi olla kainalojuttumainen lisä pääartikkeliin tai itsessään pääartikkeli.

### 1. Juonnolla vai ilman?

Jos videoartikkeli tehdään isomman jutun syventäväksi elementiksi eli niin sanotuksi kainalojutuksi, siihen ei välttämättä tarvita toimittajan alku- tai loppujuontoa, sillä tilanne ja haastateltava on jo esitelty tekstiartikkelissa.

Sen sijaan itsenäiseksi jutuksi luotu videoartikkeli edellyttää katsojan perehdyttämistä tilanteeseen ja kohteeseen. Niinpä sen on hyvä alkaa juonnolla, jossa toimittaja esittelee lyhyesti premissin (esimerkiksi Proustin kyselyn) ja haastateltavan. Tilanteen elävöittämiseksi toimittaja ja haastateltava voivat jo tässä vaiheessa näkyä molemmat kuvassa. Toisaalta staattisuuden välttämiseksi ja tarinallisen runsauden lisäämiseksi toimittaja voi artikkelin alussa liikkua, esimerkiksi siirtyä yhdestä huoneesta toiseen päätyen lopulta haastateltavan luo, ja samalla puhua kameralle.

**Juonnon on pääsääntöisesti oltava lyhyt, korkeintaan muutaman lauseen pituinen.** Juontoon voi myös jo sisällyttää haastattelun vuorovaikutteisia elementtejä esimerkiksi tervehtimällä haastateltavaa. Loppuun ei yleensä tarvita juontoa, vaan video voi päättyä esimerkiksi haastateltavan viimeiseen kommenttiin – tämä riippuu toki haastattelun sisällöstä ja rakenteesta.

**HUOM:** Vaikka videoartikkeli olisi itsenäinen kokonaisuutensa, sen oheen tulee aina **vähintään lyhyt teksti**. Tekstissä toimittaja voi syventää haastatteluun liittyviä tietoja. Tekstiin on myös mahdollista lisätä asioita, jotka jäävät videosta puuttumaan. Jos siis esimerkiksi juonto tuntuu vaikealta pitää lyhyenä ilman, että siitä jää pois olennaista informaatiota, on hyvä miettiä, voisiko informaation sisällyttää tekstiin.

### 2. Ääni

Yksi Proust-formaatin ja muidenkin lyhyehköjen videohaastattelujen eduista on liikkuvuus – haastattelu on periaatteessa mahdollista kuvata lähes missä tahansa paikassa esimerkiksi tekstihaastattelun sivutuotteena. Siksi on haastattelu-paikan akustiikkaakin tärkeämpää varmistaa ennen haastattelun kuvaamista ja äänittämistä, että haastattelijan ja haastateltavan puhe tallentuvat selkeinä. Rumballa käytössä olevat laitteet ovat teknisesti riittävän korkeatasoiset poimimaan puheäänien, vaikka taustalta kuuluisi muita ääniä, mutta meluisa ympäristö voi silti tehdä äänimaailmalle haittaa.

Mahdolliset vaarat kannattaa yrittää ennaltaehkäistä. Paikka tulee valita niin, että haastattelun keskeytyminen esimerkiksi ulkopuolisen melu- tai muun häiriön vuoksi on mahdollisimman epätodennäköistä. Toisaalta satunnaisen haastattelun keskeytymisen tai häiriintymisen voi editoida pois muun materiaalin jäädessä yhä käyttökelpoiseksi. **Tämä edellyttää riittävää määrää kuvituskuvaa, jolla saumakohtia voi editoidessa paikata.**

### 3. Kuvauspaikka

Kuvauspaikka vaikuttaa videoartikkelin tunnelmaan. Niin Proustin kysymyssarjassa kuin suurimmassa osassa muitakin videohaastatteluja tavoitteena on välitön ja haastateltavan näköinen tunnelma. Itselleen luontaisessa ja tutussa ympäristössä ihmiset tuntevat olonsa kameran edessä turvallisemmaksi kuin vieraassa paikassa.

Esiintyvät taitelijat ovat usein tottuneet olemaan esillä, joten vieraskaan ympäristö ei välttämättä saa heitä jähmetty-mään. Toimittajan kannattaa pyytää haastateltavaa ehdottamaan paikkaa ja tehdä valinta ehdotuksen mukaisesti, jos paikka on äänityksen, kuvauksen ja logistiikan näkökulmasta järkevä.

Realiteetit saattavat toki sanella haastattelu-ympäristöksi esimerkiksi levy-yhtiön kliniset kokoustilat, mutta yllä olevaa neuvoa voi pitää ohjenuorana.

### 4. Kuvakulmat, kuvituskuvat ja rajaus

Videon on kuvattava haastateltavaa ja ympäristöä kuten tekstikin kuvailisi. Niinpä videoartikkelissa näkyvää kuvaa tulee arvottaa samoilla kriteereillä kuin tekstiartikkelissa esiintyviä kuvailevia elementtejä.

Toimittaja voi miettiä, **mitä seikkoja hän toisi esiin haastateltavasta ja haastattelu-ympäristöstä tekstimuotoisessa jutussa, ja sitten siirtää nämä elementit kuviksi.** Tekstihaastattelussa toimittaja saattaisi esimerkiksi kuvaila, kuinka haastateltava liikuttelee käsiään. Vastaavasti videoartikkelin kuvaaja voi ottaa lähikuvaa käsien liikkeestä ja käyttää sitä kuvituskuvana.

Samoin tekstihaastatteluun voi sisältyä ympäristön yksityiskohtien kuvailua, etenkin jos ympäristö on haastateltavan koti tai muu hänelle ominainen miljöö. Videohaastatteluun voi vastaavasti sisällyttää **yksityiskohtaotoksia ympäristöstä** ja käyttää niitä kuvituskuvana.

On hyvä idea kuvata haastattelu yhdellä kameralla ja asettaa toinen kamera kuvaamaan haastattelu eri kuvakulmasta, esimerkiksi haastattelijan selän takaa tai kauempaa, jolloin videoon saadaan kuvakulmia vaihtelemalla monipuolisuutta ja jännitettä. Aina parempi on, jos kuvaajia on kaksi. Mikäli käytössä on vain yksi kamera (ja kuvaaja), **kuvituskuva ja kuvakulmia** pitää ottaa riittävästi ennen haastattelua ja sen jälkeen.

On valittava, miten haastateltava asettuu kuvaan ja näkyykö kuvassa ainoastaan haastateltava vai myös toimittaja. Proust-formaatti on kohdettaan korostavasti henkilökeskeinen, mutta toisaalta sen jännite syntyy myös toimittajan ja haastateltavan vuorovaikutuksesta. Niinpä olisi hyvä, jos sekä toimittaja että haastateltava näkyisivät kuvassa suurimman osan ajasta. Halutessaan toimittaja voi kuitenkin jättäytyä haastattelun aikana kuvasta pois niin, että kamera keskittyy vain haastateltavaan. Sen sijaan toimittaja näkyy joka tapauksessa kuvassa insertin alussa, juontaessaan alkujuonnon, ellei videoartikkeli ole alkujuonnoton. Samoin toimittaja voi näkyä kuvituskuvasa esimerkiksi asettuessaan haastateltavan kanssa asemiin.

Proust-formaatin kaksi ensimmäistä jaksoa kuvattiin **käsivaralla**. Tätä menetelmää suosittelen jatkossakin, sillä maltillisesti käytettynä käsivara tuo kuvaan rentoutta ja elävyyttä. Käsivaralla kuvaaminen vaatii kuitenkin kuvaajalta kokemusta ja itseluottamusta. Jos tuntuu siltä, ettei tekniikka vielä luonnistu, kannattaa suosiolla kuvata **jalustaa** käyttäen. Frechette (2013) luettelee etenkin aloitteleville videojournalisteille soveltuvat sommittelusäännöt, joiden mukaan haastateltava kannattaa asetella kuvaan.

Frechetten kaavan elementtejä ovat:

6. **Puolilähikuva.** Haastateltavan pään ylle jää hieman tilaa. Alhaalta kuva rajautuu rinnan kohdalta.
7. **Kolmanneksen sääntö.** Kuva sommitellaan niin, että sen asettelu noudattaa kultaisesta leikkauksesta johdettua *kolmanneksen sääntöä*. Videolla se tarkoittaa, että haastateltavan silmät ovat kuvan ylemmän kolmanneksen horisontaalisen linjan tasolla ja kasvat joko vasemman- tai oikeanpuoleisen pystykolmanneksen kohdalla, mutta eivät kuvan keskellä.
8. **Taustan merkitys.** Taustan olisi hyvä tuoda kuvaan lisäarvoa, mutta jos se ei ole mahdollista, ainakaan tausta ei saa viedä kovalta arvoa. Jos taustalla esimerkiksi näkyy muita ihmisiä tai liikettä, katsojan huomio saattaa harhautua haastateltavasta taustaan. (Myös Media College 2015.)
9. **Valaistuksen merkitys.** Haastateltavan kasvojen tulee näkyä kuvassa selkeästi.
10. **Haastattelijan paikka.** Jos haastateltava on oikealla, haastattelijan tulee olla kamerasuon ulkopuolella niin, että haastateltavan katse suuntautuu etuvasemmalle, ja päinvastoin. Media College (2015) tähdentää, että haastattelijan silmien tulisi olla samalla tasolla haastateltavan silmien kanssa, jolloin haastateltavan katse ja asento näytävät kuvassa tasapainoiselta.

(Frechette 2013.)

**HUOM. Kuvituskuva tulee kuvata mahdollisimman paljon.** Sen merkitystä ei voi korostaa liikaa. Kuvituskuvan loppuminen kesken voi aiheuttaa todellisia ongelmia, sen sijaan runsaudenpula on pelkästään myönteistä.



## 5. Käsikirjoitus

Käsikirjoitus laaditaan etukäteen, jolloin kuvaaminen ja editoiminen ovat nopeita prosesseja. Proust-formaatissa sen osat ovat:

5. **Alkujuonto.** Valmisteltava etukäteen niin, ettei toimittaja lue juontoa kameralle paperista. Sisältää haastateltavan esittelyn, mahdollisesti myös miljöön esittelyn ja Proustin kyselyn esittelyn. Kesto yhteensä noin 10 sekuntia.
6. **Haastattelu.** Haastateltavan mukaan yksilöidyt kysymysvariaatiot, pääasiassa Proustin 31-kohtaisen kysymyksen pohjalta. Kysymyksiä voi olla mukana noin 20, jolloin niistä on mahdollista editoida osa pois. Kesto arviolta 3–5 minuuttia.
7. **Viimeinen kuva.** Lopetuksessa kamera voi esimerkiksi siirtyä haastateltavasta kauemmaksi niin, että myös toimittaja näkyy kuvassa (jos ei ole näkynyt haastattelun aikana). Toimittaja voi kiittää haastateltavaa tai antaa muun signaalin siitä, että haastattelu on ohi. Varsinaista loppujuontoa ei välttämättä tarvita.
8. **Kuvakulmat ja kuvituskuvat.** Näitä ovat muun muassa zoomaus sisään tai ulos, kallistus alas tai ylös, laajakulma, näkökulma (esimerkiksi näkymä haastateltavan olan takaa) sekä avaus- ja lopetuskuva. **Kuvituskuvaa on oltava tarpeeksi, vähintään viittä erilaista.**

Rakenne on todennäköisesti karkeasti sama useimmissa muissakin kuin Proust-formaatin videohaastatteluissa. **Videon tarkan keston voi suunnitella käsikirjoitusvaiheessa, mutta siihen ei kannata hirttäytyä.** Joskus kaikki olennainen on sanottu parissa minuutissa, toisinaan jännitettä voi piisata kymmenen minuutin videoon.

## 6. Editointi

Editoinnin näkökulmasta pitkäkö kysymyssarja voi olla järkevä: kysymyksiä voidaan kysyä esimerkiksi 20 ja editointivaiheessa jättää jäljelle parhaat kymmenen vastausta. Toisaalta mitä enemmän editoitavaa on, sitä pidempi prosessi editointi on. Kysymysten määrää ja sisältöä suunnitellessa kannattaa ottaa huomioon haastateltavan erityispiirteet: tapaako hän puhua pitkästi vai vastata kysymyksiin nopeasti ja ykskantaan?

Leikkaaminen edellyttää kuvallisia erikoisratkaisuja: siirtymän kysymyksestä toiseen on oltava mahdollisimman saumaton. Saumakohdat voidaan peittää kuvituskuvalla. Tästä syystä haastattelun yhteydessä tulee kuvata riittävä määrä kuvituskuvaa. Se voi sisältää esimerkiksi yksityiskohtia tai tilannekuvaa haastattelun ulkopuolelta: esimerkiksi siitä, kun toimittaja ja haastateltava asettuvat istumaan, tai yksityiskohtia haastateltavasta ja/tai miljööstä.

**Kuvituskuvaa tulee kuvata paljon, mieluummin liikaa kuin liian vähän.**

Editoitaessa varmistuu myös videon lopullinen pituus. Suosituskesto Proust-formaatille on 3–5 minuuttia, mutta jos haastateltavan vastaukset ja esiintyminen ovat kiinnostavia, pidempikin video voi toimia hyvin.

## 7. Proust-formaatin tausta

Rumba-tv:n ensimmäisen videoformaatin rungoksi on valittu Marcel Proustin kysymyssarja, jonka eri variaatioita on käytetty taiteilijoiden haastattelemiseen ainakin Ranskassa ja Yhdysvalloissa. Variaatioihin sisältyvät kysymykset on luoteltu tämän ohjeistuksen lopussa.

Kysymyssarjan alkuperäisestä kehittäjästä ei ole tietoa, mutta se tuli tunnetuksi ranskalaisen kirjailijan Marcel Proustin (s. 1871–k. 1922) kautta. Proust vastasi kyselyn eri versioihin kahdessa elämänsä vaiheessa, 13- ja 20-vuotiaana. Ensimmäiseen versioon sisältyi 15 kysymystä ja toiseen 31.

Proustin kyselystä jalosti oman kymmenosaisen kysymyssarjansa ranskalainen television keskusteluohjelmäsäntä Bernard Pivot. Pivot kysyi kysymykset France 2 -kanavalla 1991–2001 esitetyn keskusteluohjelmansa *Bouillon de Culture* vierailta kunkin jakson päätteeksi. Kysymyssarjan nimitys ohjelmassa oli Proust Questionnaire eli Proustin kysely.

Pivot'n ohjelmasta kysymyssarja siirtyi amerikkalaistettuna variaationa James Liptonin juontamaan ja käsikirjoittamaan ohjelmaan *Inside the Actors Studio*, jota Bravo-kanava on esittänyt vuodesta 1994, ja jossa Lipton haastattelee kuuluisia näyttelijöitä.

Kysely on vuosikymmenien ajan osoittautunut toimivaksi tavaksi haastatella taiteilijoita. Kysymyksiin ei voi vastata vain kieltävästi tai myöntävästi, vaan ne kannustavat haastateltavaa puntaroimaan vastaustaan analyttisesti. Siten ne myös tuovat esiin kohteen persoonallisuutta ja tunne-elämää. Kuitenkaan kysymykset eivät ole tunkeilevia: haastateltava voi vastata niihin paljastamatta yksityisasioitaan.

Haastateltavalle on helppoa etukäteen kertoa, mistä haastattelussa on kysymys ja esimerkiksi lähettää hänelle linkki Vanity Fairin internetsivuilla olevaan itse täytettävään Proustin kysymyssarjaan. Kohde voi tutustua formaattiin ilman, että hän kuitenkaan saa tietää tarkalleen, mitä häneltä kysytään, jolloin haastattelutilanteessa säilyy yllätyksen elementti.

## 8. Suosituksia kysymysten muokkaamiseksi

Proustin alkuperäinen kysymyssarja jakautuu suurimmaksi osaksi mikä- ja kuka-alkuisiin kysymyksiin. 31:stä kysymyksestä 22 alkaa sanalla mikä ja kahdeksan sanalla kuka. Lisäksi joukossa on yksi kuinka-alkuinen kysymys. Kysymysten ominaispiirre onkin, että niihin on mahdollista vastata lyhyesti, ilman että niihin kuitenkaan voi vastata kyllä tai ei.

Alla on suuntaa-antavat suositukset siitä, miten Proustin voi Rumbassa soveltaa videoartikkeleihin. Suositusten tarkoitus on helpottaa toimittajan työtä, ei sitoa tämän käsiä.

Suositukseni kysymysten muokkaamiseksi ovat:

## 5. Kysymysten vapaa valinta

Vaikka mielenkiintoisimmat haastattelukysymykset löytyvät pääosin Proustin 31 kysymyksen versiosta, jotkut kysymykset on ilmaistu ytimekkäämmin tai viihteellisemmin aikaisemmassa, 15 kysymyksen versiossa.

Esimerkiksi 31 kysymyksen kyselyssä on kysymys "What to your mind would be the greatest misfortune?", kun taas 15 kysymyksen kyselyssä sama asia on kysytty kärkevämmin ja viihteellisemmin lauseella "What do you regard as the lowest depth of misery?". Niinpä toimittajan kannattaa tutkia molempia kyselyitä ja valita niistä sopivimmat kysymykset. Myös Pivot'n ja Liptonin sekä Vanity Fairin versioista voi poimia mukaan kysymyksiä: varsinkin suosikki- ja inhokkisana sekä suosikkikirosana toimivat yleensä hyvin.

Kysymyspatteriston eri versiot löytyvät näiden ohjeiden lopusta.

## 6. Yksilöinti

Kysymysten yksilöinti tapahtuu, kun haastateltava on valittu. Kysymyksiä tulisi varioida musiikkikeskeisiksi ja henkilökohtaisiksi haastateltavan mukaisesti, kunnioittaen sitä, onko tämä aiemmin halunnut tulla esiin vain ammattinsa kautta vai myös yksityishenkilönä ja/tai yhteiskunnallisena kannanottajana.

Riippumatta haastateltavasta mukana tulisi olla joitakin musiikkiin liittyviä kysymyksiä, sillä Rumba on musiikkimedia.

## 7. Haastattelutyylit

Proustin kysymyssarja ei alun perin mahdollistanut jatkokysymyksiä. Myös kyselyn suulliset variaatiot televisiossa ovat rakentuneet kysymys–vastaus–kysymys–vastaus-muotoon, eli jatkokysymyksiä ei ole esitetty. Formaatin on tarkoitus noudattaa tätä kaavaa, jotta haastattelun ydinolemus säilyisi ennallaan ja artikkelin suunnittelu, toteutus ja editointi pysyisivät mahdollisimman kustannustehokkaina. Toimittaja ei kysy haastateltavalta jatkokysymyksiä, vaikka haastateltavan vastaus tuntuisikin luontevasti sellaisia kirjoittavan.

Toimittajan tulisi näkyä kamerassa ainakin alkuspiikin ajan, ja myös haastatteluun voi tulla elävää keskustelunomaisuutta, jos toimittaja näkyy ainakin osan ajasta kuvassa. Kameraa vierastava toimittaja voi kysyä kysymyksensä näkymättömistäkin, pääosassahan on haastateltava.

## 9. Marcel Proustin, Bernard Pivot'n, James Liptonin ja Vanity Fairin kyselyt

Proust-formaatissa kysymysten pohjana käytetään seuraavia kyselyn variaatioita vapaasti valikoiden ja soveltaen.

### Marcel Proustin kysymykset

13-vuotiaana:

1. What do you regard as the lowest depth of misery?
2. Where would you like to live?
3. What is your idea of earthly happiness?

4. To what faults do you feel most indulgent?
5. Who are your favorite fictional heroes?
6. Who are your favorite characters in history?
7. Who are your favorite heroines in real life?
8. Who are your favorite fictional heroines?
9. Who is your favorite painter?
10. Who is your favorite musician?
11. What quality do you most admire in a man?
12. What quality do you most admire in a woman?
13. What is your favorite virtue?
14. What is your favorite occupation?
15. Who would you have liked to be?

20-vuotiaana:

1. What is your most marked characteristic?
2. What quality do you most like in a man?
3. What quality do you most like in a woman?
4. What do you value most in your friends?
5. What is your principal defect?
6. What is your favorite occupation?
7. What is your dream of happiness?
8. What to your mind would be the greatest misfortune?
9. What would you like to be?
10. In what country would you like to live?
11. What is your favorite color?
12. What is your favorite flower?
13. What is your favorite bird?
14. Who are your favorite prose writers?
15. Who are your favorite poets?
16. Who are your favorite fictional heroes?
17. Who are your favorite fictional heroines?
18. Who are your favorite composers?
19. Who are your favorite painters?
20. Who are your heroes in real life?
21. Who are your favorite heroines of history?
22. What are your favorite names?
23. What do you most dislike?
24. What historical figures do you most despise?
25. What event in military history do you most admire?
26. What reform do you most admire?
27. What natural gift would you most like to possess?
28. How would you like to die?
29. What is your present state of mind?
30. To what faults do you feel most indulgent?
31. What is your motto?

**James Liptonin kysymykset ("Pivot Questionnaire"):**

1. What is your favorite word?
2. What is your least favorite word?
3. What turns you on creatively, spiritually or emotionally?
4. What turns you off?
5. What is your favorite curse word?
6. What sound or noise do you love?
7. What sound or noise do you hate?
8. What profession other than your own would you like to attempt?
9. What profession would you not like to do?
10. If Heaven exists, what would you like to hear God say when you arrive at the Pearly Gates?

**Bernard Pivot'n kysymykset ("Proust Questionnaire"):**

1. What is your favorite word?
2. What is your least favorite word?
3. What is your favorite drug?
4. What sound or noise do you love?
5. What sound or noise do you hate?
6. What is your favorite curse word?
7. Who would you like to see on a new banknote?
8. What profession other than your own would you not like to attempt?
9. If you were reincarnated as some other plant or animal, what would it be?
10. If Heaven exists, what would you like to hear God say when you arrive at the Pearly Gates?

**Vanity Fairin kysymykset** löytyvät osoitteesta <http://www.vanityfair.com/culture/2009/10/proust-questionnaire>.

## Lähteitä

Frechette, C. 2013 (päivitetty 2014). What Journalists Need to Know About Interviewing for Video. Poynter. St. Petersburg, Florida, Yhdysvallat. Luettavissa: <http://www.poynter.org/news/media-innovation/202713/what-journalists-need-to-know-about-interviewing-for-video/>.

Morgan, V. 2008. Practicing Videojournalism. Routledge. London & New York.