

Videotuotantoprojekti:

My Line Kuntokeskus



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Riihimäki, Tietotekniikan koulutusohjelma

Kevät, 2017

Julia Sorjonen

Tietotekniikan koulutusohjelma
Riihimäki

| | | |
|-----------------------|--|-------------------|
| Tekijä | Julia Sorjonen | Vuosi 2017 |
| Työn nimi | Videotuotantoprojekti: My Line Kuntokeskus | |
| Työn ohjaaja/t | Antti Laakso | |

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyöni toiminnallisessa osiossa valmistettiin videotuotantoprojekti, jonka lopputuloksena syntyi kaksi erillistä tuotantoa yhdessä toisen opiskelijan, Jyrki Sorjosen, kanssa. Olemme koko opintojen ajan tuottaneet yhdessä useampia erilaisia videoprojekteja, joten yhdessä työskentelemällä tiesimme saavuttavamme parhaan mahdollisen lopputuloksen. Työn tilaajana toimi Turengissa sijaitseva My Line Kuntokeskus. Heille toteutettiin kaksi erilaista videoprojektia, markkinointivideo kuntokeskuksesta ja haastatteluvideo fysioterapiasta.

Kuntokeskus halusi markkinointivideon, jolla he onnistuisivat herättämään uusien asiakkaiden mielenkiinnon ja saamaan heidät vakituisiksi jäsenikseen. Toisella videolla pyrittiin esittämään fysioterapian tärkeys, ja se miten fysioterapia My Linellä toteutetaan.

Videoiden toteuttamisessa on ensiarvoisen tärkeää ymmärtää videotuotannon kokonaisvaltainen laajuus ja työskentelyn suunnitelmallisuus. Kaikilla valinnoilla on videotuotannossa tarkoituksensa, oli se sitten videon kesto, jakelukanavan valinta, käytettävä kuvauskalusto tai valittu musiikki. On myös tärkeää varautua tuotantoon vaikuttaviin ongelmiin, kuten nauhoitetun äänen puuttumiseen laitevian takia tai tuotantoryhmän jäsenen sairastumiseen. Me selvisimme projektistamme ongelmitta. Kokemuksemme videotuotannosta ja hyvä alkusuunnitelma olivat varmasti tärkeimmät tekijät ongelmien välttämiseksi. Tässä työssä pyritään siis jakamaan nämä onnistumiseen johtaneet asiat omien kokemusten ja erilaisten tietolähteiden kautta.

Avainsanat Videotuotanto, jälkituotanto, esituotanto, videokuvaus

Sivut 22

Degree Programme in Information Technology
Riihimäki

| | | |
|--------------------|--|------------------|
| Author | Julia Sorjonen | Year 2017 |
| Subject | Video production project: My Line fitness center | |
| Supervisors | Antti Laakso | |

ABSTRACT

In the empirical part of this thesis, I produced two videos with another student, Jyrki Sorjonen. During our studies we have produced many varied video projects together, so we knew that by working together we could reach the best possible outcome. We got an assignment from fitness center My Line from Turenki to make a marketing video for them. In the end the project was expanded to producing a marketing video and an interview video on physiotherapy.

The fitness center wanted a video that could raise interest in new customers and to make them become regular members of My Line. The aim of the other video was to present the importance of physiotherapy for people and to show how it is realized at My Line.

In making of a video project the most important thing is an understanding of the entire video production project as well as organized working methods. Each choice is meaningful, whether it is about the length of the video, the choice of the distribution channel, the filming equipment or the music. It is also important to be prepared to face problems, such as missing the audio due equipment malfunction, or because of a staff member falling sick. We survived without any problems, which was surely because of our experience in video productions and due to good initial plan. The aim of this thesis was to share things that helped us succeed in our video project. This is explained here through my own experiences and through different data sources.

Keywords Video production, post-production, pre-production, video shooting

Pages 22

SISÄLLYS

| | | |
|-----|---|----|
| 1 | JOHDANTO | 1 |
| 2 | VIDEOTUOTANNON VAIHEET | 2 |
| 2.1 | Tuotannon valmistelu | 2 |
| 2.2 | Tuotannon määrittely | 3 |
| 2.3 | Käsikirjoitus..... | 4 |
| 2.4 | Kuvauspaikka ja kuvattavat kohteet | 5 |
| 2.5 | Kalusto | 5 |
| 2.6 | Kuvaustilanne | 9 |
| 2.7 | Musiikki..... | 11 |
| 2.8 | Editointi ja jälkikäsittely..... | 11 |
| 2.9 | Videon tallennus jakelumaattiin | 12 |
| 3 | KEHITTÄMISTYÖN TAVOITE JA TARKOITUS | 13 |
| 4 | SUUNNITTELU JA TOTEUTUS | 14 |
| 4.1 | Suunnitteluvaihe..... | 14 |
| 4.2 | Kaluston valinta | 15 |
| 4.3 | Kuvaukset | 18 |
| 4.4 | Jälkituotanto | 18 |
| 5 | JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA | 21 |
| | LÄHTEET | 23 |

1 JOHDANTO

Videotuotanto on tullut tekniikan kehittymisen ja halpenemisen myötä yhä useamman ihmisen ulottuville. Videon tärkeys on ymmärretty yrityksissä ja Internetin luoman edullisen jakelukanavan myötä videomarkkinointi on helpottunut myös pienissä yrityksissä.

On perusteltua käyttää hyväkseen videoita mainonnassa. Videon tavoitteena on herättää katsojassa reaktio. Reaktio syntyy siitä, että video vaikuttaa ihmisen aisteihin ja sen kautta myös tunteisiin. Perinteinen printtimainonta tavoittaa vain yhden aistin, näön. Radiomainonta sen sijaan tavoittaa vain kuulon. Niinpä video on automaattisesti tehokkaampi, sillä se tavoittaa ihmisen kaksi aistia, näön ja kuulon. Esimerkkinä voisi ajatella valokuvaa, jossa kaksi ihmistä halaa toisiaan. Jos sama tapahtuma näytetään ihmisille videolla lisäämällä mukaan tunteellista musiikkia, herättää se ihmisessä heti vahvempia tunteita. Lisäksi musiikilla voidaan ohjalla ihmisen tunteita, riippuen musiikista halaus voidaan nähdä tunteikkaana ja surumielisenä, tai jopa intohimoisena tapahtumana. Videolla siis pyritään maksimoimaan ihmisen tunnereaktio, tällöin myös mainoksen viesti pysyy vahvemmin ihmisen mielessä. Todisteena tästä on, että ihminen muistaa 72 tunnin päästä lukemastaan tai kuulemastaan vain 10 %, kun videon nähtyään sama luku on 68 % (Irvine 2015).

Opinnäytetyössä käydään läpi, kuinka videotuotanto toteutetaan kokonaisuutena, ja kuinka eri vaiheet toteutetaan tehokkaasti, jotta maksimoidaan halutun viestin välittäminen. Opinnäytetyössä selviää myös, kuinka nämä osat vaikuttavat ihmisen reaktioon. On tärkeää ymmärtää, mikä on videon tavoite, sillä silloin video suunnitellaan tätä tarkoitusta varten, eikä vain tähdätä teknisesti hienoon lopputulokseen.

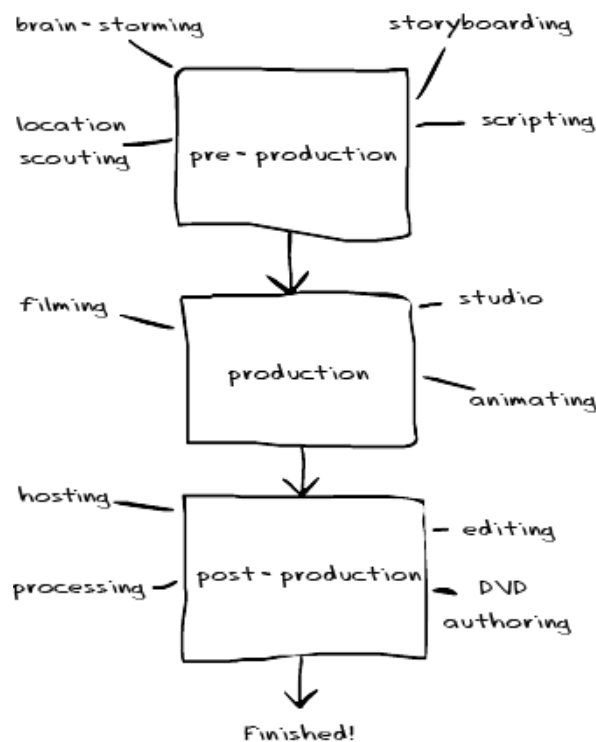
Nykyään video on helpompi ja halvempi tuottaa kuin esimerkiksi 10 vuotta sitten. Yhä useammilla on mahdollisuus tuottaa videoita helposti käytettävien laitteiden ja digitaalisen editoinnin myötä. Videoiden tuottamisen helpottumisesta huolimatta tekniset ja taiteelliset vaatimukset ovat edelleen samat. Laadukkaan videon valmistamiseen tarvitaan ymmärrys koko tuotantoprosessista. Ilman ymmärrystä voidaan tehdä virheitä, jotka vähintään lisäävät työmäärää ja näin myöhästyttävät projektin valmistumista. Pahimmassa tapauksessa tuotanto keskeytyy kokonaan, vaatii uudet kuvaukset tai video saadaan julkaistua, mutta se ei tavoita tai saa aikaan positiivista reaktiota kohdeyleisössä.

Työssä esitellään teorian lisäksi myös, kuinka teoriaa hyödynnetään käytännössä. Esimerkkeinä toimii kaksi My Line Kuntokeskukselle tuotettua videota, jotka myös hieman eroavat tyyliltään ja tavoitteiltaan toisistaan. Teorian ja videoiden avulla tarjotaan laaja näkemys muille videotuotantoa suunnitteleville ihmisille.

2 VIDEOTUOTANNON VAIHEET

Videotuotanto jakautuu kolmeen eri osioon, esituotantoon, tuotantoon sekä jälkituotantoon. Tästä jaosta on esimerkki kuvassa 1. Koko prosessi alkaa tuotannon ideoinnista ja päättyy valmiin tuotoksen luovuttamiseen asiakkaalle. Esituotantoon sisältyy kaikki ideoinnista kuvaustilanteen järjestelyyn. Tällöin tehdään sopimukset, käsikirjoitukset, budjetti, aikataulu ja kaluston sekä kuvausryhmän valinta. Tuotantovaiheessa pystytetään kuvauslaitteisto, tehdään mahdolliset harjoitukset, suoritetaan meikkaus ja kuvataan itse tuotos. Jälkituotannossa editoidaan materiaali ja yhdistetään äänimaailma ja kuvamaailma. Lisäksi mahdolliset erikois-tehosteet lisätään ja rakennetaan tässä vaiheessa.

Vaikka nämä vaiheet ovat tuotannon mukaan kronologisessa järjestyksessä, voivat ne usein käytännössä mennä ristiin ja vaativat ymmärryksen myös muissa vaiheissa. (Musburger, Kindem 2009.) Seuraavissa luvuissa avataan näitä tuotannon vaiheita syvemmin.



Kuva 1. Esimerkki videotuotannon osioista. (Webvideoproduction n.d.)

2.1 Tuotannon valmistelu

Kaikki työ lähtee valmistelusta, niin myös videotuotanto. Jo ennen käsikirjoituksen tekemistä on ensiarvoisen tärkeää löytää yhteinen kieli asiakkaan kanssa. Tämä on yksi tärkeimmistä vaiheista videotuotannossa ja saattaa säästää aikaa tuotannon muissa vaiheissa. Asiakas ei aina välttä-

mättä omaa minkäänlaista kokemusta videotuotannoista, ja onkin projektin toteuttajan tehtävä selittää mitä voidaan tarjota, millä hinnalla ja millä aikataululla. Samoin on selvitettävä asiakkaalta, jos hän ei tätä automaattisesti itse osaa, mitä hän haluaa. Tässä vaiheessa myös sovitaan tarkat raamit tuotannolle. Näistä voidaan tietysti joustaa ja projektin kokoa muuttaa sopimuksen mukaan, mutta lähtökohtaisesti on hyvä olla selkeää molemmille osapuolille, mitä ollaan tekemässä. (Huhtala 2015.)

Asiakkaan kanssa on heti aluksi sovittava kenelle video on suunnattu ja minkä tyylistä videota he hakevat. Nuorille suunnattu sosiaalisen median video asettaa täysin erilaisia kuvauksellisia ja kerronnallisia tarpeita kuin muutaman minuutin informatiivinen tv-mainos. Internetissä julkaistavan videon on hyvä olla mahdollisimman lyhyt pääasioiden välittämiseen katsojalle. Näin vältetään siltä, että katsoja siirtyy sivustolta tai videosta pois. Elokuvateatterissa näytettävältä videotuotannolta katsojat vaativat kestoa ja hyvää kuvanlaatua. (Juniper, Newton 2011, 40.) Kohdeyleisön ja jakelukanavan selvittäminen määrittää pitkälle, kuinka kallis projektista tulee, sillä videotuotannon kallein osuus, tekijän palkka, riippuu täysin tuotantoon käytetystä ajasta ja siitä, kuinka ison tuotantoryhmän projekti tarvitsee. (Matt 2017.)

Kun sopimus videotuotannosta tehdään selkeästi ja molemmat osapuolet ymmärtävät tavoitteet, on lisätyöstä sopiminen tai projektin muuttaminen jatkossa helpompaa. Näistä lisäyksistä tai korjauksista voidaan sopia jo alkuvaiheessa siltä osin, mikä on mahdollista, eli tuleeko lisätyöstä millaisia lisämaksuja, tai tehdäänkö tarvittaessa uusia tuotantoja tukemaan nykyistä projektia. (Laukkanen 2015.)

Useimmiten asiakas ei täysin tiedä minkälaisen videon haluaa, huolimatta siitä, kuinka hieno tai pitkälle suunniteltu visio asiakkaalla onkaan. On tärkeää osata kertoa asiakkaalle, mikä toimii ja mikä ei missäkin jakelukanavassa. Usein asiakkaan ymmärrys videotuotannon muista vaiheista, kuin itse kuvaustilanteesta, on vajavainen. On tärkeää painottaa, että itse luova työ on se, mikä maksaa niin rahaa kuin myös aikaa. Tekijän tyyllillä, taidoilla ja näkemyksellä on suurin vaikutus siihen, kuinka tehokas ja katsojaa kiinnostava video saadaan aikaiseksi. Lisäksi asiakas on usein itse sokea omalle työlleen, joten videotuotantoa tekevän on hyvä katsoa asiaa täysin ulkopuolisen silmin. Itsestään selviltä tuntuvat asiat eivät välttämättä ole yhtä itsestään selviä katsojille, asioita pitää yksinkertaistaa ja selittää. Näin videon tarkoitus, eli katsojan informoiminen, voidaan saavuttaa parhaiten. (Huhtala 2015.)

2.2 Tuotannon määrittely

Kun asiakkaan kanssa on saatu sovittua millaisen videotuotannon hän haluaa, voidaan määrittää tarkemmin projektin tarkka sisältö, kesto, aikataulu ja tuotantoryhmä. On myös tuotantoa helpottavaa, jos asiakkaan kanssa voidaan projektin koosta riippuen pitää välikatsauksia, jolloin tur-

halta työltä vältytään. Tässä vaiheessa on kuitenkin tärkeää olla antamatta asiakkaalle sellaista kuvaa, että muutoksia voidaan tehdä loputtomasti. Sen sijaan ideana on, että pieniä suunnanmuutoksia voidaan toteuttaa, jotta saadaan molempia osapuolia tyydyttävä lopputulos ilman projektin kasvua, sillä projektin kasvun myötä myös aikataulu ja työn hinta saattaisi muuttua. (Huhtala 2015.)

Tärkeää on myös valita lähestymistapa tuotantoon. Esimerkiksi empiirinen lähestymistapa tarkoittaa sitä, että videon tekijällä on idea tai aihe, jota kuvaustilanteessa pyritään tukemaan valitsemalla aiheeseen liittyviä kohteita. Empiirisessä lähestymistavassa vasta kuvausten jälkeen aletaan rakentaa varsinaista tarinaa, jonka kulun määrittää kuvattu materiaali. Tällöin itse tarina saattaa muuttua paljonkin alkuperäisestä suunnitelmasta ja editointiprosessi voi olla haastava, kun yritetään saada eri kohtaukset sopimaan yhteen. (Millerson, Owens 2008.)

Suunnitellussa lähestymistavassa tekijöillä on jo jonkinlainen raami, mihin kuvaukset pohjautuvat. Näitä voivat olla esimerkiksi käsikirjoitus tai jokin muu ennalta määritetty kehys. Tämä takaa parhaimmillaan systemaattisen tuotannon, joka menee omalla painollaan eteenpäin. Toisaalta se saattaa vähentää tuotannon omaperäisyyttä ja hyvät mahdollisuudet saataisiin jättää huomiotta, kun niitä ei alkuperäisessä suunnitelmassa ole. (Millerson, Owens 2008.)

Tässä vaiheessa on hyvä koota myös synopsis, joka edeltää käsikirjoitusta. Kyseessä on lyhyt luonnos videon sisällöstä, useimmiten muutaman rivin mittainen teksti. Tämä auttaa pitämään videon tavoitteen selkeänä myös asiakkaalle. Tässä vaiheessa voidaan kuvailla jo millaisia kerronnallisia keinoja käytettäisiin. Sisältääkö video esim. haastatteluja, puhetta, näyteltyjä osuuksia tai animaatiota? On hyvä pitää koko ajan mielessä pääpiirteittäin, minkä näköistä videotuotantoa haetaan, jolloin siihen päämäärään voidaan päästä mahdollisimman mutkattomasti. (Apogee Oy 2013.)

2.3 Käsikirjoitus

Videotuotannon onnistumisen kannalta on ensiarvoisen tärkeää tehdä selkeä käsikirjoitus videolle. Käsikirjoituksesta käy ilmi videon rakenne ja tapahtumat omiksi kohtauksiksi eriteltyinä. Pelkistetty kuvaus videosta pyrkii selittämään videon sisällön niin tarkasti, että jokaisen kohtauksen tapahtumat ja äänet käyvät selkeästi ilmi. (Apogee 2013.)

Käsikirjoituksen lisäksi voidaan tehdä kuvakäsikirjoitus, jossa nimensä mukaisesti kuvilla näytetään videon tapahtumat. Kuvassa 2 on esimerkki kuvakäsikirjoituksesta. Kuvakäsikirjoituksella voidaan paremmin tuoda esille videon tyyliä ja visuaalista puolta. Kuvakulmat, kuvakoot ja osittain myös kameran liikkeet voidaan kertoa tämän käsikirjoituksen avulla. (Elo-kuvantaju n.d.)



Kuva 2. Esimerkki kuvakäsikirjoituksesta. (BBC n.d.)

2.4 Kuvauspaikka ja kuvattavat kohteet

Kuvauspaikan valinta riippuu täysin projektin luonteesta. Joissain projekteissa paikan valinta voi olla täysin itsestä kiinni, toisissa sen on oltava jokin tietty paikka. Esimerkiksi, jos kuvataan yrityksen esittelyä, kuvaus suoritetaan useimmiten yrityksen tiloissa. Jos tehdään musiikkivideota, on paikan valinta vapaampaa. Kuvauspaikalla on hyvä käydä etukäteen, jolloin voidaan valmistautua siihen, millainen valaistus paikalla on, kuinka paljon on tilaa ja mitkä olisivat otollisia kuvakulmia. Näin kaluston valinta ja itse kuvauspäivä sujuvat helpommin. (Keski-Suomen Museo n.d.)

Tässä vaiheessa on hyvä selvittää kuvausluvut ja se kuvataanko kuvauspaikalla yleisesti ihmisiä. Jos paikalla kuvataan yleisesti ihmisiä, tulee miettiä, kuinka heille kerrotaan etukäteen kuvauksista ja kuinka heiltä hankitaan suostumukset kuvamateriaalissa esiintymistä varten. Nämä suostumukset ja luvat ovat tärkeitä, sillä muuten itse kuvaukset saattavat keskeytyä tai pahimmassa tapauksessa kuvaukset viedään läpi, mutta kuvattua materiaalia ei voida käyttää. Esimerkiksi se, että kuvauspaikan luvat eivät ole kunnossa tai videolla esiintyy lapsi, jonka vanhemmilta ei ole kysytty lupaa, saattaa estää kuvattun materiaalin käyttämisen. (Mediakasvatusseura 2010.)

2.5 Kalusto

Kun videon rakenne, tarina ja kuvauspaikka ovat selvillä, voidaan valita tilanteeseen sopivat varusteet. Nämä ovat tärkeitä halutunlaisen lopputuloksen saavuttamiseksi. Kalustolla saadaan vaikutettua paljon videon ulkonäköön ja taiteelliseen puoleen. Valitsemalla esimerkiksi järjestelmäkamera, saadaan kuvaustilanteeseen tarvittaessa liikkuvuutta. Järjestelmäkameraan voidaan myös vaihtaa objektiiveja, joilla kuvan ulkonäköön

voidaan vaikuttaa. Lisäksi kaluston määrällä ja laadulla on merkitystä siihen, kuinka edullisesti ja nopeasti videon saa kuvattua. (Pirttilä 2016.)

Kameran valintaan vaikuttaa myös kameras tallennusominaisuudet. Useimmat digitaaliset kamerat tallentavat kuvattua materiaalia jo valmiiksi kompressoituun muotoon, jolloin myös tällä on merkitys haluttuun lopputulokseen. Kuvamateriaalin täysin kompressoimattomaan formaattiin tallentavat kamerat ovat kalliimpia ja kuvamateriaalin jälkityöstö on raskaampaa sekä vaatii useampia työvaiheita. Lisäksi kamera vaatii usein rinnalleen erillisen tallennuslaitteen, johon kuvattu materiaali tallentuu kamerasta. Toisaalta taas kompressoimaton kuvamateriaali on laadukkaampaa ja mahdollistaa laajemmat manipulointimahdollisuudet valituksessa ja värimäärityksessä. Tällaiset Raw- eli raakamateriaaliformaattit tallentavat kaiken kameras sensorin nappaaman informaation. Värit, valo, dynamiikka ja bittisyvyys ovat näissä formaateissa siis parhaat mahdolliset, mitä kyseisellä kameralla voidaan tallentaa. (Harrington, Krogh n.d.)

Useimmiten käytetään kameroita, jotka sisäisesti kompressoivat materiaalin haluttuun formaattiin tai materiaalin kompressointi suoritetaan siirtovaiheessa tietokoneelle. Tällöin tiedostokoko pysyy pienempänä, vaikka laatu ei ole paras mahdollinen. Lisäksi nämä formaattit ovat yleensä suoraan valmiita editoitaviksi. Esimerkkejä kyseisistä formaateista ovat QuickTimen MOV ja MPEG-4-formaattit, jotka luodaan esimerkiksi kamerassa H.264 -kodeekin avulla. (Harrington, Krogh n.d.) Kodeekeilla kompressoidaan eli pakataan data ja videota toistettaessa data avataan eli dekompressoidaan. Formaatti pitää sisällään koko videon eli muun muassa kuvavirran, äänen ja tekstityksen. (Zencoder n.d.)

Objektiivilla eli erilaisilla linssillä voidaan vaikuttaa paljon videon ulkonäköön. Valitsemalla esimerkiksi 50 mm objektiivin, päästään erittäin lähelle kohdetta kameras kanssa ja pystytään kohdentamaan tarkennus pienelle alueelle. Jos objektiivissa on mahdollisuus suuren aukkoon, esimerkiksi alle f 2.0, on tarkkuusalue todella pieni ja katsojan katse voidaan kohdistaa tarkalleen tiettyyn kohtaan kuvaa. Laajakulmaobjektiivilla saadaan nimensä mukaisesti kuvattua laajaa kuvaa verrattuna esimerkiksi perusobjektiiviin. Laajakulmaobjektiivin avulla saadaan suurempi osa näkymästä tallennettua ja päästään lähemmäs ihmisen silmän todellisuudessa näkemää kuvakulmaa. Toisaalta kohteen lähelle mentäessä esimerkiksi kasvot vääristyvät, samaan tapaan kuin katsoisi pyöreää peilipalloa. Tällaiset objektiivit ovat hyviä ahtaissa paikoissa ja kuvattaessa maisemia. (Learnaboutfilm n.d.)

Teleobjektiivilla voidaan kaukainen kohde tuoda lähemmäksi ja läheinen kohde eristää taustastaan tehokkaasti. Tällaiset linssit ovat usein isoja ja eivät kovinkaan käteviä kuvattaessa kamera kädessä. Lisäksi ne litistävät perspektiiviä, jolloin etäisyydet käyvät epäselvemmiksi. Kuva 3 esittelee hyvin eri objektiivien eroja kuvattuna samasta pisteestä. Huolimatta kunkin objektiivin hyvistä ja huonoista puolista, voidaan niitä käyttää täysin

vapaasti oman maun mukaan. Usein esimerkiksi vääristynyt kuva toimii hyvin tehokeinona tuomaan tietynlaista tunnelmaa kuvaan. (Learnabout-film n.d.)



Kuva 3. Polttoväljen vertailua. (Expertphotography n.d.)

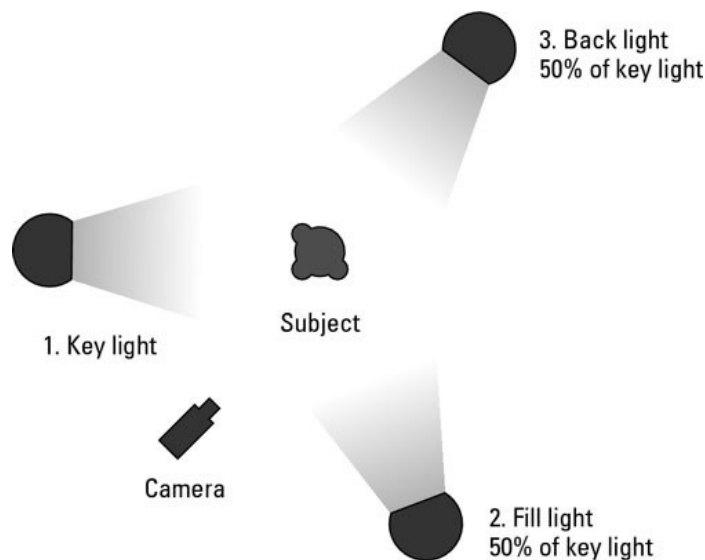
Kuvaustilanteen äänitys on kannattavinta hoitaa ulkoisella laitteella, sillä kameroiden sisäiset mikrofonit eivät useimmiten ole laadultaan tarpeeksi hyviä. Kameran sisäinen mikrofoni on herkkä häiriöille, joita syntyy esim. kameraa käsiteltäessä. Monessa tilanteessa kätevä ratkaisu on kameran päälle kiinnitettävä haulikkomikrofoni eli erillinen pieni mikrofoni. Se kerää äänen pääosin suoraan sieltä, mihin kameran linssi osoittaa. Tällainen mikrofoni on kätevä varsinkin, kun on yksin kuvaamassa, ei ole äänimiestä tai kuvataan tilannetta, jossa liikutaan paljon. Haastattelutilanteissa langaton mikrofoni on todella kätevä, sillä tällöin ääni saadaan läheltä puhujaa. (Paul 2015.)

Ääni on itsessään tärkeä, mutta usein aliarvioitu osa videon tuottamista. Ihminen saa suuren osan informaatiostaan näkemällä, mutta äänet vaikuttavat paljon siihen, miten tunnemme ja käsittelemme tämän informaation. (Ranta 2002.) Videon kuvanlaatu voi olla yllättävän huono ja ihminen jaksaa katsoa sen silti. Sen sijaan huonolaatuinen ja epäselvä ääni laskee katsojan kokemuksen tasoa selkeästi. Yksinkertaistettuna uutistenlukijaa jaksaa seurata huonollakin kuvanlaadulla, mutta jos ääni särkyy tai on epäselvää, katsojan kiinnostus loppahtaa. (Sulanto 2010.) Äänellä on siis oleellisen tärkeä rooli videotuotannon suunnittelussa ja onnistumisessa, varsinkin taiteelliselta kannalta. Äänellä vahvistetaan videon tunnelmaa, oli äänen lähde sitten musiikki, tehosteet tai puhe. (Mediaknowall n.d.)

Kameran, objektiivien ja äänityslaitteiston lisäksi valitaan tilanteen mukaan erilaisia lisävarusteita. Valaistus on tärkeä osa laadukkaan videomateriaalin saamisessa. Riittävä valaistus takaa, että itse kamera pystyy tallentamaan mahdollisimman paljon informaatiota. Pienissä tuotannoissa

on hyvä pyrkiä kuvauspaikan ja kaluston valinnassa helposti valaistavaan videokuvaan. Jälkituotannossa kuvaa voidaan tummentaa ja haluttuja kohtia pimentää, mutta liian pimeästä materiaalista on vaikea saada kirkkaampaa ilman laadun selkeää huonontumista. Pimeässä kuvattu materiaali sisältää usein runsaasti kohinaa, jonka määrä on suoraan verrannollinen kuvauskaluston laatuun. Mitä laadukkaampi kamera, sen paremmat ominaisuudet sillä on kuvata pimeässä. Kameran hämäräkuvauksen ominaisuuksia voidaan vahvistaa ja tukea isoaukkoisen objektiivin valinnalla. Näin kameran sisälle pääsee enemmän valoa, jolloin kameran muita asetuksia ei tarvitse muuttaa kompensoimaan kuvan hämäryyttä. (Hyman 2010.)

Valaistuksella voidaan tukea myös videon taiteellista ilmaisua. Valo luo kuvaan oman tunnelmansa, sen avulla voidaan korostaa osia kuvasta ja sillä voidaan tuoda jatkumoa videon tarinaan. Kuvassa 4 esiteltävä perinteinen kolmipistevalaisu on hyvä lähtökohta kaiken valaisun suunnittelulle. Kolmipistevalaisussa on päävalo, tasoitusvalo ja takavallo. Päävalo on nimensä mukaisesti päävalon lähde kuvauksessa ja on useimmiten kohteen edessä, hieman viistosti sivussa. Tasoitusvalo on toisella sivulla, himmeämpänä kuin päävalo. Sillä tasoitetaan päävalon luomat kovat varjot ja tuodaan esiin yksityiskohtia. Takavalolla tuodaan kohde esiin paremmin taustastaan. Tällaista valaistusta on hyvä käyttää ohjenuorana, vaikka sitä ei aina voisikaan noudattaa. Tilannetta voidaan onneksi kompensoida nokkeluudella. Käyttämällä auringonvaloa ja jonkinlaista heijastinta, esimerkiksi kaikessa yksinkertaisuudessaan valkoista paperia, voidaan saada jo useimpiin tilanteisiin riittävä valaistus. (Ranta 2002.)



Kuva 4. Kolmipistevalaistus. (Daum, Hein, Scott, Goeldi n.d.)

Jalusta on yksi kuvaamisen perusvarusteista. Sen avulla saadaan vakaata kuvaa ja se mahdollisuuksien mukaan vapauttaa kuvaajan kädet käyttämään toista kameraa. Lisäksi kameraa voidaan käyttää käsivaralta, kiinni-

tettynä erilaisiin stabiloijiin eli vakaajiin tai kiinnitettynä olkatukiin. Kuvassa 5 näytetään kamera kiinnitettynä vakaajaan. Kovasti yleistyneet stabiloijat antavat mahdollisuuden pienissäkin tuotannoissa laadukkaisiin kameran liikkeisiin. Kohteen seuraaminen ja pitkät otokset ovat hyvä tehokeino ja antavat videolle laadukkaan vaikutelman. (Paul 2015.) Lisäksi erilaisien slidereiden ja dollyjen avulla saadaan kamera liikkumaan esimerkiksi sivuttain. Slider on kisko, jota pitkin kameraa voidaan liikuttaa ja dolly on jalusta, jota voidaan liikuttaa pyörillä. Liikuttava matka ei yleensä ole pitkä, mutta sen avulla saadaan herätettyä laadun tunnetta katsojassa. Usein itse kuvasta tulee myös mielenkiintoisempi, sillä ihmissilmä on herkkä tunnistamaan liikettä. Lisäksi kuvaan saadaan syvyyttä, kun etuala liikkuu kuvassa enemmän kuin taka-ala. Näin otoksen tilantuntu on selkeämpi katsojalle. (Moveego 2013.)



Kuva 5. Kameran vakaaja. (Shutterstock n.d.)

2.6 Kuvaustilanne

Itse kuvaustilanteessa on hyvä, että kaikilla tuotannon jäsenillä on selkeät roolit. Mitä suurempi tuotanto sitä tarkemmin määritellyt roolit kulla kin on. Pienemmissä tuotannoissa, joissa saattaa olla vain 1-2 henkilöä, yksittäinen henkilö omaa useampia rooleja ja usein roolit myös sekoittuvat.

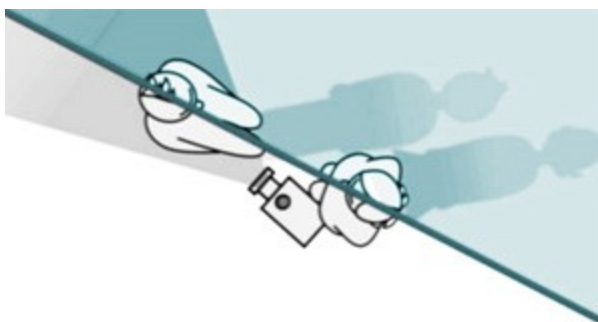
Tärkeimpiä rooleja kuvaustilanteessa ovat tuottaja, ohjaaja, kuvaaja, äänittäjä ja valaisija. Tuottaja vastaa koko tuotannon kulusta, yhteistyöstä asiakkaan kanssa ja yleensä myös tuotantoryhmän kokoamisesta. Ohjaaja vastaa kuvaustilanteen kokonaisuudesta, vaikuttaa käsikirjoitukseen, tuotantoryhmään, kameroiden sijoitteluun ja muihin lopulliseen tuotokseen liittyviin työvaiheisiin. Kuvaaja nimensä mukaisesti kuvaa tuotannon. Kuvaajia saattaa olla useampia ja usein cinematographer eli elokuvaaja on myös itse kuvaaja. Hän vastaa kuvauslaitteistosta ja siitä, että kameroille tallentuu ohjaajan visio. Äänittäjä vastaa kuvaustilanteen äänen tallentamisesta ja valaisija valaisee kuvaustilanteen siten, että kamera saa tallennettua halutunlaisen kuvan. (522 n.d.)

Kuvaustilanteessa seurataan joko ennalta määrättyä käsikirjoitusta tai kuvakäsikirjoitusta, vaihtoehtoisesti voidaan myös kuvata tilanne dokumentaarisesti, eli kameroilla enemmänkin seurataan tilannetta ja muutetaan kuvakulmia tarpeen mukaan. Kameroiden asettelulla on merkitystä katsojan tilanteeseen suhtautumiseen. Silmien tasolta kuvatessa kohde näyttäytyy parhaimmillaan, kun taas alakulmasta kuvattu kohde näyttää uhkaavammalta tai mahtipontisemmalta. Yläkulmasta kuvattaessa kohde näyttäytyy pienempänä ja heikompana. (Davis 2015.)

Kuvaustilanteen aluksi testataan laitteiston toimivuus, tallentuuko ääni ja ovatko kamerakulmat toimivat. Tämän lisäksi tarkistetaan, ettei kuvan taustalla ole mitään häiritseviä tekijöitä, sillä näitä on jälkikäteen vaikea korjata. Kuvattaessa on hyvä pitää kirjaa kuvatusta materiaalista, tämä helpottaa itse kuvaustilannetta, kuin myös editointivaihetta. Pitämällä kirjaa kuvatusta materiaalista, tiedetään pilalle menneet otokset editointivaiheessa ja kuvaustilanteessa pysytään mukana siitä, mitä otoksia on otettu ja mitä materiaalia vielä puuttuu. (Murphy 2013.)

B-rulla on tärkeä osa varsinkin haastatteluita, sillä se helpottaa videon editointia. Tällä termillä tarkoitetaan materiaalia, jota voidaan lisätä videoon tuomaan lisäkontekstia ja helpottamaan editointityötä. (Juniper, Newton 2011, 55.) Leikkauksista tulee sulavampia, kun videoiden väliin voidaan laittaa kuvamateriaalia varsinaisen pääkuvan ulkopuolelta. Tämän lisäksi itse video saadaan mielenkiintoisemmaksi, kun näytetään muutakin materiaalia, kuin esimerkiksi vain haastattelutilanne. (Camp 2014.)

Kuvaustilanteessa on erittäin tärkeää muistaa suojaviiva. Tämä on havainnollistettu kuvassa 6. Suojaviivalla tarkoitetaan kuvitteellista rajaa kuvaustilanteessa, jonka toiselle puolelle kameran kanssa ei mennä. Kuvattaessa vuoron perään kahta kasvotusten keskustelevaa ihmistä, menee suojaviiva näiden kahden ihmisen kautta. Tällöin keskustelua ei tule välillä kuvata keskustelevien ihmisten toiselta puolelta. Tämä on siksi tärkeää, että tällöin liikkeen ja katseen suunta pysyy samana. (Mediakompassi n.d.)



Kuva 6. Suojaviiva. (Mediakompassi n.d.)

Esimerkiksi kuvattaessa ihmistä viistosti sivulta juoksemassa ja kameran seurattessa mukana, ei voida yhtäkkiä leikata kuvaamaan toiselta sivulta, sillä silloin kuvassa ihminen juoksee päinvastaiseen suuntaan edelliseen kuvaan verrattuna. Mahdolliset kääntymiset tai puolenvaihdokset tulee näyttää katsojalle. Edellä mainitussa keskustelutilanteessa kamera voi mennä keskustelijoiden toiselle puolelle, jos ihmiset liikkuvat, tai jos tila on esitelty, eli siitä on näytetty myös laajempaa kuvaa. Tällöin katsoja ymmärtää alitajuisesti kameran sijainnin. (Learnaboutfilm n.d.)

2.7 Musiikki

Musiikin valinnalla on suuri merkitys videon lopulliseen muotoon, sillä sen avulla luodaan tietynlainen tunnelma. Musiikin avulla voidaan rytmittää videon kulkua ja leikkauksia, sekä vaikuttaa ihmisten tunteisiin ja videoon suhtautumiseen. Kuten elokuvissa, äänimaailma määrittää onko kuvan tilanne uhkaava, vauhdikas, humoristinen vai kotoisa. (Wistia n.d.) Onkin tärkeää määrittää, mitä musiikilla halutaan kertoa videossa. Liian voimakas ja tunteita herättävä kappale saattaa peittää viestin, jota itse kuvalla halutaan kertoa. Hyvänä määritelmänä on, että haluttaessa kertoa tarkkaa tietoa, käytetään kuvaa tukevaa taustakappaletta, joka ei vie katsojan huomiota. Pyrittäessä esittämään videolla laajempia konsepteja, voidaan käyttää musiikkia etualalla herättämään tunteita. (Johnson n.d.)

Videotuotannoissa voidaan käyttää musiikkia lisensointipalveluista. Tämä on usein aiheellista pienemmissä videotuotannoissa, joissa ei ole aikaa tai varaa säveltää omaa musiikkia. (Johnson n.d.) Lisensointipalveluista on mahdollista hakea musiikkia erilaisten tunnepitoisten termien avulla. Usein musiikki ei suoraan sovellu sinällään käytettäväksi videon päällä, vaan vaatii myös oman editointinsa. Näin musiikki ja video toimivat paremmin yhdessä, eikä jouduta tekemään uhrauksia kohtausten vaihdon ja musiikin epäsopivuuden vuoksi. (Wistia n.d.)

2.8 Editointi ja jälkikäsittely

Editointi- eli leikkausvaiheessa kuvattu materiaali yhdistetään eheäksi kokonaisuudeksi. Tässä tuotannon vaiheessa ei pelkästään kasata kuvattua materiaali yhdeksi kokonaisuudeksi, vaan valitaan parhaat otokset ja määritetään niiden järjestys ja kesto. Videoon lisätään myös musiikki ja muut äänet, mahdolliset erikoistehosteet ja grafiikat. Editointi on erittäin tärkeä osa tuotantoprosessia ja hyvinkin materiaali saattaa kyllästyttää katsojan, jos editointi on tehty huonosti. Editointi on mekaanisesti itsessään yksinkertainen prosessi, mutta eheän taiteellisen kokonaisuuden aikaansaaminen on yhtä lailla niin taidetta kuin tiedettä. (Millerson, Owens 2008, 295.)

Editointivaiheessa materiaali kootaan järjestykseen, joka saattaa erota kuvausjärjestyksestä tai jopa käsikirjoituksesta. Editoinnilla pidetään yllä

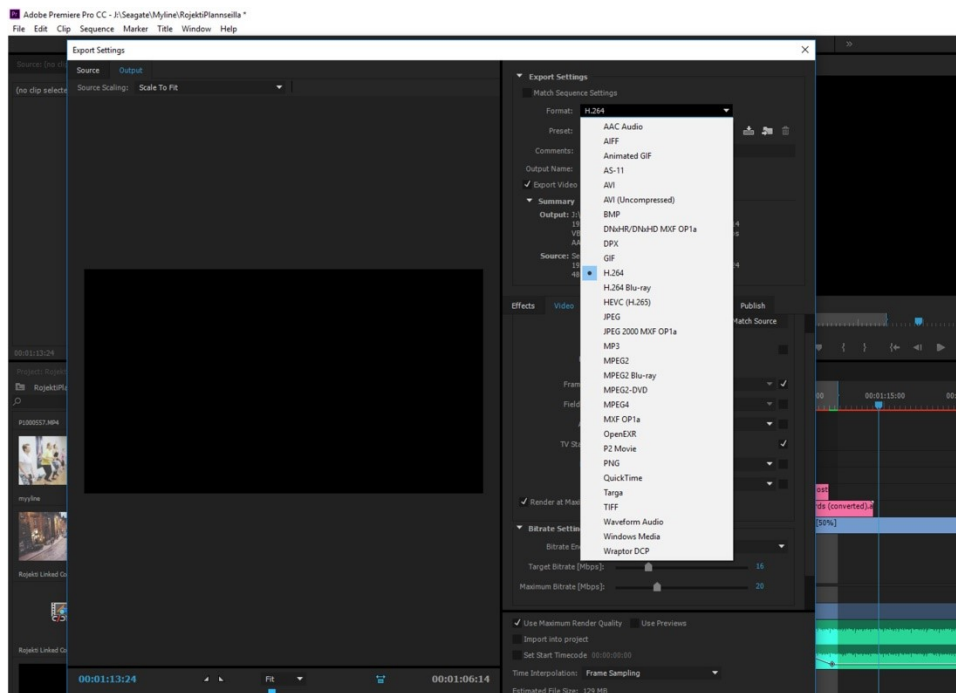
tarinan jatkuvuutta ja peitetään mahdolliset virheet leikkaamalla ne pois tai peittämällä ne muulla kuvamateriaalilla. Suurin osa editoinnista hoidetaan epälineaarisesti. Kuvamateriaali on joko digitalisoitu filmiltä tai tallennettu suoraan digitaaliseen muotoon. Tämä mahdollistaa loputtomat määrät muutoksia ja vaaditut laitteistot maksavat vain murto-osan lineaarisen editointiprosessin vaatimista laitteistoista. (Millerson 2008, 296-298.)

Jos videon ääni tallennetaan ulkoiselle tallentimelle, tai kun kuvamateriaalia käytetään useammasta kamerasta, pitää editointivaiheessa synkronoida ääni videokuvan kanssa. Äänen synkronoinnissa voidaan käyttää siihen tarkoitettua ohjelmaa, kuten Red Giantin Plural Eyes. Synkronointi voidaan tehdä myös manuaalisesti käyttämällä hyväksi videolle alussa kuvattua ja äänitettyä käsien yhteenlyöntiä. Tällöin editointiohjelmassa tämä isku voidaan kohdistaa ääniraitojen kohdalla samaan hetkeen. Adoben Premiere -ohjelmassa voidaan lisäksi automaattisesti synkronoida kuvattu materiaali synchronize- ja merge clips- toimintojen avulla automaattisesti. (Klein 2017.)

Värimäärittelyllä ja – korjailulla saadaan videokuva näyttämään yhdenmukaiselta ja sillä voidaan tukea tarinankerrontaa. Värimäärittely voidaan hoitaa editointiohjelmassa, kuten Premieressä tai siihen voidaan käyttää erillistä ohjelmaa, kuten Adoben SpeedGrade. Värimäärittelyssä voidaan käyttää hyväksi valmiita asetuksia, joilla on mahdollista päästä lähelle haluttua lopputulosta. Lisäksi Premieren värityökaluilla voidaan muokata laajasti eri asetuksia, kuten kuvan lämpöisyyttä, kirkkautta ja eri värien syvyyttä. (Escobar 2016.)

2.9 Videon tallennus jakeluformaattiin

Kun editointivaihe on saatu päätökseen ja video sisältää kaiken kuvan, äänen ja tarvittavat erikoistehosteet, voidaan tuotanto exportata, eli viedä ulos leikkausohjelmasta haluttuun formaattiin. Näin saadaan aikaiseksi jakeloversio videosta. Exportatessa video kompressoidaan valitun asetuksen ja kodeekin mukaan. Videokodeekki on ohjelma, joka mahdollistaa videon pakkaamisen ja purkamisen. Haluttu formaatti riippuu paljon ennalta sovitusta, asiakkaan kanssa tehdystä sopimuksesta. Jakeluversion formaattiin vaikuttaa paljon videon jakelukanava. Yksi yleisimmistä kodeeista on H.264, jonka avulla video saadaan pakattu pieneen tilaan. Tätä käytetään mm. Web-videoiden pakkaamiseen. (Wolfcrow n.d.) Kuvassa 7 näkyy lista opinnäytetyössä käytetyn editointiohjelman, Adobe Premieren, erilaisista kodeeista ja formaateista. Kodeeilla siis pyritään pienentämään tiedostokokoa mahdollisimman paljon ilman, että kuvanlaatu kärsisi. Eri kodeeilla on erilaisia käyttötarkoituksia ja riippuen jakelukanavasta, voidaan materiaalia joutua pakkaamaan paljonkin. (Encoding.com n.d.)



Kuva 7. Eri formaatteja ja kodekkeja Adobe Premieren export-asetuksissa.

3 KEHITTÄMISTYÖN TAVOITE JA TARKOITUS

Tavoitteena oli valmistaa My Line Kuntokeskukselle videotuotanto. Tämä laajeni lopulta kahdeksi erilliseksi videotuotannoksi. Toinen valmistuneista videotuotannoista on markkinointivideo kuntokeskuksesta ja toinen haastatteluun pohjautuva tietoisuus fysioterapiasta. Nämä videot eroavat tyyleiltään toisistaan, mutta molemmissa pyrittiin pitämään videon ulkonäkö, kuten värimaailma samansuuntaisena. Näin yrityksen markkinointi pystyttiin pitämään yhdenmukaisena. Työn toteuttamisessa hyödynnettiin laajaa tietoperustaa, jota raportin aikaisemmissa luvuissa on jo avattu. Koko tuotantoprosessin tunteminen helpottaa videotuotannon aloittamista ja antaa vakaan pohjan työskennellä asiakkaan kanssa. Se antaa myös paremmat mahdollisuudet niin rakenteeltaan kuin ulkonäöltään ammattimaisen lopputuloksen saavuttamiseen.

Videoiden tavoitteena on hankkia uusia asiakkaita ja mainostaa jo olemassa oleville asiakkaille uusia liikuntamuotoja. Fysioterapian esittelyvideo on kiinteästi sidottu mainosvideoon, kuten itse fysioterapia on sidottu kuntokeskuksen muuhun tarjontaan. Tämä tarkoittaa sitä, että fysioterapiaan kuuluu liikuntaa, joten hoitoon hakeutuva voi jatkaa muun kuntokeskuksen tarjonnan parissa saatuaan itsensä kuntoon. Sama toimii myös toisinpäin, kuntoileva ihminen saattaa loukkaantua tai hänelle voi kehittyä muita lihasongelmia, esimerkiksi istumatyön johdosta. Tällöin heille voidaan tarjota fysioterapiaa saman katon alla.

Videot julkaistaan My Line Kuntokeskuksen YouTube-kanavalla, josta he voivat jakaa ja upottaa videoita eri kohteisiin. YouTube-video voidaan esimerkiksi upottaa kotisivuille ja jakaa sosiaalisessa mediassa, kuten Twitterissä ja Facebookissa. YouTuben kautta jaettu video yhdistyy kuntokeskuksen muihin videoihin YouTube-kanavan kautta. Videoiden päätaivoitteena oli toteuttaa tekijöiden osalta ammattimainen videotuotanto, joka myös toteuttaa asiakkaan toiveet ja tarpeet myynnin ja markkinoinnin edistämiseksi.

4 SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Saimme Turengissa sijaitsevalta My Line Kuntokeskukselta toimeksiannon markkinointivideon valmistamiseen. Tuotannon toteuttaminen aloitettiin vieraillemalla kuntokeskuksessa. Näin päästiin näkemään kuvauspaikat, tutustumaan työn tilaajaan ja selvittämään, millaista videota he toivoivat. Samalla selvitettiin myös videon kohderyhmä ja millainen videon sisältö tulisi olemaan. Tässä vaiheessa tuotantoa huomattiin, että kuntokeskuksella on todella laaja tarjonta. Alun perin he olisivat halunneet esitellä videolla yksitellen jokaista heidän tarjoamaa liikuntalajia. Mielestämme parempi lähestymistapa mainosvideolle oli kuitenkin kuntokeskuksen yleisempi esittely. Ehdotettuumme tätä My Linelle, päädyimme esittelemään kuntokeskuksen päälajeittain, eli kuntosalin, ryhmäliikunnan, kiertoarjoittelun ja fysioterapian.

Tämän tapaamisen aikana käytiin myös katsomassa muutamaa ryhmäliikuntatuntia ja yhtä kiertoarjoittelutuntia. Näin saatiin kuva siitä, miltä kuvattavat tapahtumat tulevat näyttämään. Alustavasti päästiin myös suunnittelemaan, miten ja mistä tilassa voi kuvata. Tässä vaiheessa huomattiin, että ison haasteen projektiin asettavat liikuntamuodot, sillä monissa lajeissa henkilöt liikkuvat erittäin laajalla alueella, jolloin kuvaajille ei jää suurta tilaa toimia. Lisäksi ryhmäliikuntasalissa oli yhden seinän kattava peili, joka oli erityisesti otettava huomioon suunniteltaessa itse kuvaustilannetta. Kuvaajan ei haluttu näkyvän peilin kautta ja pilaavan muuten hyvän otoksen.

4.1 Suunnitteluvaihe

Tästä siirryttiin suunnittelemaan videota, sen rakennetta ja kuvauksissa käytettävää kalustoa. Video toteutettiin empiirisen lähestymistavan kautta. Varsinaista käsikirjoitusta ei siis tehty, vaan pyrittiin dokumentoimaan tilanteet videolle ja jälkituotannossa rakentamaan niistä ehjä kokonaisuus. Tämä lähestymistapa sopi myös siihen ajatukseen, että video ei sisältäisi näyteltyjä tai lavastettuja kohtauksia, vaan tilanteet kuvattaisiin mahdollisimman realistisina. Videon päätettiin olevan vauhdikas ja nuo-

rekas, mutta kuitenkin asiallinen kuvaus kuntokeskuksen tarjonnasta. Lisäksi päätettiin videon äänimaailman pohjautuvan täysin musiikkiin. Editointi tulisi tekemään pitkälti tämän musiikin ehdoilla.

Suunnitteluvaiheessa huomattiin, että fysioterapia ei sovi markkinointivideon liikunnalliseen ja vauhdikkaaseen otteeseen. Sen käyttäminen olisi helposti rikkonut videon rakennetta. Lisäksi fysioterapia on itsessään erittäin laaja aihe, johon on vaikea päästä sisälle ilman selostusta, joten siitä päätettiin tehdä oma video. Tyyliiltään tämä video on dokumentarisempi esittelyvideo kuin viihteellinen markkinointivideo. Kahden erillisen videon toteuttaminen sopi My Line Kuntokeskukselle hyvin, sillä tällöin fysioterapian sisältöä päästäisiin avaamaan sanallisesti ja esittelemään sitä uusille, asiasta tietämättömille asiakkaille.

4.2 Kaluston valinta

Kaluston valintaan vaikuttivat omat kokemuksemme ja kuvaustilanteen vaatimukset. Tilanne päädyttiin kuvaamaan mahdollisimman kevyellä kalustolla, sillä tilaa oli rajoitetusti ja kuvatessa jouduttiin liikkumaan paljon. Kuvaaminen suoritettiin mahdollisimman huomaamattomasti, sillä kuvattavat olivat tavallisia maksavia asiakkaita, joiden harjoittelua ei haluttu häiritä. Kameroiksi valikoitui Canon 7D ja Panasonic Lumix GH4 -järjestelmäkamerat. Kamerat esitellään kuvissa 8 ja 9. Molemmat kamerat ovat pieneen kokoonsa nähden erittäin laadukkaita kameroita, joita useat mainostoimistot käyttävät.



Kuva 8. Canon 7D-järjestelmäkamera. (Imaging resource n.d.)



Kuva 9. Panasonic Lumix GH4-järjestelmäkamera (Imaging resource n.d.)

GH4:n valintaan vaikutti sen ominaisuus kuvata moninkertaista hidastusta 7D:hen verrattuna. Parhaimmillaan 7D mahdollistaa kuvatuun materiaaliin hidastamisen vain puoleen alkuperäisestä. Fps-luku kertoo, kuinka monta kuvaa kamera tallentaa sekunnissa, eli frames per second. GH4:llä voidaan kuvata jopa 96 fps kuvanopeudella, jolloin hidastus valitsemaamme, usein käytettyyn 25 fps, kuvanopeuteen on lähes nelinkertainen. Kamera ei tallenna kuvaa 96 fps nopeudella, vaan ainoastaan kuvaa sen kyseisellä nopeudella. Kuvauksen jälkeen kamera muokkaa materiaalin 25 fps, eikä sitä pääse enää muuttelemaan haluamallaan tavalla. Tässä opinnäytetyössä tällainen hidastus oli riittävä ominaisuus, sillä hidastettua materiaalia haluttiin myös kuvata. Tällöin videota pystyttiin jälkituotannossa tyyllittelemään hidastuksen avulla. Molemmilla kameroilla pystyttiin lisäksi kuvaamaan 50 fps kuvanopeudella, joka sekin voitiin hidastaa jälkituotannossa puoleen. Tämä onnistui käyttämässämme editointiohjelmassa, Adobe Premieressä, siirtämällä 50 fps nopeudella kuvattu materiaali 25 fps aikajalalle ja siellä muuttamalla kyseisen videon nopeus puoleen alkuperäisestä.

Kameroista valittiin videoformaatiksi mp4, joka syntyy kamerasisällä H.264 kodeekin avulla. Tämä pakkausmuoto on yksi tehokkaimmista ja yleisimmin käytetyistä ja riittää hyvin useimpiin jälkikäsitteilyn tarpeisiin. Se pitää tiedostokoon pienenä, hävittämättä kuitenkaan liikaa kuvan informaatiota.

7D:ssä käytettiin Canonin 18–135 mm objektiivia. Se mahdollisti kohtuullisen laajan kuva-alan, mutta myös zoomauksen lähemmäs kohdetta. Ob-

jektiivii on hyvä valinta projektissa, jossa halutaan kuvata samasta pisteestä koko tila, yksittäinen ihminen tai yksityiskohtia. GH4:ssä käytettiin 14–140 mm objektiivia, joka myös mahdollisti samoja ominaisuuksia kuin Canonin objektiivii. Muuttuva polttoväli tuo kuvaukseen joustavuutta, mutta kuvan laatu ei ole yleensä samalla tasolla objektiivin kanssa, jossa on kiinteä polttoväli. Lisäksi zoomatessa suurin mahdollinen aukko pienenee, jolloin kameran sensorille pääsee vähemmän valoa. Molemmissa objektiiveissa on myös kuvanvakausta ominaisuus, eli mahdollinen värinä saadaan minimoitua tai jopa poistettua kokonaan.

Toista kameraa päätettiin käyttää käsivaralta, jolloin toinen kuvaaja pystyi toimimaan nopeasti, liikkumaan salissa ihmisten välissä ja kuvaamaan erikoisistakin kuvakulmista, esimerkiksi vinosti tai lattian tasosta. Toiselle kameralle valittiin pieni, mutta tukeva Manfrotton jalusta, josta on esimerkkinä kuva 10. Tämä jalusta vei suhteellisen vähän tilaa, mutta oli todella tukeva 7D:n kanssa. Lisäksi jalustan videopää mahdollisti panoroinnit sulavasti.



Kuva 10. Manfrotto-jalusta videopäällä. (Bhphotovideo n.d.)

Fysioterapiavideoissa käytettiin haastattelun kuvaamiseen Canon 650D -järjestelmäkameraa ja Canon EF 50 mm f/1.8 STM -objektiivia. Kameran valinta määräytyi tässä tuotannossa sen mukaan, mikä oli laadukkain käsiimme saama Canonin kamera, sillä käytössämme ollut objektiivii oli yhteensopiva vain Canonin kameroiden kanssa. Haastattelu haluttiin kuvata 50 mm objektiivilla, sillä sen avulla saatiin kuvaan erittäin kapean syväterävyyden. Sen avulla haastateltava erottui hyvin taustastaan ja katsojan

huomio saatiin kiinnitettyä haastateltavaan ilman häiriöitä. B-rullan kuvasimme 650D:llä ja GH4:llä.

4.3 Kuvaukset

Mainosvideo kuvattiin yhden päivän aikana vierailemalla eri ryhmäliikuntatunneilla, kiertoharjoittelutunnilla ja kuvaamalla ihmisten harjoittelua vapaasti kuntosalin puolella. Tutustumiskäynnillä saatiin kohtuullisen hyvä kuva tuntien sisällöstä, joten emme joutuneet enää häiritsemään tuntien vetäjiä tai asiakkaita. Tuntien alkaessa asiakkailta pyydettiin lupa kuvata ja käyttää materiaalia My Linen markkinointiin. Lisäksi tunnille osallistuvien nimet ja allekirjoituksen kerättiin, jotta mahdollisilta ongelmilta vältyttäisiin myöhemmässä vaiheessa.

Ryhmäliikuntaa kuvattiin pitämällä toista kameraa jalustalla ja toista kameraa käytettiin käsivaralta. Jalustalta saatiin vakaata kuvamateriaalia yhdeltä sivulta, toisen kuvaajan liikkuesssa ympäri salia, jolloin saimme myös lähikuvaa ja otoksia erikoisemmista kuvakulmista. Koko ajan pyrittiin siihen, että emme kuvanneet toisiamme, vaikka se oli välillä haastavaa suuren peiliseinän takia. Suojaviiva pystyttiin myös rikkomaan, eli kuvasimme sen molemmilta puolilta, sillä laajemmassa kuvassa olimme jo esitelleet tilan. Tällä helpotettiin käsivaralta kuvatun materiaalin hankkimista.

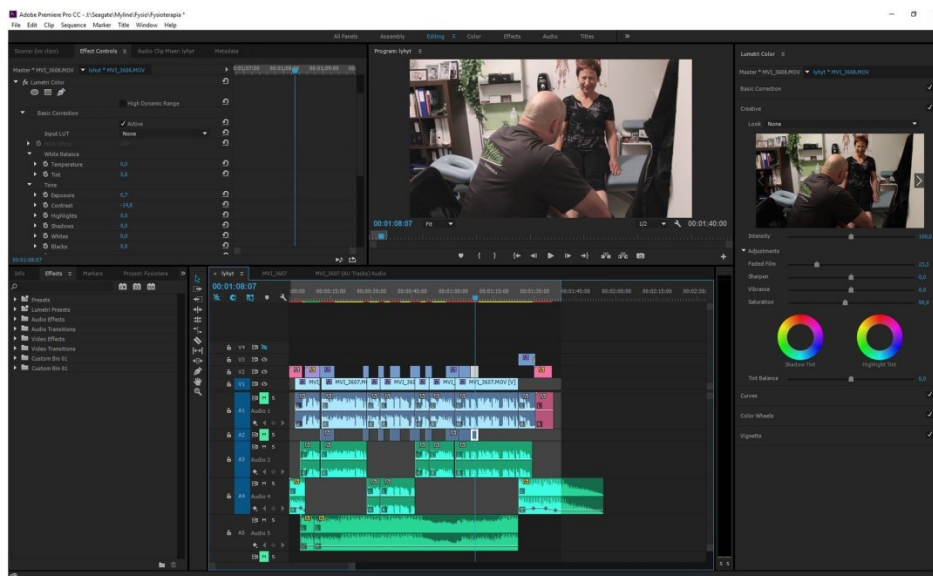
Fysioterapiavideon kuvaus toteutettiin toisella kerralla. Itse haastattelu kuvattiin jalustalta ja äänitettiin kahdella mikrofonilla. Toinen mikrofoni oli Bluetooth-yhteydellä toimiva nappimikki, joka kiinnitettiin haastateltavan paidan kaulukseen. Lisäksi käytettiin erillistä mikrofonitallenninta, jota pidettiin pöydällä pienellä jalustalla. Näin varmistettiin, että saimme laadukasta ääntä, sillä haastattelussa itse puhe oli tärkeimmässä osassa. Lisäksi kuvasimme lisämateriaalia eli B-rullaa. Lisämateriaali kuvattiin fysioterapeutin hoituhuoneessa. Mukaan saatiin vapaaehtoinen henkilö, jonka kanssa simuloitiin todellinen hoitokerta. Tämänkin keskustelu äänitettiin kahdella mikrofonilla. Editointivaiheessa päädyttiin käyttämään vain fysioterapeutin haastattelua, sillä näin video saatiin pidettyä lyhyenä ja ytimekkäänä.

4.4 Jälkituotanto

Jälkituotantovaihe lähti siitä, että aluksi käytiin kaikki materiaali läpi. Käyttämämme editointiohjelman, Adobe Premieren, työtilaan säästettiin vain ne otokset, joista koettiin olevan hyötyä. Näin saatiin pidettyä editointivaihe mahdollisimman selkeänä. Markkinointivideoon etsittiin sopiva kappale Audioblocks-sivustolta. Sivusto tarjoaa rojaltivapaaata musiikkia ja ääniefektejä kiinteään jäsenhintaan. Lisäksi kyseisen sivuston tarjoamat lisenssit ovat sellaisia, että tekijää ei tarvitse mainita lopullisessa tuotoksessa. Sopivan kappaleen löydyttyä alettiin rakentaa kappaleen

rinnalle videota. Valituilla otoksilla pyrittiin tukemaan musiikin tempoa ja muutoksia, pitämällä kuitenkin haluttu rakenne mukana. Ensinnäkin esiteltiin kuntosali, sitten ryhmäliikunta ja lopuksi kiertoajoitus.

Toisin kuin markkinointivideossa, fysioterapiavideossa musiikki ei määrittänyt editointia ja editointi tehtiin ilman musiikkia. Työskennellessä keskityttiin siihen, että saatiin leikattua haastattelusta tärkeimmät kohdat siten, että video pysyi alle kahden minuutin mittaisena ytimekkäänä kokonaisuutena. Kuvassa 11 on esillä näkymä editoidusta videosta Adobe Premiere -ohjelmassa. Haastattelun ääntä työstettiin Adobe Audition -ohjelmalla, jolla lisättiin äänitiedostoon kevyt kohinanpoisto ja normalisointi. Ekvalisaattorilla pyrittiin pehmentämään ääntä. Näin videon tärkeimmistä osista, eli haastateltavan äänestä, saatiin miellyttävän kuuloinen. Äänitys käyttämällämme laitteistolla kuulosta usein ilman näitä efektejä hieman terävämmältä kuin todellisessa tilanteessa. Lopuksi Audiblocks-sivustolta etsittiin musiikki myös tähän videoon. Tällä kertaa pyrittiin löytämään taustalle sopivan rento, toiveikas ja rauhallisen kappale. Musiikin äänentasausta laskettiin reilusti, niin että se oli selvästi alempana puheen äänentasausta. Näin puheääni pysyi hallitsevana elementtinä videon äänimaailmassa ja musiikki vain tuki ja täytti sitä.



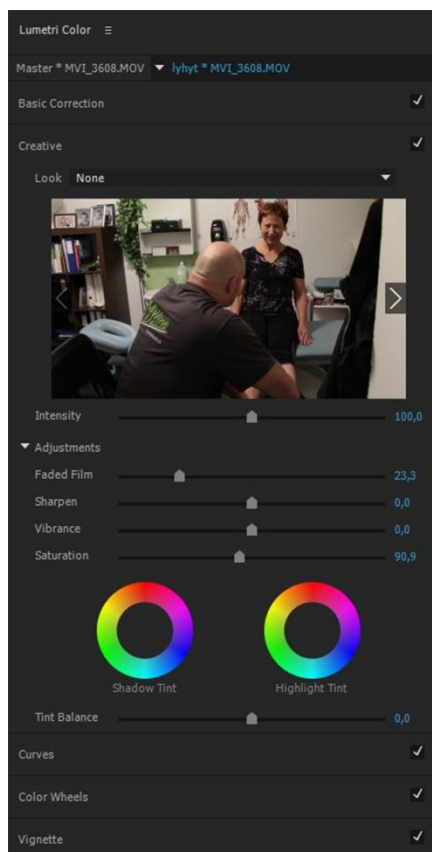
Kuva 11. Näkymä fysioterapiavideon editoinnista Adobe Premiere ohjelmassa.

Värimäärittely markkinointivideoon tehtiin käyttämällä kevyesti Premierin Lumetri Control -työkalua. Työkalun avulla kirkastettiin kuvaa, lisättiin haalennusta ja laskettiin kontrastia. Näin saavutettiin videolle raikas ja puhdas ulkonäkö, kuten kuvasta 12 näkyy. Fysioterapiavideon värimäärittely oli vielä kevyempää, lähinnä saturaatiota eli värikylläisyyttä laskettiin, jolloin haastateltavan ihonsävystä saatiin realistisempi. Osa näistä asetuksista näkyy kuvassa 13. Värikorjailua jouduttiin tekemään hieman, sillä B-rullan materiaali oli selkeästi tummempaa ja kellerävämpää. Materiaalista laskettiin kontrastia ja koko värimaailman vihreä-

yttä laskettiin lisäämällä magentan sävyä kuvaan. Lisäksi GH4:n raakamateriaali erosi paljon 650D:n materiaalista, sillä 650D:llä kuvattu kuva oli kontrastisempaa ja siinä oli korkeampi saturaatio. GH4:n kuvaprofiilista, eli mm. värin ja sävyn määrittelystä, saa valittua neutraalin tason, jolloin kuva on hieman väritön, mutta se helpottaa jälkikäteen tehtävää värimäärittelyä. 650D:n asetukset ja ominaisuudet eivät riitä yhtä laadukkaaseen väridynamiikkaan, eli siihen miten väri vaikuttaa viereiseen väriin.



Kuva 12. Värimäärittelyesimerkki, vasen ennen värimäärittelyä ja oikea värimäärittelyn jälkeen.



Kuva 13. Värikorjausasetuksia Premieren Lumetri Color -toiminnossa.

Työssä käytettiin hyväksi Dynamic Link -ominaisuutta, jolloin valittuja tiedostoja voitiin siirtää ja muokata eri Adobe-ohjelmien välillä. Tällöin tiedostoja ei tarvinnut siirtää erikseen ja tehdyt muutokset näkyivät automaattisesti myös alkuperäisessä ohjelmassa, jonka kautta linkitys oli teh-

ty. Esimerkiksi siis After Effectsissä oleva animaatio voidaan Dynamic Link -ominaisuuden avulla tuoda Premiereen osaksi projektia. Tällöin After Effectsissä voidaan tehdä muutoksia, jotka näkyvät myös Premieressä.

Molemmat videot exportattiin YouTubea silmällä pitäen. Pakkaukseen käytettiin H.264 koodekkia ja Vimeo 1080 esiasetuksia. Näiden avulla videon laatu säilytettiin parhaana mahdollisena ja tiedostokoko pysyi samalla kohtuullisena. Videot lähetettiin WeTransfer-sivuston kautta My Linelle, sillä kyseinen palvelu ei pakkaa erikseen tiedostoja lähetystä varten. My Linen henkilökunta pystyi lataamaan videot WeTransferin lähettämän linkin kautta ja lataamaan ne YouTubeen sekä julkaisemaan sosiaalisessa mediassa.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Opinnäytetyössä käytiin läpi videotuotannon kokonaisuus niin teorian kuin myös käytännön kautta. Toteutimme toisen opiskelijan kanssa kaksi videotuotantoa My Line Kuntokeskukselle edistämään heidän markkinointiaan. Opinnäytetyössä esitetty tietoperusta oli ensiarvoisen tärkeää työn onnistumisen kannalta. On tärkeää tietää, miten eri tuotannon vaiheilla on merkitystä toisiinsa, ja miten eri asioita on otettava huomioon, kun lähdetään suunnittelemaan tuotantoa. Hyvä suunnittelu on avain onnistumiseen. Jos työn tilaajan kanssa ei aluksi käydä läpi, minkälaista videota he haluavat, kenelle se on suunnattu ja mikä on sen jakelukanava, voi koko tuotanto olla hyödytön asiakkaalle. On myös ensiarvoisen tärkeää sopia tarkat mittasuhteet, sillä sen avulla määräytyy työmäärä ja tätä kautta myös hinta asiakkaalle.

Lisäksi onnistuneen opinnäytetyön kannalta on tärkeää, että tuotantoryhmä tietää tehtävänsä, mitä projektilta vaaditaan ja miten eri kalusto vaikuttaa lopputuloksen saavuttamiseen. Vaikka emme käyttäneet tarkkaan kirjattua kuvauslistaa tai käsikirjoitusta, oli meillä selkeä suunnitelma siitä, mitä olimme tekemässä ja mikä oli työn tavoite. Koska olemme tehneet useita videotuotantoja yhdessä, oli meidän helppo suunnitella työtä, sen jakoa ja lopputulokseen vaadittavia työpanoksia. Itse videotuotannon valmistuminen oli sujuvaa, eikä sen teossa kohdattu suurempia ongelmia.

Markkinointivideon kuvaustyötä helpotti se, että tilannetta lähestyttiin dokumentaarisesta näkökulmasta. Materiaalia siis kuvattiin sen mukaan mitä tapahtui, emmekä ohjanneet tilannetta millään tavalla. Dokumenteissa lähestymistapa on usein ”kärpäsenä katossa”, jolloin kuvaaja pyrkii pysymään huomaamattomana ja olemaan vaikuttamatta tilanteeseen millään tavalla. Tällä tavoin katsoja pääsee lähemmäs tilannetta. Pääasiallisena tavoitteena oli pitää video todentuntuisena, vaikka se selkeästi markkinointivideo onkin. Fysioterapian haastatteluvideo sujui myös omal-

la painollaan, sillä olemme tehneet yhdessä jo aikaisemmin useita haastatteluvideoita. Haastatteluissa äänimateriaali on erityisen tärkeää, joten äänenlaatu pyrittiin pitämään ammattimaisella tasolla. Tämän takia kuvaustilanteessa ääni tallennettiin kahteen eri lähteeseen, jotta mahdollisten laitteistovirheiden takia nauhoitetusta materiaalista ei tulisi käyttökelvotonta.

Onnistuimme tavoitteessamme hyvin ja saimme tehtyä laadukkaat videot My Linelle. Avain erinomaiseen lopputulokseen on laaja ja perusteellinen tietotaito videotuotannon saralla. Pääpointit videotuotannon onnistumiseen ovat siis:

- huolellinen valmistautuminen
- tuotannon tarkka määrittely asiakkaan kanssa
- oikea kalusto
- huolellinen jälkituotanto (editointi, musiikki ja tehosteet)

Nämä neljä pääpointtia mielessä on yksinkertaisempaa lähteä toteuttamaan videotuotantoa, varmistamaan sen laatua ja minimoimaan turhan työn määrää. Näiden avulla saavutetaan niin asiakasta kuin myös tekijää tyydyttävä lopputulos, joka puhuttelee myös katsojaa.

LÄHTEET

522. (n.d.). THE ROLES AND HIERARCHY OF A VIDEO PRODUCTION TEAM. Haettu 22.1.2017 osoitteesta <http://www.522productions.com/the-roles-and-hierarchy-of-a-video-production-team>

Apogee Oy. (2013). VIDEOTUOTANNON PERUSTEET. Haettu 22.1.2017 osoitteesta <https://www.apogee.fi/wp-content/uploads/2013/05/Videotuotanto.pdf>

BBC (n.d.). Esimerkki kuvakäsikirjoituksesta. Haettu 23.1.2017 osoitteesta <http://www.bbc.co.uk/schools/gcsebitesize/dida/multimedia/videorev1.shtml>

Bhphotovideo (n.d.). Manfrotto-jalusta videopäällä. Haettu 23.3.2017 osoitteesta https://www.bhphotovideo.com/c/product/1247856-REG/manfrotto_mv502055xpro3_502hd_pro_video_head.html

Camp, N. (2014). What is B-Roll? Enhance Your Video Production With Additional Shots. Blogijulkaisu 27.1.2014. Haettu 20.8.2016 osoitteesta <http://www.thevideoeffect.tv/2014/01/27/what-is-b-roll-enhance-your-video-production-with-additional-shots/>

Daum, Hein, Scott, Goeldi (n.d.). Kolmipistevalaistus. Haettu 23.1.2017 osoitteesta <http://www.dummies.com/business/start-a-business/small-business-marketing/how-to-use-three-point-lighting-in-your-marketing-video/>

Davis, D. (2015). Video Production Tips: The Basics of Lighting And Camera Angles. Blogijulkaisu 20.1.2015. Haettu 20.2.2017 osoitteesta <http://tubularinsights.com/video-production-lighting-camera-angles/>

Elokuvantaju (n.d.). Storyboard, kuvasuunnitelma. Haettu 24.2.2017 osoitteesta <http://elokuvantaju.uiah.fi/oppimateriaali/esituotanto/storyboard.jsp>

Encoding.com (n.d.). Understanding bitrates in video files. Haettu 25.2.2017 osoitteesta <http://help.encoding.com/knowledge-base/article/understanding-bitrates-in-video-files/>

Escobar, E. (2017.). The Video Editor's Guide to Color Grading. Blogijulkaisu 6.1.2016. Haettu 3.4.2017 osoitteesta <https://www.premiumbeat.com/blog/the-video-editors-guide-to-color-grading/>

Expertphotography (n.d.). Polttovälien vertailua. Haettu 24.1.2017 osoitteesta <https://expertphotography.com/understand-focal-length-4-easy-steps/>

Harrington, R., Krogh, P., (n.d.). Camera formats for video. Haettu 3.4.2017 osoitteesta http://www.dpbestflow.org/Video_Camera_Formats

Huhtala, T. (2015). Seitsemän ohjetta: Näin teetät videotuotannon onnistuneesti Blogijulkaisu 24.9.2015. Haettu 20.8.2016 osoitteesta <http://www.kuvauspaiva.fi/2015/09/seitseman-ohjetta-nain-teetat.html>

Hyman, I. (2010). 7 Strategies to Shoot Video in Low Light. Blogijulkaisu 1.10.2010. Haettu 3.3.2017 osoitteesta <http://www.izzyvideo.com/low-light-video/>

Imaging resource (n.d.). Canon 7D-järjestelmäkamera. Haettu 24.3.2017 osoitteesta <http://www.imaging-resource.com/PRODS/canon-7d-mark-ii/canon-7d-mark-iiA.HTM>

Imaging resource (n.d.). Panasonic Lumix GH4-järjestelmäkamera. Haettu 24.3.2017 osoitteesta <http://www.imaging-resource.com/PRODS/panasonic-gh4/panasonic-gh4A.HTM>

Irvine, S. (2015). Why people respond to video more than text Blogijulkaisu 21.10.2015. Haettu 20.2.2017 osoitteesta <https://www.linkedin.com/pulse/why-people-respond-video-more-than-text-stewart-irvine?forceNoSplash=true>

Johnson, O. (n.d.). How to Choose the Best Music for Your Video Marketing Projects. Blogijulkaisu n.d. Haettu 20.8.2016 osoitteesta <https://www.vidyard.com/blog/choosing-music-for-video-content/>

Juniper, A., Newton, D. (2011). *Videokuvaaja järkkärillä 101 Huippuvinkkiä*. Jyväskylä: WSOYpro Oy.

Klein, R. (2017.). Three Ways to Sync Audio to Video. Blogijulkaisu 30.3.2017. Haettu 3.4.2017 osoitteesta <https://www.premiumbeat.com/blog/how-to-sync-audio-to-video/>

Keski-Suomen Museo. (n.d.). Videokuvaus. Haettu 20.2.2017 osoitteesta <http://www.jyvaskyla.fi/keskisuomenmuseo/nykydokumentointi/tallennusmenetelmat/videokuvaus>

Laukkanen, S. (2015). *Videotuotannon suunnittelu ja toteutus*. Opinnäytetyö. Mediatekniikan koulutusohjelma. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Haettu 22.1.2017 osoitteesta

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/99166/Suvi_Laukkanen.pdf?sequence=1

Learnaboutfilm. (n.d.). Choosing lenses for filmmaking. Haettu 22.1.2017 osoitteesta <http://learnaboutfilm.com/making-a-film/equipment-for-low-budget-filmmaking/choosing-lenses/>

Learnaboutfilm. (n.d.). The 180 degree rule, looking space and eyeline match. Haettu 22.3.2017 osoitteesta <http://learnaboutfilm.com/film-language/sequence/180-degree-rule/>

Matt, B. (2017). Brand Videos: How Much Do They Really Cost? Haettu 2.3.2017 osoitteesta <https://www.business.com/articles/brand-videos-how-much-do-they-really-cost/>

Mediakasvatusseura. (2014). Suojaviiva. Haettu 12.2.2017 osoitteesta <http://www.mediakasvatus.fi/materiaali/kuvauslupa/>

MediaKnowAll. (n.d.). Sound. Haettu 12.2.2017 osoitteesta <http://www.mediaknowall.com/sound.html>

Mediakompassi. (n.d.). Kuvauslupa. Haettu 22.1.2017 osoitteesta <http://www.mediakasvatus.fi/materiaali/kuvauslupa/>

Millerson, G., Owens, J. (2008). *Video production handbook*. Burlington: Elsevier Inc.

Moveego. (2013). 6 situations where you should use a slider. Blogijulkaisu 22.1.2013. Haettu 20.8.2016 osoitteesta <http://moveego.com/blog/2013/01/6-situations-where-you-should-use-a-slider/>

Murphy, A. (2013). How to Prepare for an Awesome Video Shoot. Blogijulkaisu 26.12.2015. Haettu 20.8.2016 osoitteesta <http://marketeer.kapost.com/how-to-prepare-an-awesome-video-shoot/>

Musburger, R., Kindem, G. (2009). *Introduction to media production*. Burlington: Elsevier Inc.

Paul, J. (2015). How (and When) to Use a Steadicam Shot. Blogijulkaisu 25.9.2015. Haettu 3.3.2017 osoitteesta <https://www.premiumbeat.com/blog/how-and-when-to-use-a-steadicam-shot/>

Paul, J. (2015). How to pick the best video production mic. Blogijulkaisu 14.10.2015. Haettu 4.3.2017 osoitteesta <https://www.premiumbeat.com/blog/how-to-pick-the-best-video-production-mic/>

Pirttilä, O. (2016). How Aloittelijan opas videokaluston hankintaan. Blogijulkaisu 3.1.2016. Haettu 1.3.2017 osoitteesta http://ollipirttila.info/aloittelijan_opas_videokaluston_hankintaan/#.WM-GJm997IU

Ranta, P. (2002). VIDEOTEKNIIKAN PERUSTEET. Haettu 22.1.2017 osoitteesta <http://pranta.mbnet.fi/vidper1.htm>

Ranta, P. (2002). VALAISU ja ÄÄNI. Haettu 22.1.2017 osoitteesta <http://pranta.mbnet.fi/vidper7.html>

Shutterstock (n.d.). Kameran vakaaja. Haettu 26.2.2017 osoitteesta <https://www.premiumbeat.com/blog/3-lo-fi-techniques-for-better-camera-stabilization/>

Sulanto, M. (2010). Videossa kunnollinen ääni on tärkein osa Blogijulkaisu 14.11.2015. Haettu 20.8.2016 osoitteesta <http://www.sulantoblog.fi/videossa-kunnollinen-aani-on-tarkein-osa/>

Webvideoproduction (n.d.). Esimerkki videotuotannon osioista. Haettu 23.2.2017 osoitteesta <http://www.webvideoproduction.com/getting-your-video.html>

Wistia. (n.d.). Choosing Music for Your Video Haettu 5.2.2017 osoitteesta <https://wistia.com/library/choosing-music-for-your-video>

Wolfcrow. (n.d.). The Adobe Premiere Pro Export Guide (Part One): Codecs. Haettu 5.2.2017 osoitteesta <http://wolfcrow.com/blog/the-adobe-premiere-pro-export-guide-part-one-codecs/>

Zencoder. (n.d.). Codecs And Formats. Haettu 3.4.2017 osoitteesta <https://app.zencoder.com/docs/faq/codecs-and-formats>