

TARINAT LAPIN OSAAJAMARKKINOINNISSA

Kohti kertovampaa valokuvaa

Tuovinen, Terhi

Opinnäytetyö
Kulttuuriala
Kuvataide
Kuvataiteilija (AMK)

2017

Kulttuuriala
Kuvataiteen koulutusohjelma
Kuvataiteilija (AMK)

Tekijä	Terhi Tuovinen	Vuosi	2017
Ohjaajat	Panu Pohjola Eija Rajalin		
Työn nimi	Tarinat Lapin osaajamarkkinoinnissa. Kohti kertovampaa valokuvaa		
Sivu- ja liitesivumäärä	43 + 6		

Opinnäytetyö käsittelee Lapin osaajamarkkinoinnin sisältönä toimivia henkilötarinoita ja niiden kuvallisuutta. Tarinoita toteutetaan Lapin yhteisessä markkinointi- ja viestintätalo House of Laplandissa. Opinnäytetyö on liittäminen työhöni House of Laplandin sisällöntuottajana, ja tarinoiden teko osaajamarkkinoinnin Mun Lappi -kanavaan on ollut tiivis osa työtäni aina tarinoiden alusta alkaen.

Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää omaa työtä ja antaa apuvälineitä myös muille, jotka tarinoita tuottavat. Olen korostanut valokuvan merkitystä ja etsinyt vastauksia siihen, miten Mun Lappi -tarinoiden kuvallisuutta voi kehittää vielä tarinallisempaan sekä merkityksellisempään suuntaan. Lisäksi tutkin valokuvan tärkeyttä esitysmuotona tekstin rinnalla.

Olen analysoinut tähän mennessä tehtyjä tarinoita objektiivisesta näkökulmasta semioottisen analyysin työkaluja apuna käyttäen. Olen käsitellyt tarinoita kokonaisuutena, kuvan ja tekstin yhdistelmänä sekä paneutunut myös yksittäisiin valokuviin. Olen pohtinut valokuvia pintaa syvemältä henkilökuvauksen näkökulmasta ja käynyt läpi kaluston, kuvankäsittelyn sekä sommittelun perusteet. Lopuksi määritin House of Laplandin kuvaohjeistuksen ja kohderyhmätutkimuksen kautta valokuvan tavoitetasoa sekä etsin käytännön vinkkejä tulevaisuuden työkalupakkiin muun muassa House of Laplandin brändiasiantuntijan haastattelun pohjalta.

Olen tavoitellut opinnäytetyöllä konkreettista hyötyä sekä itselleni että organisaatiolle. Lopputuloksena olen tunnistanut valokuvan tärkeyden osana tarinaa ja löytänyt valokuvan tarinallisuuteen vaikuttavia konkreettisia tekijöitä, joiden avulla valokuvasta voi rakentaa yhä rohkeamman ja merkityksellisemmän osan Mun Lapin tarinoita.

Kulttuuriala
Kuvataiteen koulutusohjelma
Kuvataiteilija (AMK)

Avainsanat

valokuvaus, semiotiikka, narratiivisuus, markkinointi

School of Business and Arts
Degree Programme in Visual Arts
Bachelor of Visual Arts

Author	Terhi Tuovinen	Year	2017
Supervisors	Panu Pohjola Eija Rajalin		
Title of thesis	Stories in Lapland's Talent Marketing. Towards Narrative Photography		
Number of pages	43 + 6		

This thesis study researches human stories and especially the visual side of the stories. The stories are a part of the Lapland's talent marketing executed in Lapland's official marketing and communications house, House of Lapland. The thesis study is ancillary to my work as a Content Creator for House of Lapland. Creating stories to Mun Lappi channel has been a major part of my job since the beginning of Mun Lappi.

The objective of my thesis study was to improve my own work and offer tools to anyone who creates stories. I focused on researching photos and I searched answers to the question of how could photos in Mun Lappi stories be more narrative and more meaningful. In addition, I reflected the importance of photos upon stories that contain also text.

I analyzed the published stories from the objective point of view with the help of semiotics. I researched the concept of stories, the combination of photo and text and single photos. I delved into photography from portrait photography's angle, I examined the camera equipment, photo editing, and basis of composition. In the end, I determined the quality standards to photos and gave some practical tips about photography using House of Lapland's Photography Moodboard, the Talent Marketing segmentation research and the interview with the House of Lapland's Brand Specialist.

This thesis research pursued benefits for me as the researcher and the organization involved. The result of this thesis study is that I recognize the significance of the photos as a part of the stories and find aspects that allow photos to become an increasingly narrative, meaningful and bold part of Mun Lappi stories.

Key words photography, semiotics, narrative, marketing

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	PROJEKTI JA SEN TAUSTA.....	8
2.1	House of Lapland	8
2.2	Mun Lappi ja osaajamarkkinointi	8
2.3	Lapin ihmisten tarinat.....	10
3	KUVAN JA SANAN TEORIAA	11
3.1	Kuvan ja sanan suhde	11
3.2	Tarinallisuus kuvassa	12
3.3	Semiotikka kuvan ja kielen tulkitsijana	13
4	TEOKSEN PROSESSIKUVAUS JA ANALYYSI	15
4.1	Ideasta tarinaksi	15
4.2	Lapin ihmisten paradigma ja syntagma	17
4.3	Teoksen suhde todellisuuteen ja sen ilmeiset merkitykset	18
4.4	Teoksen tehokeinot	19
4.5	Julkaisumuoto.....	21
5	VALOKUVA PINTAA SYVEMMÄLTÄ	23
5.1	Valokuvan merkitys.....	23
5.2	Sommittelu tehokeinona	24
5.3	Ihminen kuvassa ja hänen ohjaamisensa	27
5.4	Kalusto ja kuvankäsittely	29
5.5	Omasta kuvasta oppiminen	31
6	KOHTI TARINALLISEMPAA KUVAA.....	33
6.1	House of Laplandin kuvaohjeistus	33
6.2	Kohderyhmätutkimus	34
6.3	Valokuvan tavoitetaso.....	36
6.4	Työkalupakki tarinallisempaan kuvaan	38
7	POHDINTA	40
	LÄHTEET.....	42
	LIITTEET	44

1 JOHDANTO

Lappi on rohkeiden ja erilaisten ihmisten maakunta, jossa riittää tarinoita kerrottavaksi. Opinnäytetyöni lähtökohta on tarkastella, voidaanko Lappia markkinoida hyvänä paikkana asua, elää, opiskella, tehdä töitä ja yrittää tarinoita kertomalla ja kuinka tarinat kerrotaan niin, että ihmiset niistä myös kiinnostuvat. Tarinoissa valokuva on isossa roolissa ja olen erityisen kiinnostunut tutkimaan nimenomaan valokuvan merkitystä tarinalle ja kehittämään kuvallisuutta yhä keskeisemmäksi ja tärkeämmäksi osaksi Lapin ihmisten tarinoita.

Opinnäytetyö liittyy sisällöntuottajan työhöni Lapin markkinointi- ja viestintätalo House of Laplandissa. Tarinat ovat osa Lapin osaajamarkkinointia, jonka kanavana toimii Mun Lappi sosiaalisessa mediassa ja Lapland.fi-verkkopalvelussa. Tarinoiden teko on ollut osa työtäni niiden alusta alkaen ja osittain opinnäytetyössä käsittelen kehitystyötä ja työprosessia tarinoiden takana.

En pidä henkilökuvausta omana vahvuutenani, mutta työni vuoksi myös ihmisten valokuvaaminen on välttämätöntä hallita ja opinnäytetyö on loistava tilaisuus kehittää itseäni ammatillisesti. Lapin ihmiset ovat inspiroivia ja kiinnostavia ja niin pitäisi olla heidän tarinansa ja valokuvansakin. Työ tarinoiden parissa on haastavaa, mutta erittäin innostavaa ja haluan kehittyä työssäni tietoisesti paremmaksi. Lisäksi opinnäytetyön on tarkoitus olla apuna kumppaneille ja muille sisällöntuottajille, jotka tarinoita tekevät, joten haluan tarkentaa myös valokuvan vaatimustasoa ja kerätä käytännön vinkkejä niistä seikoista, mihin kannattaa kiinnittää huomiota kuvaa ottaessa.

Tämän opinnäytetyön keskeisin tavoite on kehittää Lapin ihmisten tarinoita yhä ehjemmäksi kokonaisuudeksi valokuvan kautta. Lisäksi tavoitteena on tarkastella kuvan ja sanan yhteismerkityksiä ja hierarkiaa sekä pohtia Mun Lapissa julkaistavien tarinoiden toimivuutta tehdyn työn pohjalta ja hahmottaa kokonaisuutta.

Tutkimuskysymykseni ovat: Voiko Lapin ihmisten valokuvia kehittää vielä merkityksellisemmäksi ja tarinallisemmaksi osaksi kertomuksia ja kuinka? Kuinka

suuri merkitys valokuvalla on osana tarinaa? Ovatko tarinat Lapin osaajamarkkinoinnissa toimiva sisältömuoto?

Aineistona opinnäytetyössä käytän Mun Lappiin tähän mennessä tehtyjä tarinoita, joita on noin 40, ja minun tekemiäni niistä on kolmisenkymmentä. Tulen refleктоimaan tarinoita ja niiden valokuvia semioottisen analyysin työkaluja apuna käyttäen sekä kokonaisuutena että yksittäisinä kuvan sekä tekstin yhteisesityksinä. Valokuvaa käsittelen osana koko opinnäytetyötä, mutta omistan valokuvan tarkasteluun myös kokonaan oman luvun. Keskeisiä teoksia opinnäytetyöni rakentamisessa ovat muun muassa Michael Freemanin (2007) Valokuvaamisen taito, Janne Seppäsen (2001) Katseen voima ja Marjo Remeksen (2011) luentomateriaali kuvasemiotiikasta. Lisäksi käytännön kehitysaskelien määrittämisessä olen haastatellut House of Laplandin brändiasiantuntijaa. Olen ottanut opinnäytteeseen mukaan House of Laplandin laatiman kuvaohjeistuksen ja kohderyhmätutkimuksen, jotka määrittelevät tarinoiden sisältöä ja kuvien ilmettä.

2 PROJEKTI JA SEN TAUSTA

2.1 House of Lapland

House of Lapland on Lapin yhteinen markkinointi- ja viestintätalo, jonka omistavat Lapin korkeakoulut, kunnat ja yrittäjät. House of Laplandin tehtävä on huolehtia, että Lapin mahdollisuudet näkyvät, kuuluvat ja ovat helposti saatavilla. House of Laplandissa yhdistyy neljä osa-aluetta, joita ovat kansainvälinen matkailumarkkinointi, Lapin elokuvakomissio sekä osaaaja- ja sijoittumismarkkinointi. (Tarssanen 2017, 2.)

Opinnäytetyöni liittyy osaajamarkkinointiin, jonka toimenpiteitä on toteutettu yhdessä Lapland Above Ordinary -bränditeot -hankkeen osana. Kyseinen hanke on Lapin liiton hallinnoima ja toteuttama, mutta hankkeen operatiivinen toteutus on tehty kiinteässä yhteistyössä House of Laplandin kanssa. (Tarssanen 2017, 25.)

Aloitin sisällöntuottajana House of Laplandissa joulukuussa 2015 ja olen 80-prosenttisesti Lapland Above Ordinary -bränditeot hankkeen työntekijä, joten osaajamarkkinoinnin toimenpiteet ovat tiivis osa työtäni. Yksi osaajamarkkinoinnin toimenpiteistä käynnistettiin lanseeraamalla Mun Lappi maaliskuussa vuonna 2016 kevyen kampanjan ja sosiaalisen median kautta, missä aloitettiin julkaisemaan Lapin ihmisten tarinoita. Mun Lapin ja kampanjan konseptointi tehtiin House of Laplandissa sisäisesti. Kampanjan idea oli, että ihmiset jakoivat tunnisteella #munlappi sosiaalisessa mediassa omia Lapin hetkiään, jotka nousivat erilliselle kampanjasivulle. Näin saatiin Mun Lappi -kanavat Facebookissa ja Instagramissa tutuiksi ihmisille ja siihen liittyvä tunniste elämään sosiaalisessa mediassa.

2.2 Mun Lappi ja osaajamarkkinointi

Osaajat ovat henkilöitä, jotka edesauttavat asuin- ja työpaikkansa menestystä maailmassa, jossa tieto, luovuus ja innovaatiot ovat keskeisiä tekijöitä (Andersson, Asplund, Byström & Ekman 2014, 13). Osaajille asuinpaikan valinnassa merkitsee paikan positiivinen kuva, vahva brändi ja kiinnostavat

työpaikat. Myös rikkaalla kulttuuritarjonnalla ja saavutettavuudella on suuri merkitys asuinpaikkaa valittaessa. Osaajat ovat tietoisia ympäröivästä maailmasta ja heille on tärkeää, että asuinympäristö on turvallinen, puhdas ja avoin. Edellä luetelluista monet asiat ovat niitä, mitä Lappi edustaa ja minkälaista kuvaa se tavoittelee. Osaajamarkkinoinnissa Lapin osalta on tärkeää miettiä, miten nämä osaajiksi kutsutut henkilöt tavoitetaan ja miten heidät saadaan kiinnostumaan Lapista ja sen potentiaalista asuinpaikkana. Siihen kanavana toimii Mun Lappi. (Andersson, Asplund, Byström & Ekman 2014, 24–25.)

Ihmisten kiinnostus saadaan heräämään ja heidät myös parhaiten tavoitetaan relevantin ja aidosti kiinnostavan sisällön kautta. Tunnistettava ja hyvä sisältö on myös keino erottua nykyajan sisältötulvasta (Siniaalto 2014, 20). Minkälaista sitten on toimiva ja tuloksekas sisältö? Lyhyesti kuvailtuna sisältö on hyvää, kun se herättää kiinnostuksen ja saa yleisön koukuttumaan. Kiinnostava sisältö on oman näköistä ja herättää tunteen. Koukuttava sisältö herättää unelmia ja antaa mahdollisuuden samaistua. Huomiota sisältö saa tehokkaimmin yhdistämällä esitysmuodoista kuvan ja tekstin. Kuvan rooli on sisällön kannalta erityisen tärkeä. Kuvallinen sisältö saa 94 % enemmän näyttöjä kuin sisältö, jossa ei ole lainkaan kuvia (Patel 2015). Kuva kiinnittää huomion, auttaa asian muistamisessa, vetoaa tunteisiin, täydentää tekstin sanomaa ja mikä tärkeintä, saa sisällön erottumaan massasta. Parhaassa tapauksessa kuvat vahvistavat brändiä ja tunnistettavuutta. (Tanni & Keronen 2013, 96, 102–103; Lehtonen 1996 52, 172–173; Siniaalto 2014, 65, 37–38.)

Tarinat ovat aina kiehtoneet ihmisiä, joten mikä olisikaan koukuttavampaa ja kiinnostavampaa sisältöä, kuin tositarinat ihmisten elämästä. Todistus tarinoiden voimasta digitaalisessa maailmassa on miljoonien ihmisten seuraama Humans of New York -blogi, joka on kasvanut vuosien varrella valtavaksi yhteisöksi sosiaalisessa mediassa. Humans of New Yorkin idea on yksinkertainen: blogin ja yhteisön perustaja Brandon Stanton valokuvaa ja jututtaa kadulla tapaamiaan ihmisiä ja jakaa heidän tarinansa valokuvan kera internetissä. Kuten New Yorkista, myös Lapistakin löytyy runsaasti kiinnostavia persoonia ja tarinoita kerrottavaksi. Ihmisten ja heidän tarinoidensa kautta voi tuoda ilmi sitä, millainen Lappi on asuinympäristönä ja lisäksi tarinat ovat suhteellisen yksinkertaisia

toteuttaa kuvan ja tekstin kautta. Näistä oivalluksista syntyi tarinat Mun Lappiin. (Wisdom2.0 2015.)

2.3 Lapin ihmisten tarinat

Lapin ihmisten tarinat on kokonaisuus, joka koostuu lappilaisista tai jollakin tavalla pohjoisen maakunnan elämään liittyvistä henkilötarinoista. Tein ensimmäiset Lapin ihmisten tarinat Mun Lappi -kanaviin keväällä 2016. Ajatus oli lähteä kokeilemaan käytännön kautta, mikä toimii ja etsiä samalla Mun Lapin äänensävyä ja tyyliä. Alusta alkaen tarinoiden vastaanotto oli lupaavaa. Ihmisiä oli helppo saada mukaan haastateltavaksi ja sosiaalisessa mediassa tarinat otettiin positiivisesti vastaan. Tarinoihin on pyritty etsimään ihmisiä laidasta laitaan; on sekä tavallisia lappilaisia että tunnetumpia nimiä kuten Tanja Poutiainen-Rinne tai Antti Autti. Tavoite Lapin ihmisillä on inspiroida ja kertoa elämästä pohjoisessa. Tarinoiden kautta voi vakuuttavasti tuoda Lappia esille asuinpaikkana ja kertoa sen tarjoamista mahdollisuuksista.

Tarinoita on tällä hetkellä noin 40 kappaletta, mistä olen tehnyt hieman yli 30. Rakenteen tarinoissa on pidetty hyvin yksinkertaisena; useimmiten yksi kuva ja lainausmuotoinen teksti, minkä lopussa kerrotaan henkilön etunimi ja paikkakunta. Sitten tarinallisuus on laajentunut artikkelimaisempaan suuntaan ja mukaan on tullut myös yritystarinoita.

Tarinat koetaan osaajamarkkinoinnin osalta toimivaksi sisällöksi, ja niiden tekoa on tarkoitus jatkaa yhä isommalla volyymilla. Tarinoita tekevät myös muut sisällöntuottajat ja kumppanit yhä enenevässä määrin. Loppuvuodesta 2016 valmistunut kohderyhmätutkimus mahdollistaa sisältöjen tarkemman kohdentamisen. Tarinat julkaistaan House of Laplandin alkuvuodesta 2017 avatussa verkkopalvelussa, mistä ne jaetaan sosiaalisen median kanaviin. Ennen verkkopalvelua Lapin ihmisten tarinat julkaistiin suoraan Facebook-kanavaan. Verkkopalvelu mahdollistaa pidempien ja useampia kuvia sisältävien tarinoiden julkaisun. Ennen verkkopalvelua tehdyt tarinat on myös tuotu uuteen verkkopalveluun, joten ne kaikki löytyvät nyt helposti Lapland.fi-osoitteesta.

3 KUVAN JA SANAN TEORIAA

3.1 Kuvan ja sanan suhde

Mun Lapin tarinat koostuvat valokuvista ja teksteistä, ja jotta kuvan ja sanan yhdistelmää voi ymmärtää osana laajempaa kulttuurista kontekstia, on tutkittava kuvien ja sanojen erityispiirteitä sekä niiden keskinäistä hierarkiaa. Kuva ja sana itse asiassa vain harvoin esiintyvät ilman toisiaan. Kuvien yhteydessä on usein kuvateksti, tai kuvissa on itsessään tekstiä, myös elokuvat ja verkkosivut yhdistävät kuvaa ja sanaa. Nykyisen tiedon mukaan kuvien historia on pidempi kuin kirjoituksen ja kirjoitusjärjestelmien alkuperä on kuvallisessa ilmaisussa. Esimerkiksi kivikauden aikaisia luolamaalauksia voi pitää yhtenä varhaisimmista kirjoituksen muodoista. Toisaalta kuville ei voi antaa merkityksiä ilman kielellistä kommunikaatiota. Voidaan siis todeta, että kuva ja kirjoitus ovat lähes aina nivoutuneet vahvasti yhteen. (Lehtonen 1996, 88; Mikkonen 2005, 13.)

Huolimatta kielellisen ja visuaalisen liitosta, on esitysmuotojen välillä myös paljon eroavaisuuksia. Kielellisessä kerronnassa on kuvaa helpompi rakentaa ajallisia suhteita, kun kuvallisessa kerronnassa on helpompi esittää tilaa. Yksittäisessä kuvassa on myös hankala muodostaa väitteitä tai kertoa kokonaista tarinaa. Tekstin keinoin ristiriitaiset merkitykset, väitteet, vastakohtaisuudet tai negatiot on helpompi tuoda ilmi. Vaikka kuvassa pystytään esittämään tunteita, on kuitenkin sanoin helpompi eritellä tunteen sisältöjä ja sävyjä. Esimerkiksi kuvasta voi olla vaikea hahmottaa, onko kuvassa hymyilevän ihmisen hymy ilkkurista, vai hyväntahtoista. Kuvat kuitenkin ylittävät kulttuuriset rajat suhteellisen helposti, toisin kuin kieli. Menee mihin maailman kolkkaan tahansa ja näyttää valokuvaa itkevästä ihmisestä, niin katsoja ymmärtää, että kuvassa oleva ihminen on surullinen. Siinä suhteessa kuvat ovat rajoja ylittävää kieltä ja kulttuurin globalisoituessa visuaalinen viestiminen onkin syrjäyttänyt kielellistä. (Mikkonen 2005, 32; Lehtonen 1996, 88.)

Väitetään, että elämme parhaillaan kuvallisen aikakauden läpimurtoa. Kuvat ovat aina olleet ihmisille tärkeitä, mutta vasta 1900-luvun aikana kuvallinen tuotanto on levinnyt valtaviin mittoihin ja muuttunut yhä merkittävämmäksi osaksi

tiedonvälitystä. Kuvallisuuden nousukautta selittää digitalisoituminen ja edellisessä kappaleessa mainittu globalisoituminen. Lisäksi kuvallisuuden suosiota selittää se, että viestinnän ydinaluetta ovat nykyään mielikuvat, elämykset ja tunteet. Ajatellaan, että sana ja kieli korostavat rationaalisuutta ja visuaalinen korostaa tunteita. (Seppänen 2001, 38–39; Hietaharju 2010, 10; Lundström 2012, 7.)

Ongelmana kuvan ja sanan määrittämisessä on, että useimmiten aistihavaintoja on mahdotonta erottaa toisistaan ja varsin usein erilaiset havainnot täydentyvät kokonaisuuksiksi ja merkityssisällöiksi mielen sopukoissa ilman, että itse sitä edes tiedostamme. On erittäin hankalaa ja jopa turhaa yrittää erottaa täysin näitä esitysmuotoja toisistaan ja sen sijaan on viisainta keskittyä havainnoimaan, mitä uusia merkityksiä kuvan ja sanan muodostama yhteinen side luo ja missä muodossa niitä kannattaa käyttää yhdessä. (Seppänen 2001, 21–22; Mikkonen 2005, 24, 133.)

3.2 Tarinallisuus kuvassa

Yksittäisessä kuvassa on hankala kertoa kokonaista tarinaa, mutta kuvakin voi olla kertomus. Kuvan kerronta on vain tekstiä säätelemättömämpää. Kuvia ei lueta lineaarisesti, vaan katsojan silmä vaeltaa kuvapinnalla muodostaen kuvaelementeistä kerronnallisia kokonaisuuksia. Katsojan arvot, tunteet ja ajatukset vaikuttavat vahvasti siihen, miten kuvaa tulkitaan. Kuva siis antaa runsaasti tilaa mielikuvitukselle ja sallii epävarmat merkitykset. Kuvan tarinat ovat katsojan tarinoita ja kuvan tunteet ovat katsojan tunteita. Kuvan merkityksiä luodessa ei voi nojata kielellisesti opittuihin sanoihin ja lauserakenteisiin, vaan kuvassa on kaikki nähtävissä yhtä aikaa. Vaikka kuvan tekijä voi painottaa kohteen elementtejä ja suunnata merkityksenantoa, ei koskaan voida täysin määrittää, mitä kuvassa nähdään. Kuva on mahdollisuus tarinaan, joka ei ole aikaan sitova, vaan täynnä mystisyyttä ja mielikuvitusta. (Granö, Keskitalo & Ronkainen 2013, 34; Hietaharju 2010, 9, 15.)

Valokuvalla on lisäksi joitakin erityispiirteitä, mitä muilla kuvilla ei ole. Valokuvaa pidetään totuudenmukaisimpana esityksenä kuvien joukosta. Onhan

valokuvaajan tai ainakin kameran täytynyt olla läsnä kuvanotto paikalla. Valokuva on myös aina jollakin tasolla totta tai ainakin ihmiset suhtautuvat valokuviiin usein lahjomattomina totuuksina maailmasta. Valokuva on kuitenkin aina kuvaajan subjektiivinen näkemys maailmasta, vaikka millään muulla keinoin kuin valokuvalla asioita ei pystytä kuvailemaan yhtä tarkasti ja vakuuttavasti. Valokuvan erityispiirteisiin voidaan lukea myös se, ettei valokuva kiinnity vain siihen, mitä kuvassa näytetään. Valokuva on aina vahvasti kiinnittynyt kulttuuriseen kontekstiin ja sitä katsotaan nykyhetkeen peilaten. Katsoja kokee valokuvan aina hyvin henkilökohtaisena esityksenä todennäköisesti siksi, koska valokuvan ajatellaan olevan totta. Valokuvan tulkinnassa on aina mukana aistisuus ja valokuvat voivat herättää katsojassa vahvoja muistoja sekä mielikuvia, joita on vaikea kielellistää. (Granö, Keskitalo & Ronkainen 2013, 22; Seppänen 2005, 106–107.)

Kuitenkin, vaikka valokuva sisältäisi mielenkiintoisia ideoita sekä viittauksia ja herättäisi tunteita, mutta toteutus on kömpelö, niin lopputulos jää katsojan silmissä auttamattomasti vaisuksi. Valokuvaajana on tärkeää ymmärtää, miten valokuva kiinnittyy osaksi visuaalista kulttuuria ja miten kuvaa katsotaan, mutta yhtä tärkeää on oppia tarvittavat tekniset taidot. (Seppä 2012, 21.)

3.3 Semiotiikka kuvan ja kielen tulkitsijana

Vaikka valokuvat vaikuttavat usein avautuvan katsojalle ikään kuin luonnostaan, niin niiden merkityksen muodostumisen mekanismit jäävät varsin monesti piiloon. Ilman tietoista ajatustyötä ja ponnistelua on vaikea hahmottaa kuinka valokuva toimii kulttuurisena esityksenä (Seppänen 2001, 14–16). Kuvan tulkinnan teorioita ja työkaluja on monia. Esimerkiksi suosittuja laadullisia kuvantutkimusmetodeja ovat ilmaisuteoreettinen, formalistinen, ikonografinen ja semioottinen kuvantutkimus. (Seppä 2012, 24.)

Opinnäytetyössäni haluan nostaa esille semioottisen teorian (semiologian), koska sen avulla valokuvan voi kiinnittää osaksi visuaalista kulttuuria ja lisäksi usein kuvien tutkimukset teorit pohjautuvat semiologiaan, joten on tärkeää tuntea sen periaatteet. Semiotiikka on ollut myös mediakuvien tutkimisen

keskeisin metodinen lähestymistapa aina 1950-luvun lopulta lähtien. (Seppänen 2001, 175; 2005, 106–107.)

Semiotiikka on kehitetty alun perin puheen ja kirjoitetun kielen tutkimuksen työkaluksi. Semiotiikka tutkii merkkejä merkityksen muodostumisen näkökulmasta ja sitä on sovellettu kuvantutkimukseen jo lähes puoli vuosisataa. Laadullisen kuvantutkimuksen ja semiotiikan periaatteita on, että katsoja vaikuttaa aina jollakin tapaa katsottuun, eikä voi toimia erillään tutkittavasta kohteesta. Valokuvaa ottaessa kuvaajan arvot ja asenteet heijastuvat kuvaan, mutta myös katsojan asenteet ja arvot tuovat kuvaan lisämerkityksiä. (Seppä 2012, 24, 128; Seppänen 2001, 175.)

Semiotiikan perusta on tekstien tulkinnassa, mutta samaa tutkimuksellista periaatetta on käytetty jo vuosikymmenet kuvien merkitysten analysointiin. Ottaen siis huomioon semiotiikan luonteen ja historian sen työkalut sopivat hyvin eri esitysmuotoja yhdistävän teoksen tulkinnan avuksi. Seuraavassa luvussa pohdin ja analysoin Lapin ihmisten tarinoita kokonaisuutena kuvan ja tekstin, sekä prosessin kautta semiotiikan työkaluja apuna käyttäen.

4 TEOKSEN PROSESSIKUVAUS JA ANALYYSI

4.1 Ideasta tarinaksi

Ehdotuksia tarinoiden ihmisiin tuli heti alusta asti runsaasti, mutta lähdin ensimmäisten tarinoiden kohdalla liikkeelle omista verkostoista. Kohderyhmä on sittemmin tarkentunut tutkimuksen kautta, mutta alussa Mun Lapin kohderyhmä oli perheelliset paluumuuttajanaiset, joten hain tuttavapiiristä tätä kohderyhmää kiinnostavia henkilöitä. Pyysin ensimmäiseksi koekaniiniksi ystävääni, joka on muuttanut pääkaupunkiseudulta takaisin pohjoiseen ja on kolmen pojan äiti. Tekstin pidimme äärimmäisen napakkana, vain muutaman lauseen mittaisena, jotta ihmiset Facebookissa jaksaisivat lukea tarinan. Panostimme valokuvaan ja otimme kymmeniä kuvia eri ympäristöissä ennen kuin olimme molemmat tyytyväisiä. Heti ensimmäinen tarina (Liite1, Kuva 1) tavoitti yli 5500 ihmistä ja keräsi lähes 100 tykkäystä Facebookissa Mun Lappi -sivuilla. Oli selvää, että tarinat kiinnostavat ja niiden tekoa kannattaa jatkaa. (Tuovinen 2016.)

Ideoita tarinoiden aiheisiin olen saanut omalta tuttavapiiriltä, kollegoilta ja bongaamalla sopivia tyyppejä sosiaalisesta mediasta, sekä mediasta ylipäänsä. Ihmiset ovat lähteneet todella helposti juttuihin mukaan. Tähän mennessä yksi ainoa henkilö on kieltäytynyt ja sekin kieltäytyminen tuli arkaluontoisen työn vuoksi. Yleensä olen kontaktoinut ihmiset soittamalla ja kuulostellut reaktiota, jolloin itsekkin olen pystynyt valmistautumaan siihen, millainen ihminen on vastassa. Puhelun jälkeen olen lähettänyt vielä sähköpostitse sovitut asiat ja tarkennukset. (Tuovinen 2016.)

Tietyissä tilanteissa spontaanuis kuitenkin palkitaan ja yksi Mun Lapin suosituimmista tarinoista (Liite 1, Kuva 2) on syntynyt, kun kuljin eräänä lauantai-iltana kameran kanssa Saariselällä ja muistin, että Saariselkä Design Centerin yrittäjäpariskunta on harvinaisen hurmaava ja heistä saisi varmasti värikkään tarinan. Niinpä kävelin sisään pariskunnan puotiin, esittelin itseni ja kysyin, sosisiko heistä tehdä juttu. Valokuvan otimme siltä seisomalta, ja he halusivat itse miettiä tekstiä. Pariskunta lähetti minulle tekstiaihion pari päivää myöhemmin sähköpostilla, ja minä kokosin tarinan lopulliseen muotoonsa. Tarina syntyi varsin

kivuttomasti ja tavoitti yli 10 000 ihmistä. On siis hyvä myös muistaa, että omaa kaavaa kannattaa välillä rikkoa ja heittäytyä tilanteisiin rohkeasti. (Tuovinen 2016.)

Käytännön järjestelyissä olen noudattanut haastateltavien toiveita. Toiset ihmiset ovat halunneet tavata kotonaan ja osa haastateltavista on mieluummin halunnut mennä esimerkiksi kahvilaan. Olen kertonut erikseen kaikille, että kuva otetaan mielellään paikassa, jossa on jokin merkitys kyseiselle ihmiselle ja aikaa kuvan ottamiseen on hyvä varata kokonaisuudessaan ainakin 1,5 tuntia. Osa tarinoista on myös sellaisia, jotka on toteutettu kokonaan puhelimitse tai sähköpostilla ja haastateltava on itse toimittanut kuvan. Kyseinen tapa on hyvin tehokas ja säästää resursseja, mutta valitettavasti ihmisten itsensä toimittamat kuvat eivät monestikaan ole tarpeeksi laadukkaita ja pistävät silmään muiden tarinoiden joukosta. (Tuovinen 2016.)

Itse tapaaminen on muotoutunut sen mukaan, millainen henkilö on vastassa eikä kahta samanlaista kohtaamista ole. Toisille on sopinut paremmin, että valokuva otetaan ennen haastattelua. Valokuvaus voi olla jännittävää ja heti kun kuva on saatu otettua, on helpompi rentoutua. Osa taas on halunnut, että ensin jutellaan ja hoidetaan haastattelu. Itse olen suosinut, että valokuva otetaan haastattelun jälkeen. Juteltaessa voi tulla esille sellaisia seikkoja, joita haluaa nostaa kuvaan mukaan ja siten saada valokuvasta tarinallisemman. Olen yleensä nauhoittanut juttutuokion, jotta voin täysin keskittyä ihmiseen, eikä tarvitse samalla kirjoittaa muistiinpanoja. Toisinaan henkilö on kokenut, ettei suullinen haastattelu ole hänelle luontevinta ja silloin haastattelu on ollut helpoin hoitaa esimerkiksi sähköpostilla ja keskittyä täysin kuvan ottamiseen kasvokkain. Kuvan ottamiseen on kannattanut muutenkin jättää reilusti aikaa. Näin oli esimerkiksi inarilaisen koruseppä ja yrittäjä Tytin tapauksessa. Minulla ei ollut etukäteen ideaa valokuvasta, mutta varasimme aikaa Tytin pajalle ja pyysin, että hän alkaisi tekemään jotain, mikä tuntuu luonnolliselta. Niinpä hän alkoi keskittyneesti työstämään korua ja sain pyöriä kameran kanssa tunnelmallisessa tilassa hänen ympärillään, kunnes oikea kuvakulma löytyi ja tuloksena syntyi yksi suosikkikuvistani (Liite 2). (Tuovinen 2016.)

Ennen julkaisua olen lähettänyt tarinan ja kuvan hyväksyttäväksi henkilölle itselleen. Samalla olen kertonut, koska juttu julkaistaan Mun Lappi -kanavissa ja kehottanut jakamaan juttua omissa sosiaalisen median kanavissa. Sosiaalinen media on vahvasti sidoksissa Lapin ihmisten juttuihin ja ihmisiä on houkuteltu nimenomaan sosiaalisen median kautta etenemään verkkopalvelun sisältöpolulle. (Tuovinen 2016.)

4.2 Lapin ihmisten paradigma ja syntagma

Omaa työtä analysoidessa on hyvä irrottautua tekijän näkökulmasta ja hakea mahdollisimman objektiivista kulmaa analyysiin. Koen, että systemaattisesti semioottisen analyysin työkalujen avulla pystyn tarkastelemaan omaa työtä parhaiten katsojan näkökulmasta. Kun teosta tarkastellaan eri merkeistä koostuvana kokonaisuutena, auttaa se hahmottamaan esitysmuotojen suhteita, tulkitsemaan valokuvan merkitystä ja lopulta rakentamaan teoksesta yhä ehjempää kokonaisuutta (Granö, Keskitalo & Ronkainen 2013, 14). Myös analyysissä etenin lähtien valokuvasta, mutta pohdin myös kuvan ja tekstin sekä julkaisualustan yhteismerkitystä.

Paradigma ja syntagma kuvaavat merkkien välisten suhteiden kahta perustyyppiä ja ne määrittävät teoksen koostumuksen aina pienimmästä merkistä kokonaisuuteen, joten näistä semioottisen analyysin ja samalla teoksen määrittelevien käsitteiden kautta on perusteltua lähteä liikkeelle. Paradigma Lapin ihmisten tarinoissa tarkoittaa näkökulmaa, kantavaa ideaa ja kontekstia (Remes 2011). Tarinoiden paradigma on luonnollisesti lappilaiset ja Lappiin liittyvät ihmiset ja heidän tarinansa, jotka koostuvat kahdesta esitysmuodosta: kuvasta ja tekstistä. Valokuvan tekniset valinnat, esimerkiksi optiikan polttoväli ja kuvakulma, ovat myös paradigmoja. Mentäessä yksittäisiin valokuviin ja tarinoihin, niin valokuva on yhtä paradigmaattinen kuin esittämänsä kohdekin. (Seppänen 2001, 181.)

Syntagmalla tarkoitetaan valittujen merkkien muodostamaa yhdistelmää, kokonaisuutta (Remes 2011). Lapin ihmisten syntagma on siis valinta lappilaisten ja Lappiin liittyvien ihmisten ja heidän tarinoidensa joukosta. Tarinoilla on haluttu

hakea mahdollisimman monipuolista ja kiinnostavaa otantaa Lapin ihmisistä, mukana on miehiä, naisia, lapsia, yrittäjiä, saamelaisia, perheitä ja opiskelijoita ympäri Lappia ja nykyistä laajemminkin voisi olla erilaisia ihmisiä mukana. Kun kokonaisuudesta tarkennetaan jälleen valokuvaan, niin tunnistetaan esimerkiksi, että valokuvassa olevan henkilön asukokonaisuuden ja hänen esineidensä syntagma on myös valokuvan syntagma. Valokuvassa on myös itsessään syntagma, joka koostuu teknisten valintojen paradigmasta, kuten objektiivin polttoväleistä ja kuvakulman paradigmoista tehtyjen valintojen tuloksesta. (Seppänen 2001, 181.)

4.3 Teoksen suhde todellisuuteen ja sen ilmeiset merkitykset

Indeksisyys tarkoittaa, että teoksella on suora yhteys todellisuuteen ja ikoninen merkitsee sitä, että teos on kohteensa näköinen. Lapin ihmiset on teoksena sekä indeksinen että ikoninen. Mikä voisi olla suurempi yhteys todellisuuteen kuin valokuvan henkilö kertomassa omaa tarinaansa tekstin kautta? Varsinkin alussa tarinat olivat pelkästään lainauksia, eli ikään kuin suoraan ihmisen sanomaa ja silloin Mun Lappi toimi vain välittäjänä tarinalle, ei kertojana. Myöhemmin on siirrytty enemmän siihen, että Mun Lappi on kertoja ja tekstin välissä on suoria lainauksia ihmiseltä. Valokuva on myös itsessään aina indeksinen, sen ajatellaan olevan jälki todellisuudesta. Ainoa vielä indeksisempi kokonaisuus, joka tulee mieleen, olisi video ihmisestä kertomassa tarinaansa suoraan kameralle. Indeksisyys johtaa helposti siihen, että katsoja kuvittelee teoksen olevan vankkumaton totuus. Tarinoita tehdessä on siis oltava varovainen, ettei anna katsojille väärää kuvaa, ja siksi onkin tärkeä saada ennen julkaisua Lapin ihmisiltä itseltään hyväksyntä jutulle. (Seppänen 2001, 178–179.)

Denotaatio viittaa teoksen ilmeisiin merkityksiin - siihen, mitä teoksessa varmasti näkyy. Konnotaatio on tarkentavien lisämerkitysten taso, eli niitä merkityksiä, joita kuvassa ei näy, mutta jotka katsoja muodostaa kulttuuristen arvojen ja käytäntöjen pohjalta. Konnotaatio on tärkeä semioottinen funktio, koska se kantaa sisällään kulttuurisia arvoja: esimerkiksi valokuvaaja voi vaikuttaa konnotaatioihin kuvakulmalla ja paradigmaattisilla valinnoilla ja kirjoittaja sanavalintoja muokkaamalla. Oona Parviaisen kuvassa denotaatioita ovat muun

muassa nainen, puhelin ja tietokone. Konnotaatioita voisivat olla esimerkiksi yrittäjä, kiireinen bisnesnainen ja kiinteistövälittäjä (Kuva 1). Mun Lappi -tarinoiden konnotaatioina voidaan pitää mielikuvaa Lapista turvallisena ja hyvänä asuinpaikkana. (Remes 2011; Seppänen 2001, 182.)



Kuva 1. Kiinteistövälittäjä Oona Parviainen (Tuovinen 2016)

4.4 Teoksen tehokeinot

Lapin ihmiset -teoksessa on käytetty tehokeinona muun muassa visualisointia, kun korostetaan yksilöiden erilaisuutta valokuvien kautta ja vahvistetaan tarinaa kuvien avulla. Kuvista on löydettävissä attribuutteja, eli merkkejä, jotka osoittavat kuvan henkilöiden statusta asemaa ja ammattia (Remes 2011). Kuvataiteilija Milla Mattilan ja Karigasniemeltä kotoisin olevan Laura Pieskin kuvissa (Kuva 2) on löydettävissä attribuutteja. Mattilan kuvassa siveltimet ja maalaus ovat merkkejä, jotka kertovat hänen ammatistaan ja Pieskin tapauksessa pukuun liittyvät attribuutit viestivät hänen saamelaisuudestaan. Attribuutteja olisi mahdollista käyttää valokuvissa vielä vahvemmin ja siten vahvistaa kuvassa olevan henkilön persoonaa ja tarinan näkökulmaa.



Kuva 2. Vasemmalla Milla Mattila ja oikealla Laura Pieski (Tuovinen 2016)

Tehokeinoista toisto korostuu Lapin ihmisten kokonaisuudessa ja sanonta ”toisto tekee todemmaksi” pätee tarinoiden tapauksessa. Vaikka tarinat muuttavat jatkuvasti muotoaan, niin perusajatus ja konsepti pysyvät samoina varsinkin valokuvan suhteet, teksti sen sijaan on muuttunut näkyvämmiin, mutta idea siinäkin on pysynyt samana. Toisto on tehokas keino lisätä tunnistettavuutta ja vahvistaa brändiä. Tarinoiden laatimiskeinoissa korostuu, että kaikki ylimääräinen on haluttu jättää pois, jotta lopputulos on mahdollisimman selkeä ja yksinkertainen. Toiston kanssa saa kuitenkin olla varovainen, ettei teos muutu tylsäksi ja tarinat eivät ala liikaa muistuttaa toisiaan. Valokuvien osalta ihmiset on haluttu kuvata intiimisti keskittyen tarinaan ja persoonaan. (Remes 2011.)

Kun ihmiset halutaan kuvata intiimisti persoonina, niin arkaainen koodi, eli eleet ja ilmeet korostuvat (Remes 2011). Teksteihin on jätetty vahvasti henkilön oma ääni, ja mikäli valokuvaan on saatu vangittua tunnetta eleiden ja ilmeiden kautta, niin tarina herättää myös katsojissa todennäköisesti tunnereaktion ja mahdollisesti myös samaistumisen tarinan kohteeseen. Sosiaalisen median reaktioiden kautta pystyy saamaan osviittaa siitä, mitkä tarinoista on herättänyt tunteen katsojassa. Parhaimmillaan yksittäisellä tarinalla Facebookissa on tavoitettu lähes 28 000 ihmistä (Liite 3), mutta tähän mennessä mikään tarinoista ei ole nostanut laajempaa keskustelua, ja kommenttiosastot ovat usein huutaneet tyhjyyttään. Yksi keino kehittää tarinoista osallistavampia on vedota suuremmin tunteisiin, myös kuvan kautta. Tällä hetkellä eleet ja ilmeet ovat valokuvissa vielä varsin pinnallisella tasolla, mutta esimerkiksi Jan-Eerik Paadarin tarina on mielestäni onnistunut siinä, että kuvan eleet ja ilmeet vahvistavat tarinaa. Tekstissä (Liite 4) Paadar kertoo, kuinka hän teki pikkupoikana ensimmäisen

metsäretkensä ilman aikuisia kuvassa (Kuva 3) näkyvän lammen rantaan ja hänellä on kuvassa hieman poikamainen pilke silmäkulmassa. Kuvaa katsoessa voi lähes kuvitella tuohon aikuisen miehen paikalle tyytyväisen pojanklopin mutustelemassa lenkkimakkaraa.



Kuva 3. Jan-Eerik Paadar, Inari/Solojärvi (2016 Tuovinen)

4.5 Julkaisumuoto

Lapin ihmiset on selkeästi tilaan, eli tässä tapauksessa julkaisualustaan, sidottu teos. Verkkopalvelu ja sosiaalinen media julkaisualustana määrittää sen, että katsoja voi itse hallita katsomisen rytmin, järjestyksen, vauhdin sekä toistot ja tauot. (Remes 2011.) House of Laplandin verkkopalvelusta löytyy Mun Lappi -alasisivu, josta löytyvät kaikki julkaistut tarinat. Tarinoita pääsee erittelemään ja jaottelemaan tunnisteiden avulla, esimerkiksi valitsemalla tunnisteeseen ”elämänmuutos” esille tulee ne tarinat, jotka käsittelevät muuttoa Lappiin, lifestyle-tunnisteiden alta löytyy tarinoita harrastuksista ja erikoisista elämäntyyleistä ja yritystarinat-tunnisteiden alta löytyvät luonnollisesti tarinat, jotka liittyvät jotenkin yrittämiseen.

Verkkopalvelussa tarinat ovat esillä ikään kuin kuvakortteina, joiden päällä on otsikko ja pieni tiivistelmä. Klikkaamalla korttia, pääsee lukemaan tarinan kokonaisuudessa. Sosiaalisessa mediassa julkaistaan aina yksi tarina kerrallaan. Myös sosiaalisesta mediasta selaamalla vanhempia julkaisuja tai etenemällä

linkistä verkkopalveluun katsoja pääsee käsiksi kaikkiin tarinoihin. Tarinoiden on siis herätettävä kiinnostusta ja toimittava yksittäisinä, mutta myös kokonaisuutena.

Myös teoksen esitysmuotojen, eli kuvan ja tekstin, on toimittava sekä yksin että yhdessä. Esitysmuotojen hierarkia muodostuu siten, että valokuva kiinnittää huomion, inspiroi lukemaan tarinan ja täydentää tekstin sanomaa. Valokuvien on muodostettava harmoninen kokonaisuus verkkopalvelussa, mutta kuvien on oltava myös erottuvia ja persoonallisia. Valokuvat muodostavat tällä hetkellä verkkopalvelussa kohtuullisen yhtenäisen kokonaisuuden, mutta yksittäisinä esityksinä ne voisivat olla vielä persoonallisempia. Tekstin rooli on sosiaalisessa mediassa kuvaa täydentävä, mutta verkkopalvelussa roolit hieman muuttuvat ja siellä kuva täydentääkin tekstiä. Voi siis todeta, että esitysmuodoista kumpikaan ei nouse hierarkiassa toisen yläpuolelle, vaan ne ovat yhtä tärkeitä. Vahvimman vaikutelman esitysmuodot luovat yhdessä, kun pyrkimys on saada katsoja samaistumaan ja eläytymään tarinaan.

5 VALOKUVA PINTAA SYVEMMÄLTÄ

5.1 Valokuvan merkitys

Valokuvan vaikuttavuus piilee siinä, että sitä pidetään totuudenmukaisena esityksenä ympäröivästä maailmasta. Valokuvaa käsiteltäessä onkin hyvä ottaa huomioon sen erityislaatuinen luonne: valokuva on aina jollakin tasolla kuvaus todellisuudesta, mutta ei ikinä absoluuttinen totuus. Valokuvaus on näkyvän järjestämistä mieleiseksi, eli valokuvauksen perusilmaisun hallitsemalla valokuvaaja esittää kohteen haluamallaan tavalla ja valinnat joita valokuvaaja tekee kuvatessaan ovat seurausta hänen persoonastaan. Kärjistäen asia on verrattavissa siihen, että kuvittaja pirtää kohteen haluamallaan tavalla hallitsemalla piirustustekniikan. Hänellä välineenä on kynä, valokuvaajalla kamera ja kuvittaja muodostaa teoksen puhtaalle paperille, kun valokuvaaja käyttää olemassaolevaa todellisuutta kuvan pohjana. Valokuvat ovat myös mitä suurimmassa määrin viestintää. Valokuva on keino kertoa enemmän, kuin sanoilla on mahdollista. Ja viestintävälineenä se syrjäyttää jatkuvasti sanan asemaa. (Freeman 2007, 152; Hietaharju 2010, 9.)

Valokuva herättää huomion, ja usein katsoja muodostaa jo ensivilkaisulla kuvasta oman käsityksensä. Nykyisessä kuvien paljoudessa katsoja päättää nopeasti, onko kuva hänen mielestään hyvä vai huono ja kannattaako valokuvan katsomiseen uhrata toinenkin tovi. Itse selaan paljon kuvia verkossa ja niistä valtaosan ohi rullaan edes ajattelematta sitä, mitä näin. Jotkut valokuvat taas kiinnostavat huomion heti, saavat pysähtymään kuvan kohdalle ja mahdollisesti vielä tykkäämään siitä tai tallentamaan sen itselle inspiraatioksi. Minkälainen valokuva saa katsojan pysähtymään? Se on tärkeä tieto myös Lapin ihmisten kohdalla, koska ihmiset on saatava pysähtymään kuvien kohdalle, lukemaan juttu ja etenemään verkkosivuille muihin sisältöihin.

Valokuvan katsomiseen ei tarvitse mitään erikoistaitoja. Kaikki osaavat katsoa kuvia. Kaikki osaavat myös muodostaa kuvasta mielipiteen ilman erityisosaamista; yleensä kuvasta joko pidetään tai ei sen kummempia ajattelematta. Nykyään myös jokainen saa otettua valokuvia ilman varta vasten

hankittua kalustoa tai taitoa esimerkiksi puhelimen kameralla. Huono valokuva ei kuitenkaan ole kuva, josta ihmiset eivät pidä. Huono valokuva on kuva, jota kukaan ei huomaa ja josta kenelläkään ei ole mielipidettä. Erityistaitoa vaatiikin se, että osaa ottaa kuvan, joka erottuu massasta ja herättää ajatuksia. Valokuvan osalta käsittelenkin nimenomaan niitä seikkoja, joiden avulla valokuvasta saa hiottua entistä rohkeamman, erottuvamman ja laadukkaamman. Lisäksi käsittelen itsereflektiota osana kehittymistä paremmaksi valokuvaajaksi. Kun perusasiat ovat hallussa ja tiedostaa omat taitonsa, niin on kykenevä lähtemään rakentamaan rohkeampaa valokuvaa.

5.2 Sommittelu tehokeinona

Lapin ihmisten valokuvat otetaan aina kiinnittyneenä johonkin ympäristöön, studiossa kuvia ei siis oteta ikinä. Kuvien ottamiseen on usein myös hyvin vähän aikaa ja lokaatiot voivat olla sellaisia, jotka valitaan vasta kuvaustilanteessa, joten valokuvan suunnittelu täytyy osata hoitaa nopeasti. Kuvat voivat olla sisäkuvia tai ulkokuvia ja mihin vuodenaikaan vaan otettuja. Valaistus vaihtelee paljon olosuhteiden mukaan ja on huomioitava Lapin erityiset ja toisinaan ankaratkin sääilmiöt. On siis hyvä varautua valokuvan ottamiseen suurella määrällä luovuutta ja toisinaan myös ongelmanratkaisukykyä. Tämä on yksi syy, miksi olen halunnut nostaa sommittelun yhdeksi teemaksi. Tiedostamalla niitä sommitteluun liittyviä ratkaisuja, jotka vaikuttavat lopputulokseen, on kuvan suunnitteluprosessi helpompi toteuttaa lyhyessä ajassa. Lisäksi sommittelu on yksi keskeisimpiä valokuvauksen käsitteitä. Yksi tärkeimmistä kuvaa määrittelevistä seikoista on se, miten kuva-alan saa käytettyä mahdollisimman tarkoituksenmukaisesti ja hyvin hyväkseen. (Freeman 2007, 22.)

Valokuvan sommittelu vaikuttaa siihen, miten sitä katsotaan. Silmä vaelttaa kuvapinnalla ja kohdistaa katseen kiinnostaviin yksityiskohtiin ja niihin kuvan osiin, jotka sisältävät kuvan tulkinnan kannalta olennaista tietoa. Valokuvaaja ei voi täysin ennustaa, miten ja missä järjestyksessä katsojan silmä vaelttaa kuvapinnalla, mutta tietyillä sommittelun ratkaisulla siihen voi vaikuttaa. Ensimmäinen askel on tietää, mitä kuvalla haluaa sanoa ja mikä kuvassa on se elementti, mihin haluaa katsojan kiinnittävän huomionsa. Seuraava askel on

löytää oikea hetki ottaa kuva: hetki, jolloin kuvan kaikki elementit ovat tasapainossa. Sommittelua suunniteltaessa ja oikeaa hetkeä odottaessa kannattaa muistaa, ettei aina turvaudu tutuimpaan ja turvallisimpaan ratkaisuun, vaan katsojaa kannattaa myös haastaa. Joskus on palkitsevaa, jos valokuva ei avaudu ihan heti ja sen tulkintaan joutuu näkemään hieman vaivaa. (Freeman 2007, 60, 98, 142.)

Lapin ihmisten valokuvat ovat sisällöltään varsin yksinkertaisia. Pääkohde on aina ihminen. Yksinkertaisimmillan kuvausvaihtoehtoja on kaksi: kuvata kohde joko läheltä tai kaukaa. Jälleen on mietittävä kuvan tarkoitusta. Onko perusteltua ottaa ympäristöä mukaan ja onko taustalla merkitystä? Lapin ihmisten tapauksessa on perusteltua tuoda taustaa kuvaan mukaan, mikäli se tukee tarinaa. Lisäksi valintaan vaikuttaa myös julkaisualustan tekniset vaatimukset. Verkkopalvelussa kuvan tulee toimia kapeana vaakakuvana sekä pystykuvana, niin että kuvan päällä on myös tekstiä ja ottamalla ympäristöä mukaan kuvaan, skaalautuu se kaikista järkevimmin verkkoon. Kuitenkin, jotta yhteys katsojan ja kuvattavan välillä säilyy, on kuva otettava sen verran läheltä, että kohteen eleet ja ilmeet erottuvat. (Freeman 2007, 129.)

Seuraavaksi on valittava kohteen paikka kuva-alassa. Omia Lapin ihmisten kuvia tutkiessani huomasin, että hyvin usein olen sijoittanut kohteen keskelle kuvaa. Tämä ei ole tietoinen sommitteluvalinta, vaan maneerini, jota en ole aiemmin tunnistanut. Kohteen sijoittaminen keskelle on ilmeinen ja toistettuna ikävyyttävä ratkaisu. Kohteen sijoittaminen hieman sivuun kuva-alassa luo usein kohteen ja ympäristön välille paremman jännitteen. Keskipiste on niin vakaa paikka, että se ei luo lainkaan dynaamista jännitettä. Kohteen sijoittamisen lisäksi myös tietyt muut sommitteluratkaisut luovat kuvaan dynamiikkaa. Niitä ovat esimerkiksi ryhti ja liike, suuntalinjat, jotka ohjaavat katsetta ja värien käyttäminen sommittelussa hyväksi, esimerkiksi nostamalla kohde ympäristöstä erottuvan värisen elementin kautta, kuten Olli Järvenkylä tapauksessa (Kuva 5). Järvenkylä nousee punaisten ja oranssien yksityiskohtien ansiosta loppusyksyn värittömästä maisemasta hyvin esille. (Freeman 2007, 24, 44, 121; Kamps, 79.)



Kuva 5. Olli Järvenkylä, joka vietti 100 päivää UKK-puistossa (Tuovinen 2016)

Usein tarinoiden kohde on kuvassa yksin, mutta joissakin tapauksissa kuvissa on mukana myös muita ihmisiä, esimerkiksi perhettä. Useampi ihminen kuvassa tuo jännitettä ja kiinnostavuutta kuvaan, mutta on myös haastavampi. Kuinka nostaa tarinan päähenkilö esille? Miten ilmentää ihmisten suhteita kuvassa, ettei synny vaikutelmaa siitä, että kuvassa on vain joukko satunnaisia ihmisiä poseeraamassa kameralle? Kuinka sommitella kuva, jossa on useita ihmisiä? Hong Kongista Lappiin muuttaneen Silvia Wongin kuva (Kuva 4) otettiin Rovaniemen rautatieasemalla, jossa hän ensimmäistä kertaa veti keuhkoihinsa pohjoisen puhdasta ilmaa. Wongin tarinassa olennaisena tulee esille Lapista löytynyt aviomies ja halusimme saada miehen kuvaan mukaan. Wong ja hänen aviomiehensä pituusero oli hauska yksityiskohta ja viemällä aviomies taustalle kyltin alle, saatiin kuvaan dynamiikkaa ja symboliikkaa. Myös sattumalta samaan aikaan paikalle osunut aasialaisten matkailijoiden ryhmä, joka näkyy oikeassa laidassa tuo kuvaan mielenkiintoista symboliikkaa. Satu ja Sakke Hietasen tarinan kuvassa (Kuva 4) halusin esittää heidät perheenä ilman, että nostan ketään heistä esille erikseen. Lisäksi halusin kuvaan mukaan perheen huumoria ja perheenjäsenten omaa persoonaa. Kuvassa kaikkien ilmeet ovat mielestäni hauskan erilaiset ja kertovat kyseisen henkilön persoonasta, mutta samalla heistä kukaan ei erotu liiaksi joukosta ja kuvan ihmiset tunnistaa helposti perheeksi.



Kuva 4. Vasemmalla Silvia Wong ja oikealla Satu ja Sakke Hietasen perhe Sodankylästä (Tuovinen 2016)

5.3 Ihminen kuvassa ja hänen ohjaamisensa

Ihmisten kuvaaminen ei ole minulle kaikista ominta alaa, tai suurin mielenkiinnon kohde, mutta työni vuoksi on välttämätöntä hallita myös henkilökuvaus ja totta kai minulla on tavoitteena tulla yhä paremmaksi valokuvaajaksi myös ihmisiä kuvatessa. Vaikka muotokuvaus ei olisi minulle eniten sydäntä lähellä, niin ihmisten kuvaaminen on ollut kameran pääasiallinen käyttötapa heti, kun kameran tekniikka on pystynyt kasvojen pienetkin ilmeet pysäyttämään. Valokuvat toisista ihmisistä kiinnostavat meitä aina. (Freeman 2012, 46.)

Katsoessamme kuvaa toisesta ihmisestä kiinnitämme ensimmäisenä huomiota kasvoihin ja kasvojen ilmeisiin. Kasvojen ilmaisurekisteri on äärimmäisen rikas ja pystymme tunnistamaan pelkästään kasvojen nonverbaalin kommunikaation kautta hämmentävän monia tunteita. Kasvoista erottuu kolme tärkeää kommunikaation aluetta. Ne ovat kulmakarvat, silmät ja suun alue. (Seppänen, 2001. 109.) Erityisesti silmät herättävät meissä tunteita. Silmät ovatkin olennainen osa henkilökuvausta ja kannattaa aina varmistaa, että ne näkyvät terävinä. Katsoja etsii automaattisesti kuvasta ihmiskasvoja ja katsekontaktia kohteen kanssa. Kuvatun henkilön katseen suunnalla on siis suuri merkitys. Suora katsekontakti kuvatun ja katsojan välillä on intiimein ja vangitsevin, mutta mikäli kuvatun kasvot katsovat tiettyyn suuntaan, niin katsojankin katse hakeutuu samaan suuntaan. (Freeman 2007, 58, 82.) Suurimmassa osassa Lapin ihmisistä henkilö katsoo suoraan kameraan, mutta muutamassa kuvassa kuvatun katse kuitenkin suuntautuu jonnekin muualle. Esimerkiksi Kreetta Poikelan kuvassa

(Kuva 6) katsojan katse hakeutuu hänen katseensa suuntaan, eli Poikelan käsiin. Poikela tekee käsin poronnahkasta kenkiä ja kuvassa on valmistumassa kengät Linnan juhliin. Se, että hän keskittyneesti katsoo kenkään työn lomassa, toimii tehokeinona ja kiinnittää huomion hänen kädessään olevaan objektiin.



Kuva 6. Kreetta Poikela työstämässä kenkiä Linnan juhliin (Tuovinen 2016)

Lapin ihmisten kaltaisessa projektissa, jossa halutaan kuvan avulla kertoa henkilön tarinaa, on tärkeää saada vangittua kuvattavan persoona valokuvaan. Kameran eteen astuvan henkilön tutustumiseen kannattaa siis käyttää aikaa. Kuvattavan persoonaa on myös haastava saada vangittua, mikäli hän ei rentoudu kameran edessä. Vain harva meistä on tottunut olemaan kameran edessä ja vielä harvemmalta se sujuu luonnostaan. Humans of New York -blogin perustajan Brandon Stantonin mukaan omalla energialla on suurin vaikutus kuvaustilanteessa ja pystyn täysin allekirjoittamaan tuon väitteen (UCD-University College Dublin 2014). Oma avoimuus voi saada kuvattavan rentoutumaan ja toisaalta taas oma epävarmuus heijastuu helposti kuvattavaan ja yhtäkkiä kameran edessä on hermostunut ja pälyilevä malli. Olen todennut, että mikäli ei itse vielä tiedä, mitä kovalta haluaa, niin kuvattavalle kannattaa ainakin esittää tietävänsä. Kun ottaa reilusti ohjat käsiin ja kertoo, mitä tehdään, niin kuvattava voi keskittyä täysin omaan osaansa kuvaustilanteessa. (Kamps 2012, 6, 66–67; Norton 2008.)

Kuvaustilanteessa nauru, huumori ja jutustelu auttavat yleensä sekä kuvaajaa että mallia rentoutumaan. Kuvattavaa ihmistä ohjatesa itselleni on haaste pukea sanoiksi omat ajatukset ja koen, että on helpompi näyttää käytännössä, mitä tarkoitan. Jos kuvattava on todella jäykkä ja jännittynyt kameran edessä, niin voi olla hyödyllistä viedä kuvattavan huomiota pois kamerasta. Toisin sanoen kuvattavaa voi tahallaan häiritä ja joissakin tapauksissa se, että antaa kuvattavalle jonkin tehtävän tai esineen käteen, auttaa häntä rentoutumaan. Varsinkin, jos ihminen on tottunut tekemään käsillään paljon, niin hän ei välttämättä tiedä, minne kädet laittaisi kuvaustilanteessa. Kuvaajan ja mallin kannattaa muistaa kokeilla seisomisen lisäksi istumista, nojailua, kävelyä, hyppimistä ja niin edelleen. Kun on itse tuntosarvet pystyssä ja herkkä aistimaan kuvattavan persoonaa, niin uskon, että lopputulos tulee olemaan hänen näköisensä. Hiljaista ja herkkää on turha yrittää saada revittelemään ja hyppimään kameran edessä. Vilkkaan ja energisen ihmisen kanssa voi kokeilla paljon erilaisia juttuja, mutta häntä on turha yrittää pakottaa olemaan paikallaan kameran edessä kovin kauan. Siitä hyvä esimerkki on vastikään Suomen iloisimmaksi yrittäjäksi valittu Laura Peippo. Energiselle naiselle oli luontevinta liikkua ja hullutella kameran edessä ja hänen valokuvaamisensa on ollut yksi hauskimista tähän asti. Hän mainitsi myöhemmin blogissaan, että kyseiset kuvat (Liite 5) ovat yhden hienoimmista, mitä hänestä on napsittu (Peippo 2016). Yksi tärkeimmistä ohjenuorista onkin, että mallia kannattaa aina kuunnella ja kunnioittaa. (Kamps 2012, 66–67; Norton 2008.)

5.4 Kalusto ja kuvankäsittely

Olen halunnut tahallani jättää kamerakaluston ja tekniikan käsittelemisen mahdollisimman minimiin. Koen, että Lapin ihmisten valokuvaamisessa ei mitään kovin ihmeellistä kalustoa vaadita, eikä pidäkään vaatia, jotta liikkuminen on mahdollisimman helppoa ja myös muiden sisällöntuottajien on mahdollista toteuttaa tarinoita omalla kalustollaan. On kuitenkin tosiasia, että valokuvauksessa kameralla ja objektiivin valinnalla on merkittävä vaikutus lopputulokseen, samoin jälkikäsittelyllä. Sen huomaa, kun vertaa tarinoita, joihin haastateltu ihminen on toimittanut itse kuvan. Kuvat eivät yleensä ole

järjestelmäkameralla otettuja tai millään tavalla jälkikäteen editoituja ja sen huomaa laadussa erittäin selkeästi.

Suurimman osan Lapin ihmisten kuvista olen valokuvannut omalla Canonin EOS 6D:n täyden kennokoon kamerarungolla. Lapin ihmisten valokuviin ei rakenneta erillistä valaistusta ympärille ja kuvat voivat olla otettuja joko sisällä tai ulkona mihin vuorokauden- tai vuodenaikaan tahansa, joten hyvät hämäräkuvausominaisuudet kamerassa ovat plussaa ja se on ollutkin Canon 6D:n parhaita puolia. Kyseisellä kameralla saa laadukkaita kuvia vähässä valossa suurilla ISO-arvoilla, ja automaattitarkennus toimii lähes pimeässä.

Objektiivina olen käyttänyt valovoimaista Sigma Art f2 24–35 mm:n laajakulmaobjektiivia. Kuvaa sommiteltaessa polttovälin valinnalla on suuri merkitys ja laajakulmaisella objektiivilla on mahdollisuus näyttää enemmän taustaa ja luoda läsnäolon tunnetta katsojalle. Laajakulmaobjektiivi ikään kuin vetää katsojan mukaan kuvaan, siinä missä teleobjektiivi etäännyttää. Kuitenkin laajakulman ongelmana koetaan olevan ihmisiä kuvatessa se, että se voi lähelle mentäessä vääristää kasvonpiirteitä, joten se ei ole kaikista imartelevin ja siksi monien muotokuvaajien suosiossa on 85 mm:n – 135 mm:n polttovälin objektiivit. (Kamps 2012, 20–21, 73; Freeman 2007, 100.) Aion kuitenkin pitäytyä tarinallisten kuvien osalta laajakulmaisemmassa objektiivissa, jotta katsoja pääsee kuvassa olemaan mahdollisimman läsnä. Kyseisen Sigman objektiivin etuja on valovoima. Isolla f2-aukolla saa kuvia vähässä valossa ja lisäksi tarvittaessa syväterävyyttä saa säädettyä juuri sen verran, että kohde irtoaa taustasta siististi, kuten entisen Inarin kunnanjohtajan Jyrki Hyttisen kuvasta (Kuva 8) huomaa.



Kuva 8. Inarin entinen kunnanjohtaja Jyrki Hyttinen (Tuovinen 2016)

Olen kuvannut kaiken RAW-tiedostomuotoon, joka säilyttää lähes kaiken kuvakennolle tallentuneen tiedon sellaisenaan. Suosin RAW-muotoa, jotta kuvaa jälkikäsiteltäessä koko kuvan potentiaali on käytettävissä. (Canon 2017.) Jälkikäsitteilyn olen hoitanut Adoben kuvankäsittelyohjelmilla, pääosin Adobe Photoshop CC:llä ja Camera RAW -lisäosalla. Lopulliset kuvat olen tallentanut jpg-muotoon. Lapin ihmisten kuvia ei printata, joten käsittelyn olen optimoinut näytölle sopivaksi. Kuvien jälkikäsitteilyssä olen pyrkinyt siistiin lopputulokseen ja välttänyt ylikäsittelyä. Yleensä työnkuvaan on kuulunut vähintään tummien ja vaaleiden aluiden säätö, kontrastin lisääminen ja rajaus, mutta Mun Lappi -tyyliin sopisi myös rohkeampi ja kokeilevampi ote kuvankäsittelyyn. Testasin selkeämmin käsiteltyä kuvaa (Kuva 9) Botoxridersista kertovan tarinan yhteydessä. Heidän räväkkään tyyliinsä sopi kuva, joka eroaa massasta ja on lähes överi.



Kuva 9. Moottorikelkkakerho Botoxriders Muoniosta (Tuovinen 2017)

5.5 Omasta kuvasta oppiminen

Yksi tehokkaimmista tavoista kehittyä valokuvaajana on pyrkiä aktiivisesti oppimaan omista kuvista analysoinnin ja vertailun kautta. Tutkimalla kriittisesti omia ja muiden kuvia silmä kehittyy terävämmäksi ja yllättävänkin nopeasti sitä

alkaa huomaamaan kuvista pieniä, mutta merkittäviä nyansseja, jotka vaikuttavat lopputulokseen. On tärkeää hahmottaa oma taitotaso ja ne seikat, missä olisi vielä kehitettävää. Mikäli pyrkimyksenä on jatkuvasti kehittää itseään valokuvaajana, on osattava asetettaa myös tavoitteet omalle tekemiselle. Vertailemalla omaa työtä muiden valokuvaajien työhön pystyy selkiyttämään mihin suuntaan haluaa omaa valokuvaustaan viedä, mikä on se oma tunnistettava tyyli, jota kannattaa jalostaa ja mikä on sen hetkinen taitotaso. (Kamps 2012, 8.)

On olemassa myös muutamia hyödyllisiä tekniikoita siihen, miten omasta valokuvasta voi oppia. On tärkeää osata katsoa omia kuvia ulkopuolisen silmin, vaikka se onkin todella haastavaa. Yksi itselläni toimiva keino on ollut siirtää kuvat tietokoneelle, katsoa ne läpi, poistaa selkeästi käyttökelvottomat ja sen jälkeen unohtaa kuvat joksikin aikaa. Kun kuviin palaa pienen tauon jälkeen uudestaan, niin niitä osaa katsoa uusin silmin ja kuvien joukosta voi löytää yllättäviä helmiä, joita ei aluksi osannut edes ajatella kuvina, mitä tulee valitsemaan. Tietenkään aina ei ole mahdollista odottaa kuvien kanssa, vaan materiaalia täytyy saada mahdollisimman nopeasti julkaisuun. Silloin yksi tapa nähdä kuvasta uusi puoli on kääntää kuva peilikuvaksi tai katsoa sitä jollakin laitteella, millä ei yleensä ole kuvia tottunut katsomaan. (Kamps 2012, 141.)

Omat tuntemukset kuvista kannattaa systemaattisesti purkaa vaikka ihan paperille asti. Apuna voi käyttää esimerkiksi kysymyspatteristoa, joka helpottaa hahmottamaan kuvaa objektiivisesti ja haastaa katsomaan omia kuvia kriittisesti. Itseltä voisi kysyä muun muassa seuraavia asioita: Mikä on kuvan ensivaikutelma? Mikä seikka kiinnitti huomion ensimmäisenä? Missä tilanteessa kuva on otettu? Onko kuva suunniteltu vai suunnittelematon? Mitä tekisit toisin? Mikä kuvassa on onnistunut ja mikä ei? Onko kuvassa valokuvaajalle tyypillisiä tyylikeinoja tai maneereja? Mikä on kuvan tarkoitus? Onko tarkoituksessa onnistuttu? Onko kuva hyvä vai huono? Miksi kuva on hyvä tai huono? (Freeman 2012, 36; Kamps 2012, 141.)

6 KOHTI TARINALLISEMPAA KUVAA

6.1 House of Laplandin kuvaohjeistus

Lukeminen alkaa jo ennen kuin ensimmäistäkään merkkiä on luettu. Lukijan odotukset heräävät jo siinä vaiheessa, kun he tunnistavat sisällön kuuluvan tiettyyn genreen. Lisäksi emme voi olla ikinä varmoja kuinka teksti ymmärretään, koska lukijalla ei välttämättä ole käytössään samaa merkitysten varantoa, kuin tekstin kirjoittajalla. Näissä molemmissa suhteissa kuvalla on suuri merkitys; kuva sekä antaa merkityksiä että tarkentaa niitä, mutta herättää myös odotuksia ja kiinnittää sisällön heti ensinäkemältä johonkin tiettyyn kontekstiin. Tunnistettavuuden kannalta onkin hyvä kiinnittää huomiota siihen, että Lapin ihmisten valokuvat noudattavat yhteistä linjaa myös laajemmassa merkityksessä, jotta ne kiinnittyvät House of Laplandiin ja Lapin brändiin. (Lehtonen 1996, 52, 172–173.)

House of Laplandin yleisen kuvaohjeistuksen päälause on, että Lappi on tavanomaisen yläpuolella. Lappia kuvatessa tulisi pyrkiä olemaan rohkea ja yllättävä. Valokuvaajan tehtävä on etsiä aktiivisesti uusia kuvakulmia ja esitellä katsojille myös odottamattomia puolia Lapista. Kuvaajalta todella vaaditaan rohkeutta ylittää totuttuja rajoja ja etsiä yksityiskohtia. Lappi-aiheisilla kuvilla pyritään kertomaan tarinaa aina ihmisen näkökulmasta. Ei niin, että ihminen on passiivinen sivustaseuraaja, vaan ihminen on aina läsnä ja aktiivinen osapuoli kuvassa. Myös kuvan välittämä tunne on tärkeää ja katsoja halutaan ikään kuin imeä kuvaan mukaan. Erityisten hetkien ja todellisen elämän tallentamisessa realisoituu sekä tarinankerronta että tunne. (House of Lapland 2016, 2–3.)

Kuvaohjeistuksen mukaan ihmisiä kuvatessa tulee henkilöstä antaa aito kuva ja hänet on pyrittävä kuvaamaan osana oikeaa tarinaa. Lavastamista ei suositella. Kuvien halutaan olevan vilpittömiä ja rehellisiä. Myöskään mallia ei kannata liikaa ohjata ja ei pidä tavoitella sitä täydellistä potrettikuvaa, mieluummin antaa tilanteiden olla sellaisia kuin ne ovat - aitoja. Uudet kuvakulmat ja yllättävät perspektiivit voivat luoda kuviin sopivasti draamaa, dynamiikkaa ja jännitystä. Kuvaamisessa kannattaa hyödyntää Lapin omaleimaista luonnonvaloa ja välttää

keinotekoista valaistusta. Yleisenä ohjeena henkilökuvan osalta kuvaohjeistuksessa lukee, että kuvat kannattaa pitää luonnollisina sekä selkeinä idean toteutuksen ja sommittelun osalta. Vähemmän on enemmän. (House of Lapland 2016, 4, 19.)

Mitä kuvaohjeistus merkitsee Lapin ihmisiä kuvatessa? Kuvaohjeistus linjaa sen, millaiseen kuvaan on pääpiirteittäin pyrittävä ja kuvaohjeistus määrittelee myös näkökulmaa. Lapin ihmisten valokuvat ja tarinat ovat omalta osaltaan rakentamassa Lapin yhteistä brändiä ja kuvaohjeistus määrittää Lapin kuvallisen ilmeen, jotta brändi olisi mahdollisimman yhtenäinen ja tavoitteet selkeät. Lapin brändi-ilme on rohkea, mutta ei missään nimessä levoton tai luonnoton. Brändi-ilme on kokeileva, mutta ei tyyliä, ja se on ehdottoman raikas. Kuvaohjeistus on hyvä ohjenuora nimenomaan siihen, miten kuvista saa yhtenäisen kokonaisuuden. Tunnistan kuitenkin, että kuvaohjeistukseen olisi tarve saada tarkennus Mun Lapin ja Lapin ihmisten valokuvien osalta. Mun Lappi on tyyliään sellainen, että se antaa tilaa myös kokeilevampaan kuvaan, jolloin tarinoiden kuvallisuuteen voisi hakea lisäksi tarkennuksia.

6.2 Kohderyhmätutkimus

Aidosti kiinnostava ja hyödyllinen sisältö on avain saada potentiaaliset asiakkaat kiinnostumaan, ohjautumaan haluttuun suuntaan sisältöpolulla ja erottumaan nykyajan sisältötilasta. Merkittävässä roolissa kiinnostavan ja hyödyllisen sisällön anatomiasa ovat taustatutkimus, suunnittelutyö ja kohderyhmäanalyysi. (Siniaalto 2014, 20.) House of Laplandin toimeksiannosta osaajamarkkinoinnin kohderyhmätutkimus toteutettiin loppusyksyllä 2016 ja se tarkensi Mun Lapin tavoitteita, tarinoiden tyyliä ja sitä myöten myös kuvallisuutta.

Lappiin potentiaalisesti muuttavien profilointi- ja segmentointitutkimuksen tarkoituksena oli selvittää potentiaalisten Lappiin muuttajien kohderyhmä ja saada ymmärrystä markkinointitoimenpiteiden suunnitteluun ja kohdentamiseen. Tutkimuksen kohderyhmästä 46 % voisi harkita muuttamista Lappiin, ja heidän joukostaan tunnistettiin viisi arvomaailmaltaan erilaista segmenttiä. Segmenteistä erottui kaksi erityisen houkuttelevaa kohderyhmää. Ne ovat nuoret

seikkailunhaluiset (24 % potentiaalisista muuttajista) ja vaatimattomat perinteikkäät (17 % potentiaalisista muuttajista). (Mediatoimisto Voitto 2016, 2, 7, 20, 28.)

Nuoret seikkailunhaluiset ovat pääosin naisia (60 %). Heistä 32 % on 20–24 vuotiaita ja 20 % nuorista seikkailunhaluisista on 35–39 vuotiaita. Nuoret seikkailunhaluiset nauttivat vaikutusvallasta ja muiden ihailusta. Menestyminen ja sen näkyminen on heille tärkeää ja he hakevat elämäänsä jännitystä, mikä näkyy esimerkiksi harrastusvalinnoissa, joihin liittyy usein myös video- tai valokuvaamista. Nuoret seikkailunhaluiset viettävät paljon aikaa ystävien kanssa ravintoloissa ja tapahtumissa. Heillä on Lappiin ennestään siteitä esimerkiksi sukulaisten kautta ja he ovat viettäneet Lapissa paljon aikaa. Nuorten seikkailunhaluisten mielikuva on, että Lappi on rohkeasti erilainen, yhteisöllinen paikka, jossa on vieraanvarainen, kansainvälinen ja urbaani tunnelma. Luonnonläheisyys Lapissa puoltaa muuttopäätöstä ja he näkevät Lapin kiinnostavana opiskelupaikkana. Nuoria seikkailunhaluisia ei tarvitse vakuutella, vaan viestikärki on kiinnostuksen herättäminen ja sävy puhutella on oman brändin rakentaminen. Nuorten seikkailunhaluisten täsmämedia on laajasti koko digitaalisen median kenttä sisältäen blogit ja sosiaalisen median. (Mediatoimisto Voitto 2016, 58–59, 65.)

Toinen kiinnostavista segmenteistä on vaatimattomat perinteikkäät. Tähän segmenttiin kuuluvat ovat tyypillisesti miehiä (67 %) ikähaarukalla 40–49 vuotta. Vaatimattomat perinteikkäät arvostavat turvallisuutta ja sääntöjä. He saavat voimaa luonnosta ja nauttivat esimerkiksi maastohiihdosta, vaeltamisesta, marjojen poiminnasta ja puutöiden tekemisestä. Heillä ei välttämättä ole suoria siteitä Lappiin, mutta he ovat lomailleet Lapissa satunnaisesti, ja heidän mielikuvissaan Lappi on eksoottinen, hyväntahtoisesti karhea ja rohkeasti erilainen paikka, mutta ei urbaani. Vaatimattomat perinteikkäät näkevät työn Lapissa sesonkimaisena, mutta etätöiden mahdollisuuden ja yritystoiminnan potentiaalin he kokevat kiinnostavana. Vaatimattomien perinteikkäiden täsmämedioita ovat radiokanavat ja Instagram luontokuvakärjellä, sävy puhutella on rehti ja aito ja viestikärkiä ovat luonto, ulkoilmaelämä ja liiketoimintamahdollisuudet. (Mediatoimisto Voitto 2016, 35, 37, 40.)

Kohderyhmätutkimus määrittää ja tarkentaa sitä, minkälaisia sisältöjä Mun Lappiin kannattaa laatia. Molempien houkuttelevien segmenttien kautta tunnistetaan, että tarinat ovat heille sisältömuotona kiinnostavaa ja inspiroivaa. Varsinkin nuorten seikkailunhaluisten kohdalla, jotka laajasti käyttävät digitaalisia medioita, lukevat blogeja ja jonka viestikärki on kiinnostuksen herättäminen. Vaatimattomien perinteikkäiden kohdalla huomataan, että heille kannattaa kohdentaa erityisesti yrittäjätarinoita, kun viestikärjeksi on nostettu liiketoimintamahdollisuudet. Tarinoiden teemat löytyvät suoraan segmenttien kiinnostuksen kohteista, joita ovat luonto, yrittäminen, koulutus, harrastukset ja työ. Lisäksi tutkimuksessa nousi esille seikkoja, jotka estävät Lappiin muuttoa. Muuton esteissä korostui uskomus Lapin vähäisistä työllistymismahdollisuuksista, palveluiden heikosta saatavuudesta, pitkistä välimatkoista ja haastavista luonnonolosuhteista. Tarinoiden kautta voi kumota uskomuksia lappilaisten ihmisten itsensä suulla ja kertoa esimerkiksi erilaisista työllistymismahdollisuuksista käytännön esimerkkien kautta. (Mediatoimisto Voitto 2016, 78.)

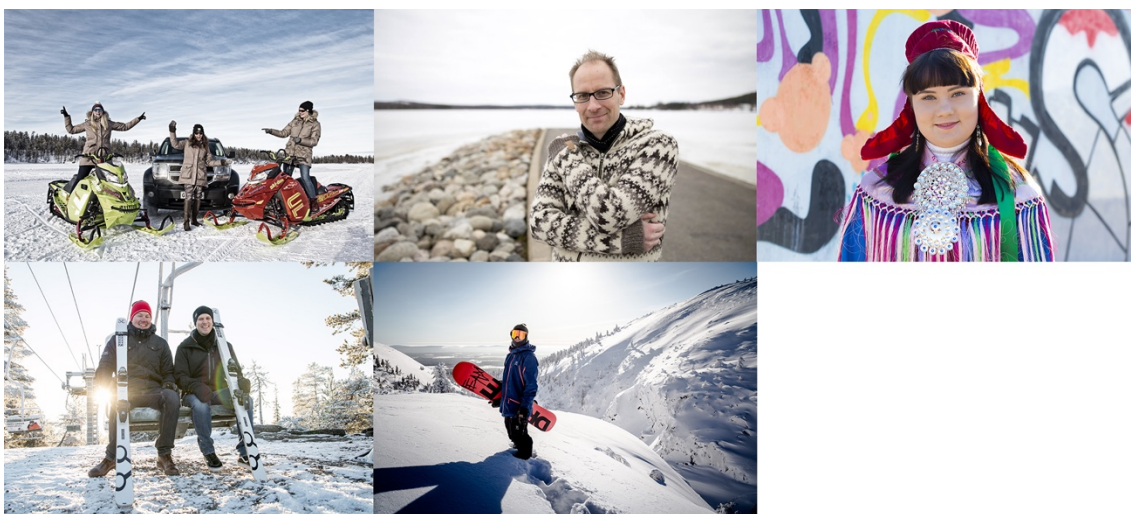
6.3 Valokuvan tavoitetaso

Omaa työtä analysoidessa olen tunnistanut, että lähden helposti toistamaan kuvien osalta tiettyä kaavaa. Maneereitani ovat esimerkiksi sama kuvakulma ja kohde keskellä kuvaa suoraan edestä kuvattuna. Vaikka kuvaustilanteet ovat haastavia nopeutensa vuoksi, niin on syytä kiinnittää huomiota siihen, että jokaisen kuvattavan kohdalla pyrkisi hakemaan sitä parasta kuvaa ja käyttäisi hetken enemmän aikaa suunnitteluun ja miettisi miten valokuvasta voisi saada tarinallisemman, eikä vain tyytyisi riittävän hyvään. Objektiiivisesti tarinoiden valokuvia tutkiessa olen huomannut, että yhteistä kuvallista linjaa on vielä Mun Lappi -tarinoiden osalta syytä tarkentaa varsinkin, kun tulevaisuudessa yhä useampi sisällöntuottaja tarinoita tekee.

Kysyin House of Laplandin brändiasiantuntija ja Lapin liiton Lapland Above Ordinary -bränditeot hankkeen projektipäällikkö Katja Blombergilta, miten hän näkee, että Mun Lappi -tarinoiden valokuvia voisi parantaa nykyisestä ja onko

jotain erityisiä seikkoja, joihin kiinnittää kuvissa huomiota tulevaisuudessa. Blomberg toi esille, että Mun Lappi -tarinoiden valokuvissa on olennaisinta tuoda esille henkilön persoonaa ja ympäristöä, jossa hän toimii. Kuvien tulisi pohjautua kuvaohjeistukseemme ja muistaa aina Above Ordinary -näkökulma, eli niissä tulisi pyrkiä hakemaan erilaista ja persoonallista kulmaa kuviin. Mun Lappi kuvissa halutaan erottautua tavanomaista reportaasi- tai lehtikuvista. (Blomberg 2017.)

Blomberg keräsi viisi kuvaa (Kuva 10), jotka edustavat hänen mukaansa parhaiten tavoiteltua kuvamaailmaa. Hän perustele, että kuvat ovat hyvin valotettuja ja niistä löytyy kontrastia. Lisäksi kyseisissä kuvissa on Blombergin mukaan huomioitu henkilöiden persoonallisuus ja Above Ordinary -näkökulma, unohtamatta autenttisuutta ja lappilaista henkeä. Kuvat, jotka on otettu luonnossa toimivat hyvin Mun Lapissa ja esimerkiksi Pieskin jutussa upeaa on perinteistä saamenpukua käyttävän naisen ja urbaanin graffititaustan luoma kontrasti, lisäksi värit ovat hehkuvan raikkaat, Blomberg kertoo. (Blomberg 2017.)



Kuva 10. Ylärivissä Botoxriders, Tatu Kantomaa ja Laura Pieski ovat minun kuvaamiani ja alarivissä Shaman Ski on Maiski Juntin ja Antti Autti Jani Kärpän kuvaamat

Blomberg pöimi myös kolme kuvaa (Kuva 11), jotka eivät ilmennä Mun Lapin henkeä. Kuvista Jussi Hiltusen ja Jaana Jesiöjärven kuvat ovat heidän itsensä toimittamia ja keskimmäisen kuvan on ottanut harjoittelija, joka ei ollut aiemmin juuri kameraa käsitellyt. Blomberg perustelee, että näissä kuvissa kuvan laatu ei riitä vastaamaan laatuvaatimuksia. Verkkopalvelun iso kuvapaikka vaatii

laadukkaan kuvan, muuten kuva näyttää helposti rakeiselta ja nuhjuiselta. Kyseisistä kuvista puuttuu myös persoonallisuus ja Above Ordinary -fiilis, Blomberg perustelee. (Blomberg 2017)



Kuva 11. Vasemmalta oikealle: Jussi Hiltunen, sesonkityöntekijä Muoniosta ja Jaana Jesiöjärvi Kittilästä.

6.4 Työkalupakki tarinallisempaan kuvaan

Blomberg on tuonut kommentteissaan esille paljon juuri niitä seikkoja, mitä olen itsekin tunnistanut ja olen hänen kanssaan samaa mieltä kuvista, jotka toimivat ja jotka eivät toimi. Nyt tiedetään, mikä on valokuvan tavoitetaso. Tavoitetason pohjalta olen tunnistanut muutamia käytännön vinkkejä työn tueksi, jotta kuvat saavuttavat vähintään toivotun lopputuloksen.

Kuvauspaikaksi kannattaa valita miljöö, joka kertoo tarinaa. Paikan suunnittelussa vastuuta voi antaa kuvattavalle ja kysyä olisiko hänellä jokin erityinen tai läheinen paikka mielessä. Ulkona kuvatessa on hyvä katsoa ajoissa sääätietoja ja tuntea vuodenajan vaihtelut. Aina kannattaa olla varasuunnitelma kuvauspaikan osalta. Joskus on vain pakko ottaa kuva sisällä, koska Lapin sää on arvaamaton. Yllättävien tilanteiden varalta kannattaa varata reilusti aikaa kuvaukseen.

Yleensä luonnollisinta on aloittaa kokovartalokuvan ottamisella, mikä on mallille kevyin aloitus, kun kamera ei ole ahdistavan lähellä. Kun kuvattava rentoutuu, voi kameran kanssa siirtyä pikkuhiljaa lähemmäs ja liikkua paljon eri kulmissa ja eri korkeuksilla. Vain kokeilemalla löytyy toimivin kuvakulma ja samalla kuviin saa variaatiota. On tärkeää pitää jatkuvasti yhteys kuvattavaan ja pyrkiä hakemaan katsekontaktia kameran kanssa. Henkilöä voi pyytää myös tekemään kameran edessä jotain, jos paikallaan olo on hankalaa. Pääasia on kuunnella ja tunnustella kuvattavan tuntemuksia. Kuvia on hyvä olla ainakin yleiskuva, laaja kokokuva,

kokokuva, laaja puolikuva ja puolikuva (Jyväskylän yliopisto 2016). Kuvien on hyvä olla vaakakuvia, mutta muutama pystykuvakin voi olla mukana. Lisäksi kannattaa etsiä aktiivisesti mielenkiintoisia yksityiskohtia.

Kuvien tulee toimia eri kuvasuhteissa. Verkkopalvelussa artikkelin pääkuva on kapea vaakakuva (Liite 6, Kuva 1), mutta etusivujen kuvakortit ovat pystykuvia (Liite 6, Kuva 2), joten on ehdottoman tärkeää jättää kohteen ympärille reilusti tilaa, niin kuva taipuu paremmin moneen muotoon. Verkkopalvelussa kuvien päällä on myös tekstiä. Teksti kohdistuu kuvassa keskelle ja mikäli kasvot ovat juuri kuvan keskellä, niin teksti voi peittää ne hassusti. On vaikea ennakoida, millainen kuva lopulta verkkopalvelussa toimii, joten kannattaa hakea kuviin tarpeeksi variaatiota. Kuvien täytyy olla vähintään 1600 pikseliä leveitä, teknisesti hyvälaatuisia ja teräviä. Kuvat ovat isossa roolissa verkkopalvelussa, joten laadukkuuteen kannattaa kiinnittää huomiota. Sosiaalisessa mediassa kuva on melko pieni, joten on hyödyllistä tarkistaa kuvan toimivuus myös pienessä koossa ja muuttaa esimerkiksi rajausta tarvittaessa.

Yksi opinnäytetyön tavoitteista on ollut kehittää valokuvaa kertovampaan suuntaan. Valokuvan tehtävä ei ole vain näyttää kenestä henkilöstä on kysymys tarinassa, vaan tuoda myös lisämerkityksiä. Valokuvaan voi lisätä kerronnallisia elementtejä lisäämällä yksityiskohtia, attribuutteja ja kärjistystä kuvan taustaan tai vaikka kuvattavan asuun. Mun Lapin tarinoissa kuvien ei tarvitse olla journalistisia lehtikuvia, vaan ennemminkin persoonallisia ja kertovia kuvia, joiden kanssa voi tyylitellä esimerkiksi kuvankäsittelyn osalta, mikäli se tarinan teemaan sopii. Tarinat ja niiden kuvat eivät ole vain kertakäyttöistä sisältöä, vaan aikaa kestävää ja arvokasta, joten ne kannattaa toteuttaa huolellisesti ja pieteetillä.

7 POHDINTA

Opinnäytetyön johdannossa määrittelin tutkimuskysymykseksi sen, voiko Lapin ihmisten valokuvia kehittää vielä merkityksellisemmäksi ja tarinallisemmaksi osaksi kertomuksia ja miten. Koen, että olen opinnäytetyössäni löytänyt vastauksen siihen, että tarinoiden valokuvia on mahdollista kehittää nykyisestä varsinkin kiinnittämällä huomiota kuvattavan ohjaukseen, hänen eleisiinsä, ilmeisiinsä ja kuvan tarinallisiin yksityiskohtiin. Lisäksi kuvaa pystyy nykyisestä vielä kehittämään rohkeampaan suuntaan mukailen tarinan teemaa esimerkiksi kuvankäsittelyn kautta. Viitekehyksen kuvalle antaa House of Laplandin kuvaohjeistus ja teemat määritellään kohderyhmätutkimusta apuna käyttäen.

Lisäksi hain vastausta siihen, kuinka suuri merkitys valokuvalla on osana tarinaa ja ovatko tarinat Lapin osaajamarkkinoinnissa toimiva sisältömuoto. Valokuvan merkitys tarinalle on ilmeinen, mutta tutkiessani kuvan ja sanan yhteistoimintaa sekä valokuvan erityisyyttä, niin valokuvan merkitys on tarinalle suurempi, mitä osasin edes odottaa. Valokuva on ensimmäinen asia, joka tarinasta nähdään ja se antaa tarinalle myös lisämerkityksiä. Tarinat on todettu osaajamarkkinoinnissa toimivaksi sisältömuodoksi inspiroimaan ja herättämään kiinnostusta.

Opinnäytetyön tekeminen on alkanut käytännössä keväällä 2016, kun tein ensimmäisiä Lapin ihmisten tarinoita. Silloin ote oli kokeileva ja vei valtavasti omia resursseja. Sittemmin tekemiseen on tullut rutiinia ja varsinkin nyt opinnäytetyö on tuonut tarinoiden tekoon varmuutta. Reflektoinnin kautta olen tunnistanut omasta työstäni ja valokuvasta kehittämisen kohteita ja omien prosessien käyminen läpi aina selkeyttää ja järkevöittää omaa työtä. Kehittämisen lisäksi olen huomannut tehneeni myös oikeita asioita. Omaan työhönsä suhtautuu yleensä jyrkän kriittisesti ja ainoat asiat, joita huomaa, ovat viat. Objektivisen tarkastelun seurauksena pystyin tunnistamaan omia onnistumisia ja sitä kautta myös motivaatio ja kiinnostus tarinoiden tekemiseen kasvoivat entisestään.

Onko opinnäytetyöstä ollut hyötyä House of Laplandille osaajamarkkinoinnin näkökulmasta? Uskon, että on. Pystyn nyt sisällöntuottajana toimimaan yhä

tietoisemmin, paremmin ja selkeämmin. Tarinoiden teko on sujuvampaa ja säästää siten muun muassa aikaresursseja ja uskon lopputuloksen tarinoissa olevan nyt parempi kuin aikaisemmin. Toivon, että käytännön vinkkien kautta myös muut sisällöntuottajat saavat apua omaan valokuvausprosessiinsa.

Mielestäni onnistuin opinnäytetyössä kehittämään omaa ammatillisuuttani ja pystyin perustelemaan valokuvan merkitystä, sekä löysin yhteisiä vinkkejä, minkä avulla Lapin ihmisistä tulee kuvallisesti yhtenäisempi kokonaisuus. Olisin voinut vielä laajemmin etsiä ja ottaa vertailuun muita vastaavia projekteja ja sitä kautta pohtia myös kehittämissuhteita. Lisäksi Lapin ihmisten kuvien keskinäinen vertailu olisi voinut tuottaa mielenkiintoisia vastauksia. Tavoitteeni on ollut saada opinnäytetyön kautta konkreettista hyötyä sekä itselleni että organisaatiolle ja mielestäni tavoitteita olen sen osalta saanut täytettyä.

LÄHTEET

Andersson M., Asplund C., Byström M. & Ekman P. 2014. Tools and Strategies for Innovative Talent Attraction and Retention – a Handbook on Talent Attraction Management for Cities and Regions. Tendensor.

Blomberg, K. 2017. Kommentit Mun Lappi -tarinoiden kuvista. Sähköposti katja.blomberg@houseoflapland.fi 25.4.2017. Tulostettu 5.5.2017.

Canon. 2017. Kuvausvinkit: RAW – RAW-kuvien käsitteleminen. Viitattu 27.4.2017.
http://www.canon.fi/youconnect_newsletter/tutorials/processing_raw_images/

Freeman, M. 2007. Valokuvaamisen taito. Jyväskylä: Docendo.

Freeman, M. 2012. Miten valokuva toimii – Näe tulkitse ja opi mestarikuvaajilta. Jyväskylä: Docendo.

Granö P., Keskitalo A. & Ronkainen S. 2013. Visuaalisen kokemus – johdatus moniaistiseen analyysiin. Rovaniemi. Lapin Yliopistokustannus. Viitattu 23.2.2017.
http://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/61800/Visuaalisen_kokemuspdf_A.pdf?sequence=4

Hietaharju, M. 2010. Kuuntele kuvaa – Näkökulmia valokuvan tulkintaan. Porvoo: Docendo.

House of Lapland. 2016. Photography moodboard.

Kamps, H. 2012. Etsimessä: Ihminen. Jyväskylä: Docendo.

Lehtonen, M. 1996. Merkitysten maailma. Tampere: Vastapaino

Jyväskylän yliopisto 2016. Moniviestin - Kuvakoko ja rajaus. Viitattu 5.5.2017.
<https://moniviestin.jyu.fi/ohjeet/ohjeita-kuvaajille/kuvakoko-ja-rajaus>

Lundström J. 2012. Valokuvallisia todellisuuksia. Helsinki: Like.

Mediatoimisto Voitto. 2016. Lappiin potentiaalisesti muuttavien profilointi- ja segmentointitutkimus. House of Lapland.

Mikkonen, K. 2005. Kuva ja sana. Gaudeamus: Helsinki.

Norton, N. 2008. The Human Side of Photography – 4 Tips for Natural Looking Portraits. Viitattu 13.4.2017. <https://digital-photography-school.com/the-human-side-of-photography-4-tips-for-natural-looking-portraits/>

Patel, N. 2015. Visual Content Strategy: The New 'Black' for Content Marketers. Content Marketing Institute. Viitattu 23.2.2017.
<http://contentmarketinginstitute.com/2015/11/visual-content-strategy/>

Peippo, L. 2016. Hurja Vuosi! Viitattu 5.5.2017.
<https://blogbook.fi/fitnessfromthenorth/hurja-vuosi/>

Remes, M. 2011. SEMIOTIIKKA – KUVASEMIOTIIKKA kuva merkinä. Viitattu 1.4.2017.
https://moodle.eoppimispalvelut.fi/pluginfile.php/805241/mod_resource/content/1/1.Semiotikka%2C%20kuva%20merkin%C3%A4.pdf

Seppä A. 2012. Kuvien tulkinta. Tampere: Gaudeamus Oy.

Seppänen J. 2005. Visuaalinen kulttuuri – Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle. Tampere: Vastapaino.

Seppänen J. Katseen voima. 2001. Tampere: Vastapaino.

Siniaalto M. 2014. Sosiaalisen median menestysreseptit. Helsinki: Kauppakamari.

Tanni K. & Keronen K. 2013. Johdata asiakkaasi verkkoon. Helsinki: Talentum.

Tarssanen S. 2017. House of Lapland – Tiivistelmä yhtiön toiminnasta 2016. Viitattu 7.4.2017. https://storage.googleapis.com/hol-production/2017/04/tiivistelma-yhtion-toiminnasta-v.-2016_julkaistava.pdf

Tuovinen, T. 2016. Muistiinpanot. Lapin ammattikorkeakoulu, Tornio.

UCD – University College Dublin. 2014. On how I approach strangers in the street | Humans of New York creator Brandon Stanton | UCD, Dublin. Viitattu 16.2.2017. <https://www.youtube.com/watch?v=KPxzIGPrM3A>

Wisdom 2.0. 2015. Tell a Different Story: Brandon Stanton. Viitattu 16.2.2017. https://www.youtube.com/watch?v=2IGep_7OOgQ.

LIITTEET

- Liite 1. Sannan ja Iisakin & Pirjon tarinat Facebookissa, kuvat 1–2
- Liite 2. Tytti Bräysy, Inari 2016
- Liite 3. Satun ja Saken tarinan tavoittavuusluvut Facebookissa
- Liite 4. Jan-Eerik Paadarin tarina
- Liite 5. Kuvasarja Laura Peiposta
- Liite 6. Kuvakoot verkkopalvelussa, kuvat 1–2

Sannan ja Iisakin & Pirjon tarinat Facebookissa, kuvat 1–2 Liite 1

MUN LAPPI Mun Lappi
Julkaisija: Terhi Tuovinen [?] · 8. maaliskuuta 2016 · €

Lappi on täynnä kiehtovia ihmisiä ja tarinoita. Tässä yksi niistä.

"Lapissa on perheellisen mahtava asua. Ei tätä turvallisuuden tunnetta osaa edes sanoilla kuvailla. Monille pääkaupunkiseudulla asuville ystäväilleni olen kertonut sen näin: lapsillani on 1,5 km koulumatka ja heidän täytyy ylittää tie kerran. Ja jännittävin osuus ei suinkaan ole edes se tien ylitys, vaan se ovatko reput mukana vielä kotiin tullessa. Eikä ole ollenkaan hassumpaa, että jos esimerkiksi talon patterit menevät oikosulkuun keskellä yötä, niin apu löytyy vaikka läheiseltä taksikopiilta." -Sanna, Ivalo

Voit myös vinkata meille kuka ansaitsisi tulla kuulluksi. Tai käy kertomassa oma tarinasi <http://meltwater.fi/pages/munlappi/>



5 561 henkilöä tavoitettu Mainosta julkaisua

Tykkää Kommentoi Jaa

Maija Myllylä, Marita Tuisku ja 90 muuta

Kuva 1

MUN LAPPI Mun Lappi
Julkaisija: Terhi Tuovinen [?] · 16. maaliskuuta 2016 · €

Kirkkaan kevätpäivän kunniaksi tänään ääneen pääsee aurinkoinen pariskunta pohjoisesta.

"Olemme aivan eri lämpöisiä. Siinä missä Iisakki kulkee talvellakin (jopa ulkona) t-paita päällä, pitää minulla olla kaksi kerrosta villaa. Väillä Iisakin kanssa mietimmekin, miten hullua on, että asun pohjoisessa. Inhoan kylmyyttä! Mutta toisaalta ilman kylmyyttä en olisi alkanut suunnitella ja tehdä omia ArcticQueen® -villatuotteita. Lappi on syy siihen.

Lapissa kaikki on isompaa, voima... Näytä lisää



10 018 henkilöä tavoitettu Mainosta julkaisua

Tykkää Kommentoi Jaa

Kauko Rantala, Laura Kämppe ja 190 muuta Aikajärjestyksessä

15 jakoa

Arja Järvinen Olette upea pari, ja ihanat lapset.
Tykkää · Vastaa · Viesti · 1 · 18. maaliskuuta 2016 kello 5:42

Sara Susanna Jantunen Tämä on paras kuvaus Lapista, mitä olen koskaan lukenut/kuullut. Omat tunteeni 100%!
Tykkää · Vastaa · Viesti · 2 · 27. maaliskuuta 2016 kello 23:02

Kuva 2




Satun ja Saken tarinan tavoitavuusluvut Facebookissa

Liite 3

MUN LAPPI **Mun Lappi**
Julkaisija: Terhi Tuovinen [?] · 1. elokuuta 2016 · 🌐

"Tapasimme seitsemän vuotta sitten Kosovossa, missä olimme molemmat rauhanturvaajina. Asuimme samassa suomalaisleirissä ja sanoin kerran siinä postin portailla Satulle, että sieki oot kuulemma Lapista. Siitä se lähti.

Ollaan siinä mielessä lappilaisiksi vähän erilaisia, että olemme molemmat lähteneet jo 16-vuotiaana vaihtoon Jenkkeihin ja senkin jälkeen maailmaa nähty. Vaan taisi se olla meille aika selvää alusta asti, että Lappiin me suunnataan vielä takaisin. Parin Etelä-Su... [Näytä lisää](#)



27 863 Tavoitetut henkilöt

734 Reaktiot, kommentit ja jaot

685 Tykkää	490 Julkaisussa	195 Jaoissa
20 Ihastu	13 Julkaisussa	7 Jaoissa
16 Kommentit	9 Julkaisussa	7 Jaoissa
14 Jaot	12 Julkaisussa	2 Jaoissa

6 196 Julkaisujen klikkaukset

1 859 Kuvien näyttökerrat	0 Linkin klikkaukset	4 337 Muut klikkaukset ⓘ
-------------------------------------	--------------------------------	------------------------------------

KIELTEINEN PALAUTE

8 Piilota julkaisu	5 Piilota kaikki julkaisut
0 Ilmianna roskapostina	0 En tykkääkään sivusta

"Olisinkohan ollut 7-8-vuotias, kun tein ensimmäisen retkeni yksin metsään. Pakkasin reppuun pötkön lauantaimakkaraa ja kävelin 200 metriä jokivartta tähän lammelle. Täällä minä sitten tyytyväisenä istuin mättäällä mutustelemassa. Muistan elävästi, kuinka ylpeä olin, kun olin pärjännyt, vaikka tietysti se puoliksi syöty lauantaimakkara unohtui reppuun ja löytyi vasta vuoden päästä.

Tähän paikkaan sitä on tullut palattua kerta toisensa perään, nykyään omien lasten kanssa, vaikka Kemissä ja Torniossa vietettyjen opiskeluvuosien jälkeen meillä oli vaimoni kanssa jo työpaikatkin odottamassa Helsingissä. Sitten mietittiin kaksi kertaa, onko se sitä mitä me halutaan. Päätös ei lopulta ollut edes vaikea. Olin juuri tullut metsästysreissulta takaisin Kemiin ja aamulla piti lähteä töihin. Hanne katsoi ikkunasta parkkipaikalle meidän vasta hankittua ensimmäistä yhteistä autoa, jonka kylkeen oli ilmestynyt koiran kokoisilla kirjaimilla spraymaalilla vedetty JOU. Silloin tuli olo, että eikö me voitaisi asua jossakin muualla kuin kaupungissa.

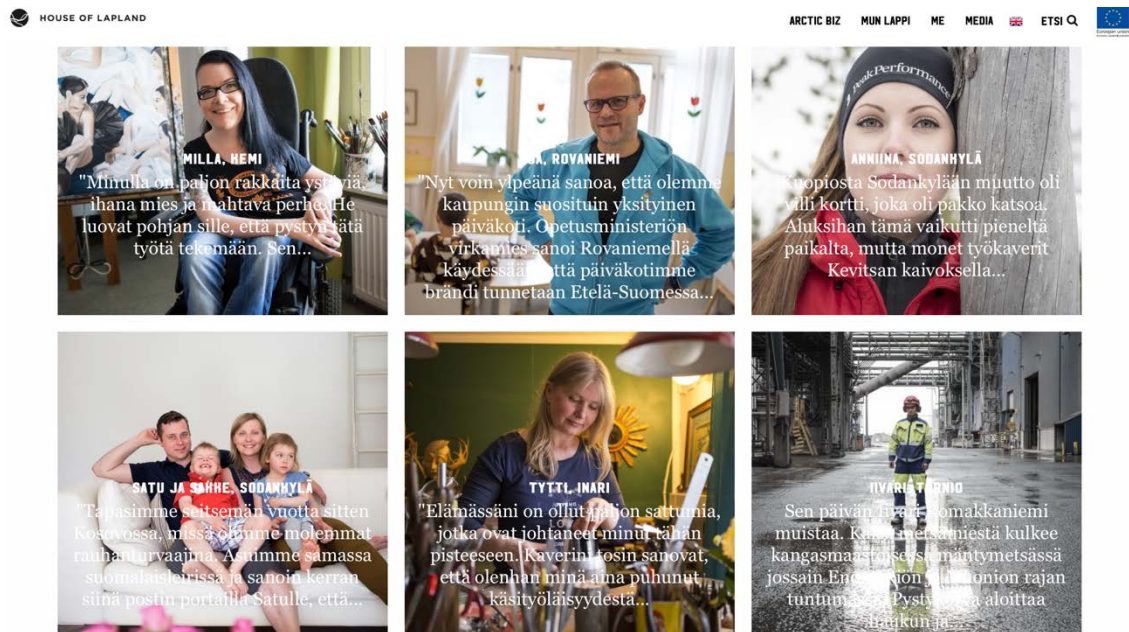
Pari päivää siinä pohdittiin ja soitin vanhemmilleni tänne Inariin, että mikä heillä on tilanne porotilalla ja hehän ottivat meidät avosylin vastaan. Nykyään porofarmin lisäksi pyöritämme täällä käsityöverstasta ja sitten on tuo valokuvaus. Se suurin intohimon kohde ja henkireikä. Nautin, kun saan kuvata tätä omaa ulkoilmaelämäntyyliä ja kertoa samalla tästä paikasta niillekin ihmisille, jotka eivät välttämättä ikinä pystyisi Lappiin matkustamaan.

Ei täällä oikeastaan mitään kaippaa, kun lopulta saatiin toimivat nettiyhteydetkin. Aiemmin oli vähän hankalampaa. Jos piti soittaa, niin kännykkää täytyi pitää kiinni keittiön ikkunassa, että sai kuuluvuuksia. Nykyään hyvien yhteyksien ansiosta yrityksen pyörittäminen on paljon helpompaa, eikä täältä enää mihinkään haluta. Lapsia me kannustetaan, että menevät kokeilemaan siipiään ja katsomaan millainen se maailma on, mutta aina on tervetullut takaisin!" Jan-Eerik, Solojärvi/Inari





Kuva 1



Kuva 2