



Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Katri Saarela

Minidokumentti Facebookissa

Kuinka tehdä toimiva minidokumentti Facebookiin

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Ylempi AMK

Mediatuottaminen

Opinnäytetyö

21.11.2018

Tekijä(t) Otsikko	Katri Saarela Minidokumentti Facebookissa
Sivumäärä Aika	46 sivua + 2 liitettä 21.11.2018
Tutkinto	Medianomi YAMK
Tutkinto-ohjelma	Mediatuottamisen koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Mediatuottaminen
Ohjaaja(t)	Lehtori Liisa Seppänen
<p>Facebook on verkkoyhteisöpalvelu, jossa käyttäjät seuraavat oman lähi- ja tuttavapiirinsä kuulumisia. Facebook on myös eri organisaatioiden viestintäkanava, jossa eri toimijat julkaisevat omaa materiaaliaan. Opinnäytetyössä selvitetään vertailevan tutkimuksen keinoin, minkälainen julkaisupaikka Facebook on globaalista auttamistyöstä kertoville dokumenteille? Opinnäytetyössä tutkitaan myös, minkälainen on toimiva minidokumentti Facebookissa? Kannattaako Facebookiin tehdä minidokumentteja? Opinnäytetyötä varten on toteutettu kolme minidokumenttia, jotka on koostettu samasta materiaalista. Dokumentit kertovat Suomen Pipliaseuran Lukutaitoa naisille Afrikassa -ohjelman lukutaitotyöstä Malawissa.</p> <p>Teoriaosuudessa käsitellään Facebookia dokumenttivideoiden ja journalistisen sisällön julkaisupaikkana sekä minidokumenttien käsikirjoittamista ja rakennetta. Sosiaaliseen mediaan tulee tehtyä niihin optimoituja sisältöjä. Facebook-dokumentti -aihetta ei ole juurikaan tutkittu. Siksi tätä tutkimusta varten on kerätty taustatietoa toteuttamalla kolme asiantuntija-haastattelua. Tutkimuksen teoriaosuudessa lähteinä on käytetty kirjallisuutta ja artikkeleita.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimusosuus koostuu kolmen Facebookissa julkaistun minidokumentin käyttäjätilastojen, käyttäjätutkimuksen ja etukäteishaastattelujen kvalitatiivisesta vertailusta. Käyttäjätutkimuksessa viisi viestinnän asiantuntijaa on vastannut kyselytutkimukseen, jossa arvioidaan opinnäytetyössä tutkittavien minidokumenttien ominaisuuksia. Aineistoa lähestytään faktanäkökulmasta, koska tavoitteena saada tutkittavien todellinen mielipide videodokumenteista.</p> <p>Tutkimustulosten mukaan Facebook on melko hyvä julkaisupaikka globaalista auttamistyöstä kertoville minidokumenteille. Facebook on dokumentin tekijälle haastava julkaisupaikka. Facebookin käyttö on lyhytjännitteistä, joten dokumentin kesto ei voi olla minuuttia pidempi. Käyttäjä pysähtyy katsomaan videodokumenttia, mikäli aihepiiri kiinnostaa häntä ja toteutus on yllätyksellinen, voimakas ja rohkea. Ensimmäiset sekunnit ovat ratkaisevia katsojan kannalta. Siksi alkuun pitää panostaa. Myös otsikko ja kuvausteksti on hiottava houkutteleviksi.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella on toteutettu ohjeet Facebook-minidokumentin tekemiseen. Ohjeet ovat sovellettavissa myös muiden sosiaalisessa mediassa julkaistavien videoiden tekemiseen.</p>	
Avainsanat	Facebook, minidokumentti, video, käsikirjoitus

Author(s) Title	Katri Saarela A Short Documentary Film in Facebook
Number of Pages Date	46 pages + 2 appendices 21 November 2018
Degree	Master of Culture and Arts
Degree Programme	Media Production
Specialisation option	Media Production and Management
Instructor(s)	Senior Lecturer Liisa Seppänen
<p>Facebook is an online community service where the users are following their friends and acquaintances. Facebook is also a communication channel for different organizations, where different actors are publishing their own information. This thesis is comparative research on what kind of platform Facebook is for documentary stories under the theme of “Development cooperation”. Important questions are how the structure of short documentary film should be when the publishing platform is Facebook and whether Facebook is the right place to publish that kind of videos?</p> <p>The theoretical part of this thesis is about structure and scripting of a short documentary film from journalistic and documentary view point. There is also information about Facebook as a publishing platform, Facebook videos, statistics and user behavior in social media. Content needs to be optimized separately for social media. There is no prior research about Facebook as a platform for a documentary video. Therefore, three expert interviews have been collected for this study. Literature and articles have been used as sources for the theory part.</p> <p>Three versions of the same documentary material were been edited for this thesis. The theme of the documentary is “Literacy of Women in Africa”, a program of the Finnish Bible Society in eastern Africa. These documentaries were published in Facebook and evaluated using qualitative comparisons of user statistics and user survey. In the user survey, five communications specialists have responded to a questionnaire about the content of the short documentary films.</p> <p>According to research results, while Facebook is quite good place for short documentary films under the theme of “Development Cooperation”; however, it is also quite challenging. Using Facebook is fast-paced; therefore, the length of the documentary film cannot be longer than a minute. The subject needs to be interesting and the implementation surprising, powerful, and brave; otherwise the user will stop watching the video. The first seconds are decisive for the viewer. That is why the first shoots are crucial. Also, the title and description text must be sharpened to be attractive. On the basis of the research, this thesis gives instructions on creating a short documentary films to Facebook. Guidelines can also be applied to other videos to be published in social media.</p>	
Keywords	Facebook, social media, documentary film

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Tutkimuksen tavoite ja menetelmät	2
3	Videot Facebookissa	4
3.1	Facebook sisällön vallitsijana	4
3.2	Facebook-videon trendit	7
3.3	Facebook-videon formaatti	8
3.4	Minidokumenttien toteuttaminen Facebookiin	10
4	Minidokumentti	12
4.1	Minidokumentti Lukutaitoa naisille Afrikassa -ohjelmasta	12
4.2	Minidokumentin käsikirjoitus	15
4.3	Minidokumentin rakenne	18
4.4	Lukutaitodokumentin kolmen version toteuttaminen	19
5	Kolmen minidokumentin käyttäjätutkimus Facebookissa	23
5.1	Lukutaitodokumenttien Facebook-analytiikka	23
5.2	Käyttäjätutkimus viestintäalan asiantuntijoille	28
5.2.1	Mustavalkoinen minidokumentti	28
5.2.2	Neliönmuotoinen minidokumentti	29
5.2.3	16x9-minidokumentti	31
5.2.4	Käyttäjätutkimuksen mukaan toimiva dokumentti Facebookissa	33
6	Facebookissa toimiva minidokumentti	35
6.1	Tutkimustulokset	35
6.2	Ohjeet Facebook-dokumentin tekemiseen	39
7	Pohdinta	42
	Lähteet	44
	Liitteet	
	Liite 1. Etukäteishaastattelujen kysymykset	
	Liite 2. Kyselytutkimus viestinnän asiantuntijoille	

1 Johdanto

Facebook on verkkoyhteisöpalvelu, jossa videot ovat suosittu sisältömuoto. Selvitän opinnäytetyötutkimuksessani, miten toimiva julkaisupaikka Facebook on minidokumentteille. Käytän tässä tutkimuksessa termiä minidokumentti, joka tarkoittaa alle kolmen minuutin mittaista lyhytdokumenttia. Tutkimukseni keskeisenä kysymyksenä on selvittää, minkälainen minidokumentti kerää Facebookissa katsojia. Minkälainen videon rakenteen tulee olla, jotta hektinen käyttäjä jaksaa katsoa sen loppuun. Pohdin myös, mitä haasteita sosiaalinen media tuo dokumentin tekijälle ja onko Facebook oikea julkaisukanava globaalista auttamistyöstä kertovalle minidokumentille?

Facebook-videoita ei ole juurikaan tutkittu. Siksi tätä tutkimusta varten on kerätty taustatietoa toteuttamalla kolme asiantuntijahaastattelua. Tutkimuksen teoriaosuudessa lähimpinä on käytetty kirjallisuutta ja artikkeleita.

Opinnäytetyön alussa kerrotaan Facebookista videoiden julkaisukanavana. Facebook on ensisijaisesti verkkoyhteisöpalvelu, jossa käyttäjät seuraavat oman lähi- ja tuttavapiirinsä kuulumisia. Facebook on myös eri organisaatioiden yleinen viestintäkanava. Facebook on teknologiajätti, joka säätelee algoritmillaan sitä, mitä Facebookin käyttäjien uutissyötteessä näytetään. Tämä on suuri haaste organisaatioiden viestinnässä. Yksi Facebookin suosittelmista sisällöistä ovat videot.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa kerrotaan Facebook-videoiden trendeistä, videoiden formaatista ja minidokumenttien toteuttamisesta Facebookiin. Teoriaosuudessa kerrotaan myös siitä, miten sosiaalisen median yritykset ovat ottaneet vallan sisällön jakamisesta. Opinnäytetyössä nostetaan esiin sosiaalisessa mediassa julkaistavien journalistien sisältöjen haasteet.

Videot Facebookissa -luvussa pohditaan sitä, mitä asioita tekijän tulee huomioida, kun Facebookiin ollaan toteuttamassa minidokumentteja. Muutaman minuutin mittaisessa lyhytelokuvassa käytetään samoja dramaturgian perussääntöjä kuin kokoillan elokuvassa. Kappaleessa kerrotaan myös minidokumentin käsikirjoittamisesta Facebook-ympäristöön.

Minidokumentit-kappaleessa pureudutaan tarkemmin dokumentaariseen kerrontaan. Rinnalla kuljetetaan tutkimuksessa mukana olevien esimerkkidokumenttien käsikirjoittamista ja tekoprosessia. Kappaleessa kerrotaan myös, minkälaisia haasteita lukutaitodokumenttien tekeminen on sisältänyt ja miten kolme dokumenttiversiota on toteutettu. Lukutaitodokumentit liittyvät Suomen Piiaseuran Lukutaitoa naisille Afrikassa -ohjelmaan. Materiaali on kuvattu Malawissa.

Kolmesta minidokumentista toteutetaan käyttäjätutkimus viidelle viestinnän asiantuntijalle, jotka ovat katsoneet kaikki dokumentit Facebookista ja vasta sen jälkeen vastanneet verkossa toteutettuun käyttäjätutkimukseen. Tutkimus koostuu kolmen aineiston kvalitatiivisesta vertailututkimuksesta: kolmen viestinnän asiantuntijan etukäteishaastattelusta, Facebookissa julkaistujen minidokumenttien analytiikasta ja viidelle viestinnän asiantuntijalle toteutetusta kyselytutkimuksesta. Facebookin analytiikan ja käyttäjätutkimuksen tuloksia käydään läpi kappaleessa viisi.

Dokumentit on julkaistu keväällä 2018 Piiaseuran Facebook-sivuilla Agricola-kampanjan ja Raamattusunnuntain yhteydessä. Kolmen Facebookissa julkaistun minidokumentin analytiikka ja käyttäjätutkimuksen palaute käydään läpi kohta kohdalta. Kappaleessa kuusi on vuorossa analyysi, jonka pohjalta on tehty ohjeet Facebookissa julkaistavan minidokumentin tekemiseen.

2 Tutkimuksen tavoite ja menetelmät

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, minkälainen julkaisupaikka Facebook on minidokumenteille. Samalla selvitetään, minkälainen on toimiva minidokumentti Facebookissa. Minkälaisia asioita tulee ottaa huomioon, kun dokumentin julkaisualustana on Facebook. Tarkoituksena on löytää vastaus kysymykseen, minkälainen minidokumentin formaatti toimii Facebookissa. Facebook on haastava ympäristö globaalista auttamistyöstä kertovien dokumenttien julkaisuun, koska Facebookin käyttäminen perustuu selailuun. Sitä käytetään lyhytjännitteisesti ja yhä useammin mobiililaitteella. Minidokumentti kilpailee Facebook-käyttäjän huomiosta, kun rinnalla ovat käyttäjän oman yhteisön kiinnostavat sisällöt.

Opinnäytetyötä varten tehdään kolme teemahaastattelua, joiden tarkoituksena on antaa vinkkejä ja ideoita Suomen Piiaseuran Lukutaitoa naisille Afrikassa -ohjelmaan liittyvän

minidokumentin kuvaamiseen. Koska Facebook-videoiden tekemistä ei ole tutkittu, opinnäytetyön teoriaosuus rakennetaan kirjallisuuden, artikkelien ja teemahaastattelujen pohjalta.

Opinnäytetyötä varten haastatellaan elokuvaohjaaja Tuukka Temosta, jolla on kokemusta myös lyhytdokumenttien toteuttamisesta. Facebook-videoiden näkökulmasta asiantuntijana toimii Yle nuorisomedioiden päällikkö Antti Hirvonen, joka työskenteli opinnäytetyön haastattelun aikaan Yle Kioskin tuottajana. Minidokumenttien journalistisesta näkökulmasta kertoo HS-TV:n kanavapäällikkö Esa Juntunen.

Tutkimusta varten toteutetaan kolme Malawissa kuvattavaa naisten lukutaitotyöstä kertovaa minidokumenttia. Etukäteishaastatteluista ja lähdeaineistosta saatuja tietoja ja vinkkejä hyödynnetään dokumenttien käsikirjoituksissa.

Kuvausmateriaalin pohjalta editoidaan kolme lukutaitoaiheista minidokumenttiversiota, jotka julkaistaan Suomen Pipliaseuran Facebook-sivuilla Agricola-kampanjan ja Raamattusunnuntain yhteydessä. Dokumenttien tarkoituksena on kertoa Lukutaitoa naisille Afrikassa -ohjelmasta.

Kolmen lukutaitodokumentin julkaisun jälkeen viidelle viestinnän asiantuntijalle toteutetaan anonyymi verkkolomakekysely. Viisi vastaajaa on edustava otos tähän tutkimukseen. He edustavat eri medioita, kirkollista viestintää ja kaikki vastaajat ovat sosiaalisen median ammattilaisia.

Opinnäytetyössä käytetään kvantitatiivista analyysiä dokumenttivideoiden Facebook-analytiikan vertailuun. Tutkimusaineiston kvantitatiivisessa analyysissä lukujen ja niiden välisiä yhteyksiä argumentoidaan tilastollisten yhteyksien avulla (Alasuutari 2011, 34).

Verkossa toteutettavan kyselyn vastauksia analysoidaan kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen keinoin. Kvalitatiivinen tutkimus on merkkien tulkitsemista, jossa aineistoa tarkastellaan kokonaisuutena (Alasuutari 2011, 38). Laadullinen analyysi on kaksivaiheinen eli se koostuu havaintojen pelkistämisestä ja arvoituksen ratkaisemisesta eli tulosten tulokinnasta. (Alasuutari 2011, 39.)

Tutkimusaineistoa lähestytään faktanäkökulmasta, koska tavoitteena on saada arkiajattelun mukainen käsitys tutkittavasta totuudesta ja todellisuudesta eli tässä tutkimuksessa

haetaan tutkittavien todellista mielipidettä videoista. Aluksi havainnot pelkistetään sen perusteella, mikä on teoreettisen viitekehyksen ja kysymyksenasettelun kannalta olennaista – tutkimuksen aineistoa voidaan tarkastella monesta eri näkökulmasta. Havaintomäärää karsitaan havaintojen yhdistämisellä etsimällä havaintojen yhteinen piirre, nimitäjä tai muotoilemalla sääntö, joka pätee koko aineistoon. Lähtökohtana on, että aineistossa on näytteitä ja esimerkkejä samasta ilmiöstä. (Alasuutari 2011, 91, 40.) Arvoituksen ratkaiseminen merkitsee laadullisessa tutkimuksessa sitä, että tuotettujen johtolankojen ja käytettävissä olevien vihjeiden pohjalta tehdään merkitystulkinta tutkittavista ilmiöistä (Alasuutari 2011, 44). Tässä tutkimuksessa tulokset tulkitaan vertailemalla etukäteishaastatteluja, Facebook-analyysiä ja lomaketutkimuksen vastauksia. Vertailevassa tutkimuksessa hahmotetaan aineiston välisiä yhtäläisyyksiä ja eroja (Jyväskylän yliopisto 2015).

Kyselytutkimukseen osallistuvat viestinnän ammattilaiset ohjeistetaan katsomaan dokumentit keskellä arkea, jotta katsomiskokemus olisi mahdollisimman aito. Tämän jälkeen he vastaavat kyselytutkimukseen, jossa on suljettuja ja avoimia kysymyksiä. Haastattelun teemoina ovat dokumentin aiheet, rakenne, kerronta, tarinat ja kansainvälisten aiheiden kiinnostavuus.

Tutkimuksen tavoitteena on luoda ohjeet Facebookissa julkaistavaan minidokumenttiin.

3 Videot Facebookissa

3.1 Facebook sisällön vallitsijana

Facebook on verkkoyhteisöpalvelu. Tällä tarkoitetaan viestintäpalvelua, joka tarjoaa ihmisille mahdollisuuden suhteiden luomiseen ja ylläpitämiseen tietoverkon kautta ja jossa he voivat jakaa mielipiteitä sekä tietoja. (Kuutti 2012, 220.) Facebook on ensimmäinen sosiaalisen median palvelu, joka kerää kuukausittain yli miljardi käyttäjää (Uskali 2013, 90). Päivittäisi Facebookin käyttäjiä Suomessa on 2,3 miljoonaa. Kuukausittain aktiivisia on 2,8 miljoonaa ihmistä. (Waltari 2018.)

Tilastokeskuksen (2017) mukaan vuonna 2017 88 prosenttia 16–89 -vuotiaista suomalaisista käytti internetiä. Alle 55-vuotiaista ihmisistä internet oli lähes kaikkien käytössä. Matkapuhelin oli suosituin väline internetin käyttämisessä. Yli 77 prosentilla suomalaisista oli käytössä oma älypuhelin. (Tilastokeskus 2017.)

Facebook on Suomen suosituin sosiaalisen median palvelu lähes kaikissa ikäryhmissä. Poikkeuksena ovat 15–24 -vuotiaat, joille Youtube on suosituin kanava. Suomalaisten viettämä aika sosiaalisessa mediassa on kasvanut kahdessa vuodessa 52 prosenttia. Aikaa eri sosiaalisen median palveluissa ja kanavissa vietetään neljä tuntia 43 minuuttia päivässä. (Ylä-Anttila, 2018.)

Facebookin menestys johtuu siitä, että käyttäjät ovat kiinnostuneita läheisten, ystävien ja tuttujen arkipäiväisistä uutisoinneista. Nämä tapahtumat ovat Facebook-käyttäjälle uutisarvoisia – tässä mielessä Facebook on uudenlainen uutismedia. Facebookin kautta uutismediat ja ihmiset jakavat myös ammattimaisten uutisorganisaatioiden tekemiä uutisia. (Uskali 2013, 91.) Facebookia pidetään tällä hetkellä johtavana viidentenä valtiomahtina ja samalla se on tärkeä osa jokapaikan journalismia. Kuitenkin Facebookin algoritmiuudistuksen myötä uutismedioiden näkyvyys Facebookissa on vähentynyt. (Uskali 2013, 92.)

Vuoden 2018 alussa Facebook mullisti palvelunsa uutisvirran. Yleisradio uutisoi, että mullistuksen tarkoituksena on näyttää käyttäjille enemmän ystävien, sukulaisten ja tuttujen päivityksiä. Palvelu vähentää ammattimaisten julkaisijoiden, yritysten, joukkoviestimien ja brändien päivityksiä. Tarkoituksena on huolehtia, että palvelussa käytetty aika on hyvin käytettyä aikaa. Facebookin uutisvirran algoritmi ei ole julkinen. Ohjelmanpätkä määrää, mitkä päivitykset näkyvät käyttäjälle ja millä logiikalla. Uutisvirrassa näkyy eniten enemmän päivityksiä, joihin tutut käyttäjät ovat reagoineet tavalla tai toisella. Sen sisällön, joka ei aiheuta reaktiota, näkyvyys vähenee. Algoritmimuutokseen vaikutti myös se, ettei Facebook oli onnistunut yrityksissään erottaa valeuutisia oikeista uutisista. Siksi kaikkien uutisten näkyvyyttä on vähennetty uutisvirrassa. Uudistus saattaa vahvistaa kuplia ja heikentää demokratiaa, sillä ihmiset näkevät uudistuksen myötä enemmän sisältöä lähimmiltä ystäviltään. (Seuri 2018.)

Facebookin algoritmiuudistus on vaikuttanut siihen, että yritysten omien sivujen orgaaninen näkyvyys laskee (Halsas 2018). Sosiaalisen median käyttö on muuttanut verkon käyttämistapoja. Kuluttajat altistuvat sattumalta algoritmisen syötteiden ajojen seurauksena tai suosituksista kolmansien osapuolten alustoille, joita teknologian jättiläiset kuten Facebook, Apple, Google ja Snapchat ovat kehittäneet, joihin isojen medioiden uutis-sisällöt voidaan sijoittaa. Useat arvostelijat ovat huolissaan journalististen liiketoiminta-

mallien vaikutuksesta verkkoalustoilla, jotka yhä enenevässä määrin kontrolloivat julkaisijoita, julkaisuja, kohderyhmiä ja sitä, kuinka julkaisu on kaupallistettu. (Kalogeropoulos & Newman 2017, 6.)

Emily Bell (2016) kirjoittaa artikkelissaan Columbia Journalism Review -sivustolla siitä, että jotain aivan dramaattista on tapahtumassa mediakentälle, julkiselle sektorille ja journalismille lähes huomaamatta ja ilman ansaitsemaansa julkista tutkimusta ja keskustelua. Uutisekosysteemimme on muuttunut dramaattisesti viimeisten vuosien aikana. Suuria harppauksia on otettu teknisissä valmiuksissa: virtuaalitodellisuudessa, live-videoissa, uutisroboteissa, pikaviesteissä ja chat-sovelluksissa. Suuret muutokset ovat kontrollissa ja rahoituksessa. (Bell 2016.)

Tulevaisuuden julkaisun ekosysteemi on muutamien käsissä, jotka kontrolloivat rahavirroilla. Bell (2016) näkee, että sosiaalinen media ei ole niellyt vain journalismia, vaan se on niellyt kaiken: poliittiset kampanjat, pankkijärjestelmät, henkilökohtaisen historian, vapaa-ajan, vähittäiskaupan ja jopa hallituksen ja turvallisuuden. Taskussa oleva puhelin on portti maailmaan. Uutisten julkaisijat ovat menettäneet hallinnan jakelusta – uutiset suodatetaan algoritmeja ja alustoja käyttäen, jotka ovat arvaamattomia ja läpinäkyviä. Toinen näkökulma on sosiaalisen median yritysten voiman lisääntyminen. Suurimmat sosiaalisen median yritykset valvovat tehokkaasti sitä, kuka julkaisee kenelle ja miten tämä julkaisu on kaupallistettu. Tässä suhteessa valta on keskittynyt tietyille toimijoille kuin koskaan aikaisemmin. Kun on miljardeja käyttäjiä ja verkossa julkaistaan satoja tuhansia sisältöjä päivittäin, sosiaalisten alustojen on käytettävä algoritmeja kokeilemaan lajittelua tärkeiden, viimeaikaisten ja suosittujen postausten välillä ja päättää, kenelle näytetään ja mitä. Tämä on säätelemätön ala. Meillä on vain vähän tietoa tai ei ollenkaan siitä, miten sosiaalisen median yritykset lajittelevat uutiset. (Bell 2016.)

Sen lisäksi, että algoritmit säätelevät sisältöjä, myös käyttäjien medialukutaito on melko heikkoa. Antonis Kalogeropoulosin ja Nic Newmanin (2017) tutkimuksessa selvisi, että käyttäjien on vaikea nimetä uutismedia, jonka sisällön he ovat nähneet sosiaalisessa mediassa tai internethaussa. 18–25 -vuotiaat nuoret osaavat melkein kaksi kertaa todennäköisemmin luokitella uutisbrändin sosiaalisen median kautta verrattuna yli 55-vuotiaisiin käyttäjiin. (Kalogeropoulos & Newman 2017, 7.)

3.2 Facebook-videon trendit

Verkkovideot ovat arkipäivää. Verkosta voi katsoa kaikenlaisia videoita elokuvista ja uutisista ihmisten itse kuvaamiin videoihin. FT Turo Uskali (2013) nostaa kiinnostavimmaksi jokapaikan journalismin muodoksi livevideojournalismin. Livevideoiden tekeminen on sosiaalisen median käyttäjälle perustyökaluja, minkä vuoksi kenen tahansa on aiempaa helpompaa tehdä kansalaisjournalismia ja tuoda epäkohtia ja väärinkäytöksiä yleiseen tietoon. (Uskali 2013, 59.)

Grapevine (2017) nostaa vuoden 2018 sosiaalisen median trendeissä esiin videon. Sen mukaan 1000 sanaa on vähemmän kuin video. Tekijän tulee kuitenkin huomioida, että videossa tärkeintä on idea. Esimerkiksi Facebookin peruskäyttäminen on uutisvirran selailua. Käyttäjä pysähtyy uutisvirrassa kommentoimaan ja katsomaan mielenkiintoista päivitystä. Käyttö on hyvin erilaista verrattuna esimerkiksi Youtube-käyttöön, jossa ollaan valmiiksi katsomassa videoita. Sosiaaliseen mediaan tehtyjen videoiden tulee olla someystävällisiä ja kanavakohtaisesti mietittyjä. (Grapevine 2017.)

Kurion (2017) somemarkkinoinnin trendeissä vuodelle 2018 korostetaan, että sosiaalisen median kanaviin tulee tehdä sinne optimoituja sisältöjä. Se, mikä toimii televisiossa, ei ole suoraan siirrettävissä sosiaaliseen mediaan. Optimaalisin tilanne olisi, jos sisällön suunnittelu lähtisi liikkeelle sosiaalisen median lainalaisuuksista. (Kurio 2017, 26.)

Facebookissa harvoin enää näkee suorita videolinkkejä Youtubeen vaan videot ladataan suoraan Facebookiin. Videoiden äänetön automaattitoisto on ollut toiminnassa useamman vuoden ajan. Vuonna 2017 Facebook teki uudistuksen, jossa videot lähtevät pyörimään automaattisesti äänet päällä. Facebook on painottanut, etteivät videoäänet keskeytä esimerkiksi Spotifyn kuuntelua. (Tivi 2017.)

Facebookissa on ollut mahdollista julkaista livelähetyksiä vuodesta 2016 lähtien. Aluksi livelähetyksiä voitiin tehdä vain mobiililaitteilla, seuraavana vuonna livelähetyksiä oli mahdollista tehdä myös tietokoneella ja nettikameralla. Järeämpää Facebook-livelähetystä voi tehdä broadcast-ohjelmiston kautta, jossa voi hyödyntää useita kameroita, videotiedostoja, tekstiplansseja ja valokuvia. (Komonen 2017.)

Facebookin live-video on edelleen kasvussa, joissa hyödynnetään mobiililaitteilla kuvattavista lähetyksistä monikameratuotantoihin. Videon tekijöiden tulisi huomioida se, että

videoita kulutetaan entistä enemmän mobiilipäätelaitteilla. Edelleen suuri osa videoista suunnitellaan katsottavaksi isolta ruudulta. Myös katsomisajat ovat lyhyitä. (Kurio 2017, 14.)

Tommi Taponen (2017) kirjoittaa Kurion julkaisussa, että videon jyllätessä formaattina melkein mikä tahansa tekele koetaan julkaisukelpoiseksi. Hän peräänkuuluttaa sisällöllistä laatua. Sinänsä teknisellä laadulla ei ole niin suurta merkitystä, kunhan sisältö on merkityksellistä. Sisältötulvassa laatu korvaa määrän. (Kurio 2017, 9.)

HS-TV:n kanavapäällikkö Esa Juntunen (2016) mielestä Facebook-videoissa teknisellä laadulla on merkitystä. Hän toteaa, että jos laatu on keuhkoa, niin Facebook-käyttäjä ohittaa sisällön. Hänen mukaansa ei pidä aliarvioida, että sosiaalinen media söisi vaan huonolaatuista tavaraa sisäänsä. Facebookissa katsojakäyttäytyminen on äkäistä ja nopeaa. (Juntunen 2016.)

Viimeistelyyn tottuneiden brändien ei tulisi kuitenkaan pelätä aitoutta ja realismia. Somessa suosiota niittävät inhimillisuus ja aitous. Useat kansainvälisesti seuratuimmat vaikuttajat ovat siirtyneet stailatusta ja suunnitellusta tekemisestä aidompaan ja reaktiivisempaan sisältöön. (Kurio 2017, 12.)

3.3 Facebook-videon formaatti

Perinteinen videoformaatti 16x9 on viime vuosien aikana menettänyt suosiotaan sosiaalisen median kanavissa. Kännykkäkameroiden yleistyttyä ihmiset ovat alkaneet kuvata 9x16 pystyvideoita. Samalla sosiaalisen median kanavat ovat alkaneet suosia pystyformaattia. Esimerkiksi Facebook (2018) on muuttanut videoiden teknisiä määritelmiä syksyllä 2018. Facebook suosittelee videomainoksien kuvasuhteeksi pystymuotoa 9:16. Striimimainoksien kuvasuhteeksi Facebookissa suositellaan vaakamuotoa 16x9. Facebook storiesissa ihanteellinen kuvasuhde on 9:16–1,91:1. (Facebook 2018.)

Facebookissa julkaistuissa videossa entistä tärkeämpää on lyhyt kesto. Kurion (2017) somemarkkinoinnin trendit 2018 -julkaisussa viestinnän asiantuntijat nostivat esiin erilaisia sosiaalisen median trendejä. Videoiden merkitys ja niiden ominaisuudet korostui useammassa puheenvuorossa. Esimerkiksi kahden minuutin mittaista videota pidettiin sosiaalisessa mediassa liian pitkänä, kun kymmenen sekunnin pätkä olisi riittävä. (Kurio 2017, 56.) Sisällönsuunnittelulla ja tarinankerronnalla on yhä suurempi merkitys. Jotta

kuluttaja jaksaa vaivautua ja katsoa, lyhyys ja dynaamisuus ovat tärkeitä ominaisuuksia – myös huumori ja tunteet. (Kurio 2017, 31.)

Yle Kioskin vastaavan tuottajan Antti Hirvosen (2016) mukaan ensimmäinen ohjenuora Facebook-videoiden tekemisessä on se, että videon pitää olla sellainen, jotta Facebook yleisö haluaa jakaa sitä. Videolla ei ole katsojia, jos sitä ei jaeta. Yle Kioskilla on kaksi keinoa, miten katsoja kiinnittyy videoon. Tärkeintä on videon alku, jonka tulee olla voimallinen. Paras sisältö kannattaa laittaa heti alkuun. Mitään ei voi pantata tai ”tiisata” ja ajatella, että jätän herkullisen kohdan myöhemmäksi yllätykseksi. Antti Hirvonen vertaa Facebook-videon esillepanoa jopa lööppityyppiseksi asiaksi. Toinen tärkeä videon ominaisuus on tunnekärki, jonka takia katsoja tarttuu videoon. (Hirvonen 2016.)

HS-TV:n kanavapäällikkö Esa Juntunen (2016) sanoo, että somekanavat ovat isojen medioiden sisäänheittokanavia omille verkkosivuille. Juntusen mukaan Facebookissa käyttäjän kiinnostus videota kohtaan alkaa loppua noin minuutin jälkeen kaikissa videoissa. Viiden minuutin mittainen video on jo kova koitos. Juntunen sanoo, ettei Helsingin Sanomat jaa Facebookissa kokonaismittaisia videoita, vaan sinne työstetään aiheista noin 15 sekunnin teasereita. Videon alku on tärkeä, sillä ensimmäiset sekunnit ratkaisevat sen, katsooko käyttäjä videon. (Juntunen 2016.)

”Videon täytyy herättää heti alussa yksi tunne. Oli se sitten toivo tai yllätys tai what a fuck.” Facebook-videon optimaalinen kesto on Antti Hirvosen mukaan 1–2 minuuttia. (Hirvonen 2016). Kioski versioi pidemmistä videoista mukaelmat Youtubeen tai Areenaan. ”80 prosenttia meidän videoista katsotaan ilman ääniä. Siksi tekstitimme kaikki videot. Tekstityksen merkitys on aivan valtava. On pakko tekstittää, jos meinaa menestyä.” Antti Hirvonen sanoo. Yle Kioskissa tutkitaan dataa ja analytiikkaa. Datasta on saatu selville myös se, että ihmiset katsovat videoita pidemmälle, kun niissä on tekstitys. (Hirvonen 2016.)

Myös HS-TV:n Esa Juntusen mielestä Facebook-videot pitää tekstittää, koska kaikki mobiilikäyttäjät eivät käytä kuulokkeita. Juntunen sanoo, että videon alku kannattaa myydä kuvilla. Vasta sen jälkeen videoon kannattaa laittaa äänen mukaan, koska katsoja laittaa kiinnostavaan videoon äänet päälle. ”Kannattaa ladata siihen alkuun hirveän tärkeät kuvapotpuurit, mutta ääni voi tulla pienellä viiveellä”. (Juntunen 2016).

Mitä enemmän videoon tulee tekstillisiä elementtejä, sitä työläämmäksi sen tekeminen muuttuu. Kiivastoimisessa uutistyössä se tuo lisätyötä ja vie aikaa. Varsinkin uutiskilpailussa tekstittäminen syö aikaa. (Juntunen 2016.)

Antti Hirvonen (2016) korostaa, että sosiaalisessa mediassa jokaisen videon tulee lunastaa katsojat erikseen ja sen takia jokaisen videon tulee olla täydellinen. Täydellisessä videossa sisältö on kunnossa ja oleellista on ajankohta – milloin video julkaistaan ja missä kontekstissa. Kioski tarttuu vähemmän ajankohtaisiin puheenaiheisiin, mutta tarkoituksena on synnyttää puheenaiheita. (Hirvonen 2016.)

Elokuvaohjaaja Tuukka Temonen (2016) kyseenalaistaa videon kolmen ensimmäisen sekunnin merkityksen. Hän pohtii, että taustalla on ajatus, että kuka tahansa kiinnostuu mistä tahansa. Temonen näkee, että videon katsojilla on jo valmiiksi mielipiteet, ajatukset ja mieltymykset, joiden mukaan ihminen valitsee sen, mitä haluaa katsoa. Keskeistä on myös se, minkä verran rahaa voi laittaa videon levittämiseen. Temonen myöntää, että videon ensimmäisellä kuvalla on merkitystä, mutta tärkeintä videossa on kiinnostava aihe. Katsojalle tulee tarjota houkutteleva otsikko, josta myös selviää videon tulokulma. Tekstin pitäisi tarjota lupaus tulevasta sisällöstä. (Temonen 2016.)

3.4 Minidokumenttien toteuttaminen Facebookiin

Tomi Leino (2003) mukaan parin minuutin mittaista lyhytelokuvaa koskevat pitkälti samat säännöt kuin kokoillan elokuvassa. Muutaman minuutin mittaisessa lyhytelokuvassa on käytettävä samoja dramaturgisia perussääntöjä kuin kokoillan elokuvassa. Leino kirjoittaa, että lyhytelokuva saattaa saada tulevaisuudessa sille kuuluvaa arvostusta teknologisen kehityksen seurauksena, esimerkiksi kännykät audiovisuaalisen viestinnän päätelaitteina voivat olla uusi lyhyen ja intiimin tarinan levitysmuoto. (Leino 2003, 50.)

Dokumentit käsikirjoitetaan, koska niissä halutaan käyttää draamallisia elementtejä ja tehdä katsojaystävällisempiä elokuvia. Käsikirjoituksesta selviää mitä kenestäkin henkilöstä ja tilanteesta halutaan saada irti. Keskeistä on kertoa, mihin dokumentilla pyritään ja mistä näkökulmasta aihetta käsitellään. Dokumentin käsikirjoittaminen vaatii huolellista ennakkosuunnittelua, kuvattaviin kohteisiin tutustumista ja materiaalin keräämistä. (Leino 2003, 98.)

Yle Kioskin tuottaja Antti Hirvonen (2016) kertoo, että Kioskissa videot ovat aina käsikirjoitettuja. Yle Kioski julkaisee erilaisia videoita ja joukossa on myös henkilödokumentteja. Videosta tehdään tekstimuotoinen käsikirjoitus, jonka pohjalta video toteutetaan. Toimituksen ulkopuolelta tulevia videoita saatetaan hioa ja editoida Kioskin formaattiin sopivaksi niin, että tarina on kantava, kestävä, dynaaminen ja hyvin tekstitetty. (Hirvonen 2016.)

Yle Kioski on julkaissut Hirvosen (2016) mukaan Facebookissa 1–2 minuutin dokumentteja. Yleensä pidempi versio julkaistaan Youtubessa. Hirvonen näkee Facebookin käyttöympäristön paikkana, johon ei mennä katsomaan videoita. Facebookissa sisältöä kulutetaan nopeasti. Samaa mieltä on myös HS-TV:n kanavapäällikkö Esa Juntunen (2016), jonka mielestä Facebook ei ole ihanteellinen alusta dokumenteille. Juntunen toteaa, että dokumentin tulee olla kohtalaisen lyhyt, jos sen halutaan keräävän katsojia Facebookissa. (Juntunen 2016.)

Elokuvaohjaaja Tuukka Temonen (2016) on sitä mieltä, että Facebook on hyvä alusta minidokumentille. Tuukka Temonen kertoo katsovansa Facebookista ja Youtubesta pitkiäkin videoita: ”Mun mielestä se kesto on niitten ihmisten ongelma, jotka eivät usko omaan sisältöönsä.” (Temonen 2016). Keskeistä on, että video tavoittaa oikean kohderyhmän.

Tällä hetkellä Antti Hirvosen (2016) mielestä Facebook ei ole optimaalinen alusta dokumenteille, mutta tilanne voi Hirvosen mukaan muuttua, koska Facebook on kehittymässä suuntaan, jossa se on entistä enemmän netti-tv. Facebook (2018) julkaisi vuonna 2017 Facebook Watchin, joka on Facebookin suoratoistopalvelu. Vuonna 2018 palvelusta tulee maailmanlaajuinen. Facebook Watchin sisältö koostuu erilaisista sarjoista ja talk show -tyylisistä sisällöistä. Palvelu osaa suositella ohjelmia sen mukaan, mitä kaverilistan kontaktit ovat itse katsoneet. (The Verge 2017.)

HS-TV:n kanavapäällikkö Esa Juntunen (2016) toteaa myös, ettei Facebook ole paras mahdollinen alusta dokumenteille. Facebook on niin koukuttava alusta, että kävijä on vaikea houkutella sieltä pois jollekin muulle alustalle katsomaan dokumenttia. Jos dokumentti on liian pitkä, Facebook feedistä sitä ei kukaan jaksa katsoa. Haasteena on saada katsoja pysymään ja katsomaan koko tuotoksen. (Juntunen 2016.)

Facebookissa dokumenttia ei voi aloittaa perinteisessä dokumentissa totutulla viipyilevällä kuvalla. Esa Juntunen (2016) sanoo, että videon alulla on kaikkein tärkein merkitys: ”On käytännössä pistettävä semmoista kunnon turpaan vetoa heti alussa katsojalle”. Sen jälkeen voidaan lyödä jarrua päälle, jotta päästään perinteisempään dokumentaari-empaan ilmaisuun. ”Olen sanonut kuvaajille ja toimittajille, että tehkää alkuun vaikka raju kuvapotpuuri, että videon alkuun tulee rytinää ja sen jälkeen hidastetaan tahtia. Alussa kaupataan ajatus, että kaikenlaista jännää on luvassa.” (Juntunen 2016.)

Esa Juntunen (2016) arvostaa äänieditointia ja hänelle videoiden äänellä on merkitystä, mutta minidokumentin tulee olla katsottavissa myös ilman ääntä. Dokumentin kohdalla voi tehdä tärkeän valinnan, että millä tavalla videon tekstittää. Asiat voi kertoa pysäyttävillä kuvilla ja erinäköisillä tekstiplansseilla. Dokumenttiin voi tehdä vaikka ihan oman graafisen ilmaisun. Siihen voi luoda animoidut tyylit ja tekstiplanssit. Facebookiin tehty dokumentti pitää ajatella kuin tekisi 20-luvun elokuvaa, koska kaikki eivät sitä kuitenkaan kuuntele. Dokumentissa ei saa laiminlyödä äänen laatua ja tasoa, vaan sen on syytä olla hyvä, koska siinä pitää olla optio katsoa sitä kahdella tavalla. (Juntunen 2016.)

4 Minidokumentti

4.1 Minidokumentti Lukutaitoa naisille Afrikassa -ohjelmasta

Suomen Pipliaseura tuottaa vuosittain kansainvälisistä työmuodoista videoita ja lyhytdokumentteja. Videoista toteutetaan eri versioita verkkosivuille ja eri sosiaalisen median kanaviin.

Suomen Pipliaseura on yli 200-vuotias, maan vanhin kristillinen järjestö ja kirjankustantaja. Pipliaseura on Suomen ev.lut. kirkon virallinen lähetysjärjestö, joka tekee kansainvälistä raamattutyötä, harjoittaa kustannustoimintaa sekä edistää Raamatun käyttöä. Kansainväliseen työhön kuuluvat raamatunkäännöstyö, lukutaitotyö, syrjiviin asenteisiin vaikuttaminen sekä Raamatun käytön edistäminen. Kansainvälinen työ ulottuu yli 200 maahan tai alueelle. (Suomen Pipliaseura 2018.)

Suomen Pipliaseura toimii osana Yhtyneiden Raamattuseurojen verkostoa, joka toimii yli 200 maassa tai alueella. Pipliaseuran työn kautta tavoitetaan ihmiset heidän omalla kielellään, luodaan pohja luku- ja kirjoitustaidolle, vaikutetaan syrjiviin asenteisiin ja herätetään mielenkiintoa Raamattua kohtaan. (Suomen Pipliaseura 2018.)

Pioliaseura aloitti keväällä 2017 lukutaito-ohjelman, jonka tavoitteena on opettaa 20 000 aikuista naista lukemaan omalla kielellään. Vuoden 2018 teemavuotena on ollut naisten lukutaitotyö. Työ ulottuu 16 Itä-Afrikan vähemmistökielelle Keniassa, Etiopiassa, Malawissa ja Tansaniassa. (Suomen Pioliaseura 2018.)

Pioliaseura toteutti Malawissa lukutaito-ohjelman pilottihankkeen, josta seuran media-tiimi kävi tekemässä dokumentteja ja haastatteluja kesällä 2017. Ryhmä vieraili kymmenessä jaonkielisessä lukutaitoluokassa. Matkasta tuotettiin erilaisia videodokumentteja ja inserttejä, joita on julkaistu verkossa, sosiaalisessa mediassa, vuositeemamateriaalissa ja lukutaitokampanjoiden yhteydessä.

Keskityn opinnäytetutkimuksessani Facebookissa julkaistuihin lukutaitotyöstä kertoviin minidokumentteihin. Koska lyhytdokumenteista on melko vähän kirjallisuutta, olen opinnäytetyötäni varten soveltanut tv- ja dokumenttielokuvaan liittyvää kirjallisuutta. Olen välillä kyseenalaistanut, nouseeko materiaalistani dokumenttia vai pitäisikö videoita kutsua reportaaseiksi. Kirjassa Television runousoppia (Nikkinen & Andersson 2012) määritellään, että tv-dokumentin tarkoituksena on näyttää ja reportaasin selittää. Dokumentissa on tarina ja katsoja joutuu itse päättämään tapahtumien kulun ja merkityksen. Reportaasissa tapahtuman selostaa toimittaja. Kun reportaasin tehtävä on välittää journalistiselta pohjalta tietoa, dokumentti korostaa enemmän ihmistä ja tunteita henkilön kokemusten kautta. Toisinaan lajityypit saattavat myös sekoittua. (Nikkinen & Andersson 2012, 109.)

Jouko Aaltosen (2006) Todellisuuden vangit vapauden valtakunnassa -kirjassa sanotaan, että dokumentaarisessa elokuvassa kuvauskohdetta ei hallita, vaan kameralla hahmotellaan hallitsematonta tilannetta. Uutisfilmissä yleisölle annetaan selonteko jostakin tapahtumasta. Dokumentin määritelmä löytyy Aaltosen mukaan myös WSOY:n Facta 2001 -tietosanakirjasta, jossa dokumenttielokuva määritellään aidossa ympäristössä, ilman lavasteita ja ammattinäyttelijöitä valmistetuksi elokuvaksi, joka tallentaa tapahtumia mahdollisimman todenmukaisesti. (Aaltonen 2006, 35–36.)

Lähdekirjallisuuden perusteella voin todeta, että videoitani voi kutsua dokumenteiksi, koska niissä tarina kerrotaan päähenkilön oman kokemuksen kautta hänen omassa elinympäristössään.

Kiersimme kahden viikon aineistonhankintamatkalla Malawissa kymmenessä eri lukutaitoluokassa. Vasta sen jälkeen päätimme, kuka oppilaista nousee dokumentin päähenkilöksi. Päähenkilön valintaan kannattaakin keskittyä, sillä dokumentissa päähenkilön valinta on yhtä tärkeää kuin fiktioelokuvassa (Nikkinen & Andersson 2012, 119). Haastateltavaksi kannattaa rajata kaikkein kiinnostavimmat henkilöt (Nikkinen & Andersson 2012, 132). Halusimme päähenkilön, joka on valovoimainen ja kiinnostava. Henkilö, joka on luonteva kameran edessä, mutta jolla on myös paljon sanottavaa. Tärkeää on myös se, että päähenkilön tarina herättää katsojassa tunteita.

Mieleemme jäi Chingwenyan kylässä asuva tarkkakatseinen, rohkea ja sanavalmis Eni Amadu, joka oli pukeutunut Led Zeppelinin fanipaitaan. 39-vuotias Eni Amadu oli ollut 2,5 kuukautta lukutaitoluokan oppilaana. Hän on kahdeksan lapsen yksinhuoltajaäiti, joka ansaitsee elantonsa tekemällä peltotöitä. Eni Amadun arki pyörii perusaskareiden ympärillä. Hän käy lukutaitoryhmässä kolmesti viikossa yhdessä parinkymmenen naisen kanssa. Enillä, kuten monilla muilla kylän naisilla, ei ollut lapsena mahdollisuutta käydä koulua, koska koulu maksoi ja perheet olivat köyhiä. Dokumentin tarina kerrotaan Enin kautta, joka omalla sinnikkäällä työllään saavuttaa lukutaidon.

Dokumenttielokuva on Timo Korhosen (2012) mukaan osa mediaa ja osa taidemaailmaa. Mediamaailmassa dokumentti heijastaa, luo ja merkityksellistää todellisuutta ja luo siitä todellisuusvaikutelman. Tekijän vastuulla on, millaisin keinoin dokumenttia tehdään. Mikä ja millainen on se katse, jolla aihetta käsitellään, millaisen moraalisen tulkinnan se katseestaan rakentaa. (Korhonen 2012, 13.)

Halusimme näyttää dokumentissa päähenkilön aitoa elämää, jossa päähenkilö esitetään vahvana selviytyjänä. Seitsemän lapsen yksinhuoltajalle lukutaidon opettelu vaatii aikaa, sitkeyttä ja tahtoa arjen pyörittämisen keskellä. Hän antaa kasvonsa naisten lukutaitotyölle. Timo Korhonen (2012) kirjoittaa, että hänen omissa dokumenteissaan haastateltava on suostunut mukaan osittain siksi, että dokumentaristi toimii hänen sanansaattajanaan. Moraaliset valinnat ovat aina dokumenttielokuvan tekemisen ytimessä. (Korhonen 2012, 14.)

Dokumentin leikkauspöydässä tarinasta tehdään kokonaisuus. Siinä draamaa rakennetaan niin, että todellisuudesta saatetaan hieman poiketa. Dokumenttielokuvassa kameran suuntaaminen jonnekin on aina kannanotto. Tekijä ei myöskään voi olla aina neut-

raali. Valinnat ilmaisevat tekijän arvoja ja ovat moraalisia valintoja. Moraali on dokumenttielokuvan tekemisen ytimessä. Mitä teemme ihmisille, kun teemme dokumenttielokuvia? (Korhonen 2012, 14–16.)

4.2 Minidokumentin käsikirjoitus

Malawin lukutaitodokumentin käsikirjoituksen suunnittelua helpotti se, että olin aiempana vuonna käynyt Keniassa kuvaamassa lukutaitoluokkia. Keniassa olosuhteet ovat melko samanlaiset kuin Malawissa, joten pystyin ennakkoon suunnittelemaan, miten ja mitä kannattaa kuvata. Minun piti luottaa siihen, että tapaamme henkilön, joka suostuu dokumentin päähenkilöksi ja kertomaan tarinansa kameralle. Hahmotelin etukäteen, minkälaisia teemoja dokumentti käsittelee. Kuitenkin paikan päällä on osattava kuunnella, mitä kulttuurista nousevia uusia näkökulmia dokumentissa on otettava huomioon, sillä kaikki kulttuurit ovat erilaisia.

Lukutaitodokumenttia ei ole varsinaisesti käsikirjoitettu, mutta tarinaa hahmoteltiin etukäteen. Jouko Aaltosen (2002) mukaan käsikirjoitus voidaan ja pitää tehdä. Se ei ole sitova asiakirja, vaan suunnitelma elokuvan tekemiseksi. Käsikirjoituksesta on helppo poiketa, kunhan vaan tietää mitä ollaan etsimässä ja mistä suunnasta ollaan sitä etsimässä. (Aaltonen 2002, 150.) Ennakkotutkimus ja käsikirjoittamisen tekeminen ovat tuotannon halvimmat osa-alueet. Niihin myös kannattaa käyttää eniten aikaa, koska hyvä ennakkosuunnittelu ehkäisee huonon kuvauksen ja antaa tekijälle varmuuden siitä, mitä on tekemässä. (Nikkinen & Andersson 2012, 131.) Ennakkotutkimuksen merkitys on siinä, että dokumentintekijän on mahdollista arvioida, mikä on tärkeää ja hän voi hylätä turhan tiedon (Nikkinen & Andersson 2012, 132).

Jouko Aaltonen (2002) toteaa, että dokumenttielokuviissa käsikirjoitustavat vaihtelevat. Toiset kirjoittavat hyvin tarkan käsikirjoituksen ja toiset suuntaa antavan työsuunnitelman. (Aaltonen 2002, 150.) Käsikirjoituksen tekeminen kirkastaa omaa ajattelua. Se myös paljastaa, mitä vielä tarvitaan, jotta tarinasta tulee looginen. Käsikirjoitus on myös yhteinen opas, joka kertoo tuotantoryhmälle, mistä on kyse ja mitä ollaan tekemässä. (Nikkinen & Andersson 2012, 110.)

HS-TV:n kanavapäälikkö Esa Juntusen (2016) mukaan muutaman minuutin mittaisen minidokumentin tulee olla äärimmäisen hyvin suunniteltu. Mitä enemmän haluaa laatua lyhyeen keston, sitä kunnianhimoisemmin ennakkosuunnitelma tulee tehdä. Kahden

minuutin dokumentissa on pelivaraa, mutta minuutin dokumentissa pitää olla joka ikinen kuva mietitty. (Juntunen 2016.)

Elokuvaohjaaja Tuukka Temonen (2016) sanoo, että kehitysyhteistyöstä kertovan dokumentin tekeminen kannattaa aloittaa haastattelusta ja vasta sitten ottaa kuvituskuvaa. Vaikka sisältö olisikin voimakasta, niin tarinankerrontaa ei kannata rakentaa pelkkien kasvojen varaan, koska katsojat eivät yleisesti ole tarpeeksi kiinnostuneita vieraista kasvoista. Eri asia on julkisuuden henkilöiden kanssa tehdyt dokumentit. Temonen pohtii myös, että on vaikea ottaa kuvituskuvaa, jos päähenkilö kertoo aiemmin tapahtuneista asioista. Siksi kehitysyhteistyöstä kertovissa dokumenteissa käytetään usein kuvituskuvaa luontoa ja yksityiskohtia. (Tuukka Temonen 2016.)

Ulkomailla ja vieraissa oloissa tehtävän dokumentin yhteydessä on haastavaa tehdä perustavaa ennakkosuunnittelua. Taustahaastattelut, taustatiedon lukeminen ja samankaltaisissa olosuhteissa työskentely toki helpottavat dokumentin tekoprosessia. Teimme etukäteissuunnitelman siitä, minkälaisissa tilanteissa haluamme kuvata päähenkilöä ja mitä asioita hänen kanssaan käsitellään. On tärkeää myös ohjeistaa kohdemaassa olevia kollegoja, jotka viime kädessä sopivat paikallisten ihmisten kanssa aikataulutuksen. Tämä ei kuitenkaan takaa sitä, että kaikki menee oman suunnitelman mukaan, vaan usein paikan päällä pitää täsmentää ja muokata suunnitelmia, jotta saamme toivomaamme materiaalia. Dokumentaristin tulee pitää kiinni omista tavoitteistaan ja huolehtia siitä, että uniikit kuvaustilanteet saadaan rauhoitettua. Päähenkilö Eni Amadu antaa dokumentissa kasvonsa lukutaitotyölle. Dokumentissa kuvataan mikrotason muutosta eli miten ihmisen elämä muuttuu lukutaidon myötä ja mitä merkitystä lukutaidolla on hänen elämässään.

Vasta paikan päällä meille selvisi se, kuinka merkityksellinen asia oman nimen kirjoittaminen on malawilaisille ja kuinka nöyryyttävää on jättää peukalonjälki virallisiin asiakirjoihin esimerkiksi pankissa asioidessa. Meille oli tärkeää saada dokumenttiin kiinnostavaa, toiminnallista ja yllättävää kuvituskuvaa. Rikoimme mustekynän, josta saimme mustetta ja pyysimme Eniä kotiterassilla tekemään sormenjäljen. Tilannetta emme olisi osanneet käsikirjoittaa ennen matkaa. Dokumentin tekijöiden tulee olla jatkuvasti aistit valppaana ja olla luovia ongelmanratkaisijoita.

Eni Amadusta kertovaa dokumenttia voi luonnehtia tapahtumakeskeiseksi dokumentiksi, jonka keskeinen tapahtuma on lukutaidon oppimisen merkitys. Tapahtumakeskeisessä

dokumentissa keskeinen tapahtuma muodostaa koko tarinan selkärangan. Jopa muutama minuutin mittaiseen dokumenttiin tarvitaan juoni, jotta dokumentista tulee yhtenäisen ja kiinnostava. Henkilöjuonessa on vahvana yhden henkilön tarina. (Nikkinen & Andersson 2012, 117.)

Dokumentin tekemistä haastoi se, että matkalla oli muitakin tarkoituksia kuin tämän dokumentin kuvaaminen, joten emme voineet käyttää materiaalin tekemiseen niin paljon aikaa, kuin olisimme toivoneet. Siksi päähenkilön tutustumiseen ja luottamuksen synnyttämiseen jäi melko vähän aikaa. Lisäksi kuvausryhmän läsnäolo herätti kyläyhteisössä runsaasti huomiota ja kuvaustilanteet keräsivät paljon katsojia. Tämä vaikutti myös päähenkilöön, joka selvästi jännitti tilannetta.

Jouko Aaltonen määrittelee dokumenttielokuvan todenmukaiseksi, todelliseksi ja todeksi. Dokumenttielokuvan syvin olemus on todellisuuden suora ja jotenkin objektiivinen tieteellinen taltiointi. (Aaltonen 2011, 28.) Dokumentin kautta yritämme ymmärtää muita ihmisiä. Dokumenttielokuvan tekijän katse on kuin eräänlainen antropologin utelias katse, jolla pyritään päästä näkemään ja ymmärtämään omaa tai toista kulttuuria sisältäpäin. (Aaltonen 2011, 233.) Ohjaajan tärkein tehtävä on kohdata ihmisiä ja tunkeutua heidän elämäänsä. Kritiikitön samaistuminen päähenkilöön ei toimi. (Aaltonen 2011, 231.)

Dokumenttielokuvan tekijä on riippuvainen ympäröivästä todellisuudesta. Malawissa kuvatessa pohdin useasti, että saako parin tunnin tapaamisen aikana tehtyä dokumentin. Vaikka lukutaidodokumentti on lyhyt, sillä pyritään näyttämään, minkälaisessa todellisuudessa lukutaidottomat ihmiset elävät ja kuinka suuri voimaantuminen lukutaidon oppimisesta seuraa. Koen, että voin dokumentissani tuoda esiin niitä asioita, jotka ovat myös avartaneet oman katseeni. Haastavaa on kuitenkin löytää Facebookin käyttäjälle näkökulmaa, joka voisi hänet yllättää. Yhden ihmisen vahvalla tarinalla voimme raottaa todellisuutta, joka on kaukana omastamme. Lukutaito on meille niin itsestäänselvyys, että hämmästyimme, kun näemme aikuisen ihmisen kirjoittavan omaa nimeään kuin esikouluikäinen lapsi.

4.3 Minidokumentin rakenne

Dokumentissa on kyse ennen kaikkea tarinan kertomisesta. Dokumentaristi John Websterin mukaan dokumenttielokuvallakin pitää olla selkeä rakenne: alku, keskikohta ja loppu. Yleensä tarinat ovat tehokkain tapa tavoittaa katsojat. (Aaltonen 2002, 152.) Alan

Rosenthalin mukaan tarinaan perustuvat dokumenttielokuvat voivat kohdata aiheitaan eri lähestymistavoin: kronologia, kriisirakenne ja etsimismotiivi. Kronologiassa dokumenttielokuva näyttää ja todistaa ajassa tapahtuvan muutoksen. Kriisirakenteessa tapahtumat etenevät konfliktin esittelystä kliimaksiin. Etsimismotiivissa dokumentti jäljittää ongelman tai mysteerion ratkaisua. (Aaltonen 2002, 152–153.)

Rakenne on työkalu dokumentin tarinan esittämiseen. Rakenteessa mietitään aiheelle, tarinalle tai väitteelle paras esittämismuoto. Yleensä yksinkertainen rakenne toimii parhaiten. (Aaltonen 2011, 103.) Erityisesti vieras ja outo aihe kannattaa esittää yksinkertaisella rakenteella. Tuttu aihe ja maailma voidaan tarjota mutkikkaammin. (Aaltonen 2011, 103–104.)

Lukutaitodokumentissa käytän draamallista rakennetta, joka perustuu Aristoteleen Runousopissa esittämiin ajatuksiin. Anders Vacklin, Janne Rosenvall ja Are Nikkinen ovat kiteyttäneet draamallisen rakenteen tarinankerronnan seuraavanlaiseksi kaavaksi:

Olipa kerran (päähenkilö),
Joka halusi (tahdonsuunta),
mutta (este),
Niinpä (uusi tahdonsuunta).
Lopulta (kliimaksi).

(Aaltonen 2011, 105–106.)

Lukutaitodokumentissa tapahtumat etenevät kronologisesti ja kolmen näytöksen mallin mukaan, joka on tavallinen rakenne suomalaisissa elokuvissa.

Aikaa ei kuitenkaan tarvitse käsitellä kronologisesti. Tärkeää on, että katsoja hahmottaa ajankohdan. Kolmen näytöksen mallissa aluksi viritellään näytös, toisessa näytöstä kehitellään ja kolmannessa näytöksessä tulee ratkaisu. Jokaisen näytöksen lopussa on käännekohta. (Aaltonen 2011, 107–108.)

Eni Amadun tarinassa kerrotaan, miten ennen luku- ja kirjoitustaidon oppimista hän kuitasi nimensä allekirjoituksen sijasta sormenjäljellä. Tämän jälkeen selviää, minkälaista

elämä oli lukutaidottomana ja kuinka päähenkilö häpesi itseään. Kaikki kolme dokumenttiversiota päättyvät siihen, kuinka päähenkilö kokee olevansa täysivaltainen ihminen luku- ja kirjoitustaitoisena.

Dokumenttielokuvassa tarina etenee kohtausten mukaan. Kohtaukset ovat tapahtumia, joiden kautta tarina kerrotaan. Jokainen kohtaus sisältää merkittävän muutoksen. Kohtaukset voidaan hahmottaa kahdella tavalla. Kohtauksia voivat olla ne draamalliset hetket, joissa on tapahtumia. Toisaalta kohtauksia voivat olla samaa paikkaa ja aikaa sitovat hetket. Esimerkiksi haastattelut. (Nikkinen & Vacklin 2012, 137.)

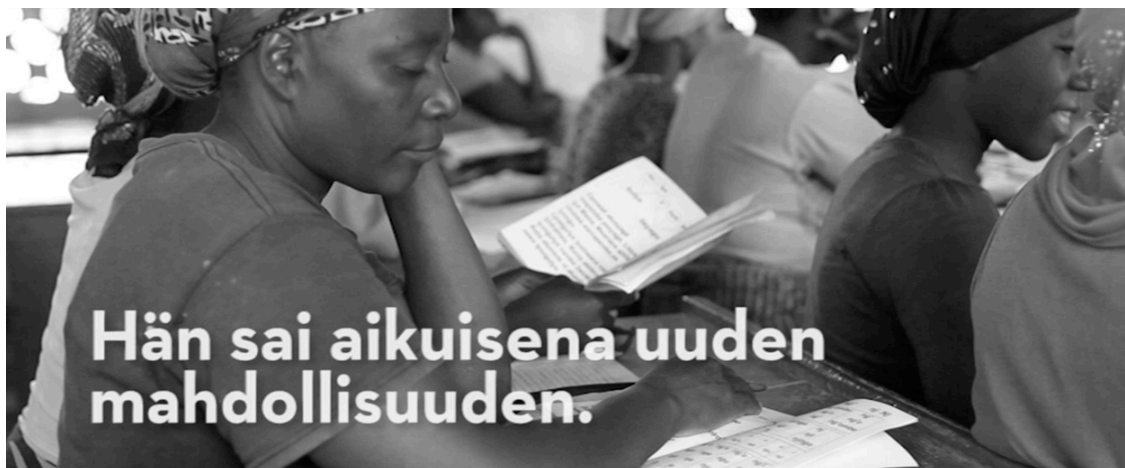
Lukutaitodokumenttien rakenne muotoutui vasta editointivaiheessa. Lyhyttä dokumenttiversiota varten oli kuvattu muutamia tunteja materiaalia, mutta vasta editointivaiheessa karsimme materiaalia rankalla kädellä ja teimme valinnat siitä, mitä Facebookissa julkaistaviin dokumentteihin jätetään, jotta tarinat pysyvät ytimekkäinä, kiinnostavina ja puhuttelevina.

Aaltonen (2011) toteaaakin osuvasti, että käsikirjoituksesta on uskallettava poiketa kuvaus- ja editointivaiheessa. Joskus käsikirjoitus on jopa hylättävä kokonaan, sillä dokumentin muoto on jatkuvassa mietinnässä. (Aaltonen 2011, 102.)

4.4 Lukutaitodokumentin kolmen version toteuttaminen

Tutkimusta varten on toteutettu kolme erilaista versiota samasta videomateriaalista. Dokumentin käsikirjoituksessa, kuvauksessa ja editoinnissa on huomioitu opinnäytetyötutkimusta varten tehtyjä taustahaastatteluja ja teoriaosuuden kirjallisuutta.

Sama tarina on editoitu kolmella eri tavalla. Videoissa on kokeiltu erilaisia formaatteja ja tarinankerronnan tapoja. Kaikissa videoversioissa kerrotaan Eni Amadun tarina. Videot on editoitu alkamaan mahdollisimman vahvasti, jotta ne kiinnittäisivät katsojan huomion ja kiinnostuksen. Videot on tekstitetty, jotta ne palvelevat erityisesti mobiilikäyttäjiä. Videot on tehty kestoiltaan eri mittaisiksi, jotta tutkimukseen saadaan tuloksia siitä, minkä mittainen video sopii parhaiten Facebookin käyttäjien katselutottumuksiin. Lyhin versio kestää 1'05", seuraava 1'48" ja pisin 2'51".



Kuva 1. Näyttökuva mustavalkoisesta minidokumentista

Ensimmäinen dokumenttiversio (ks. kuva 1.) on mustavalkoinen Facebookin yläkuvan mallinen video, jossa pääpaino on kuvakerronnalla. Videon kesto on 1'05". Videon tarina kerrotaan tekstillä, kuvituskuvalla ja äänimaisemana on pelkkä instrumentaalimusiikki.

Dokumentti alkaa hetkestä, jolloin päähenkilö Eni Amadu painaa peukalonsa paperiin, joka merkitsee lukutaidottoman allekirjoitusta Malawissa. Lukutaidottomat jättävät sormenjälkensä virallisiin papereihin, mikäli eivät osaa kirjoittaa nimeään. Videon teksteissä kerrotaan, että lukutaidotonta henkilöä pidetään tyhmänä ja hän on huijattavissa. Tekstissä ilmenee, että sormenjäljen jättäminen tuntuu lukutaidottomasta ihmisestä nöyryyttävältä. Tarinassa kerrotaan, että Eni Amadu on ollut koko elämänsä ajan lukutaidoton. Hän ei päässyt lapsena kouluun. Kun kylässä aikoi lukutaitoryhmä, Eni ilmoittautui heti mukaan. Hän sai aikuisena uuden mahdollisuuden. Loppukuvassa Eni kirjoittaa omaa nimeään haparoivalla käsialalla.



Kuva 2. Näyttökuva nelilönmallisestä minidokumentista

Toinen video (ks. kuva 2.) on neliön muotoinen minidokumentti. Se on kestoltaan 1'48". Neliön muoto on ollut viime vuosina suosittu formaatti Facebookissa, esimerkiksi Yle Kioskin videoissa. Tässä dokumentissa Eni Amadun kertoo itse omista kokemuksistaan. Video on tekstitetty ja taustalla käytetään musiikkia.

Neliön muotoinen minidokumentti alkaa siitä, kun päähenkilö Eni Amadu painaa peukalonsa paperiin. Tekstiplanssissa kerrotaan, että sen jättäminen on nöyryyttävää. "Olet tyhmä, olet huijattavissa." Video jatkuu Enin äänellä, kun hän kertoo, miten hän kerran eksyi ottaessaan väärän bussin. Lukutaidottomana hän ei osannut lukea kylttejä ja vietti kuukauden väärällä paikkakunnalla rahattomana. Videossa kerrotaan tekstiplanssilla, että Eni on lukutaidoton, koska hän ei päässyt lapsena kouluun. Eni kertoo, kuinka hän häpesi lukutaidottomuuttaan jo lapsena. Nyt lukutaitoisena hän toteaa, ettei ole enää se ihminen, joka oli ennen. Tämän jälkeen Eni kirjoittaa oman nimensä paperiin hitaasti haparoivalla käsialalla. Hän tuntee itsensä nyt täysivaltaiseksi ihmiseksi. Hän kokee, että oli ennen pimeässä – kuin sokea ihminen. Nyt hän näkee. Video päättyy siihen, kun Eni näyttää hymyillen paperia, johon hän on kirjoittanut nimensä.



Kuva 3. Näyttökuva 16x9-minidokumentista

Kolmas video (ks. kuva 3.) on perinteisempi 16x9-formaattiin tehty minidokumentti. 16x9-formaatti on yleinen muoto televisiossa ja esimerkiksi Youtubessa. Videon kesto 2'51'' on selvästi pidempi kuin kahdessa aiemmassa versiossa. Videossa haastatellaan Eni Amadun lisäksi kyläpäällikköä, lukutaito-ohjelman ohjelmajohtajaa ja lukutaitoluokan opettajaa. Dokumentti taustoittaa pipliaseurojen tekemää lukutaitotyötä, vaikka punaisena lankana on Eni Amadun tarina.

Video alkaa suoraan Eni Amadun kasvoista, kun hän kertoo eksymisestään. Miten hän otti eräänä päivänä väärän bussin ja joutui väärään kylään, koska ei osannut lukea kylttejä. Tekstiplanssissa kerrotaan tarinan jälkeen, että Eni on ollut koko elämänsä ajan lukutaidoton. Kyläpäällikkö kertoo, että suurin osa kyläläisistä on lukutaidottomia. Hän sanoo, että lukutaitoluokkien myötä kyläläisten silmät ovat avautuneet ja he ovat alkaneet oppia. Eni jatkaa tarinaansa, kuinka hän ei päässyt lapsena kouluun ja kuinka hän häpesi ikätovereittensa joukossa. Kuvituskuvana on sormenjäljen jättäminen, joka merkitsee lukutaidottoman allekirjoitusta. Hän kertoo, ettei ole enää tänä päivänä se ihminen, joka oli ennen. Tekstiplanssi kertoo, että malawilaisista naisista 55% on lukutaidottomia. Malawin Pipliaseuran ohjelmajohtaja kertoo, miten oppilaiden edistyminen on ollut huimaa. 2,5 kuukaudessa naiset oppivat kirjoittamaan nimensä, osa heistä osaa lukea tarinoita ja osa jopa kirjoittaa tarinoita. Hän kertoo, että lukutaito kulkee naisten mukana, sitä ei voi heiltä ottaa pois. Opettaja kertoo, miten aikuisilla oppilailla on arjessa kiirettä.

Heille ei voi opettaa useita asioita kerrallaan. Viimeisissä kuvissa Eni Amadu kirjoittaa oman nimensä ja hän kertoo olevansa nyt täysivaltainen ihminen. Hän myös kuvailee olleensa lukutaidottomana kuin sokea. Mutta nyt hän näkee. Video päättyy siihen, kun Eni näyttää hymyillen paperia, jossa lukee hänen nimensä.

5 Kolmen minidokumentin käyttäjätutkimus Facebookissa

5.1 Lukutaidodokumenttien Facebook-analytiikka

Kaikki kolme minidokumenttia on julkaistu Suomen Pipliaseuran Facebook-sivuilla huhtikuussa 2018. Mustavalkoinen minidokumenttiversio ja 16x9-formaatin minidokumentti julkaistiin taustoittamaan huhtikuun Raamattusunnuntaita, jolloin Suomen evankelis-luterilainen kirkko keräsi kolehdin Suomen Pipliaseuran Lukutaitoa naisille Afrikassa -ohjelmalle. Neliön mallinen minidokumentti on julkaistu Agricola-kampanjan yhteydessä.

Tutkimuksessa käytetään kahdenlaisia tutkimustuloksia. Olen perehtynyt Suomen Pipliaseuran Facebook -sivuilla julkaistujen videoiden analytiikkaan, joista saan tietoa käyttäjistä, videoiden näyttökerroista ja reaktioista. Tämän lisäksi olen tehnyt verkkokyselytutkimuksen viidelle viestintäalan asiantuntijalle, jotka ovat katsoneet minidokumentit Facebookista. Vastaajien joukossa on isojen mediatalojen ja kirkollisten medioiden toimittajia sekä viestinnän asiantuntijoita. Kaikki vastaajat ovat myös sosiaalisen median asiantuntijoita.

Kyselyn tavoitteena on ollut selvittää, minkälaisia ominaisuuksia minidokumentissa tulisi olla, jotta se tavoittaisi Facebookin käyttäjät. Kyselytutkimuksessa (ks. liite 2.) on laadullisia ja määrällisiä kysymyksiä. Kukin vastaaja on katsonut kolme minidokumenttia arkisessa tilanteessa, jossa hän yleensäkin käyttää somea. Tämän jälkeen hän on vastannut verkkokyselyyn, jossa on jokaisesta videosta erilliset kysymykset ja vielä yksi kysymyspatteristo, jonka tarkoituksena on selvittää vastaajien mielipiteitä Facebook-videoista yleensä. Neljä vastaajaa katsoi videot kannettavasta tietokoneesta, yksi katsoi videot kännykältä.

Kyselytutkimuksessa selvitetään Facebookissa julkaistujen lukutaidodokumenttien sisältöjen kiinnostavuutta, videoiden kestoa ja formaattia. Näiden tutkimusten perusteella on tarkoitus selvittää, minkälaisista elementeistä globaalista auttamistyöstä kertova Facebook-minidokumentti kannattaa rakentaa.

Tavoitteenani on selvittää Facebookin analytiikan avulla, mikä videoista on kerännyt eniten katselukertoja, minkä verran videot ovat tavoittaneet katsojia ja minkä verran julkaisuun on sitouduttu. Videoiden julkaisuajankohta on ollut mielenkiintoinen, sillä Facebook on tiukentanut huomattavasti alkuvuodesta 2018 kolmansien osapuolten orgaanista näkyvyyttä. Tiukennukset ovat vaikuttaneet myös lukutaitovideoiden orgaaniseen näkyvyyteen.

Tässä tutkimuksessa Facebookin näyttökerroilla tarkoitetaan, kuinka monta kertaa ihmisen näytöllä on näkynyt sivun sisältöä tai sivuun liittyvää sisältöä. Näyttökerraksi lasetaan ne kerrat, jolloin mainos näkyy ensimmäistä kertaa näytöllä. Kattavuudella tarkoitetaan sitä, kuinka monen ihmisen näytöllä on näkynyt sivun sisältöä ja sitoutuminen julkaisuun tarkoittaa eri reaktioita eli tykkäyksiä, jakoja ja kommentteja. (Facebook 2018).



Kuva 4. Mustavalkoisen minidokumentin näyttökuva Facebookista

Mustavalkoinen minidokumentti (ks. kuva 4.) julkaistiin 18.4.2018. Se toteutettiin kerto-
maan Raamattusunnuntaista, jonka kolehti kerättiin Suomen ev.lut. kirkossa Lukutaitoa

naisille Afrikassa -ohjelmaan. Video on saanut 419 näyttökertaa ja se on tavoittanut 1331 henkilöä, joista yksittäisiä katsojia on 372. Video on kerännyt 47 reaktiota. Näistä tykkäyksiä on 39, kaksi ihastumista, kaksi surunaamaa, yhden kommentin ja kolme jakoa. Video on tavoittanut parhaiten 55–64 -vuotiaat naiset.


Suomen Pipliaseura
 11. huhtikuu · 🌐

– Olen aina hävennyt lukutaidottomuuttani, sanoo 39-vuotias malawilainen Eni Amadu. Nöyryyttävintä on käydä pankissa, koska siellä joutuu allekirjoittamaan paperit sormenjäljellä. Kun viime kesänä Enin kylässä alkoi Pipliaseuran lukutaitoryhmä, hän ilmoittautui heti mukaan. – En ole enää se sama ihminen, joka olin ennen, hän toteaa nyt. Katso Enin tarina. Lisää materiaalia: www.agricola.fi



**Otin kerran väärän bussin
enkä päässyt perille**

WWW.AGRICOLANPAIVA.FI
Agricola-kampanja

Lue lisää

Kuva 5. Neliönmallisen minidokumentin näyttökuva Facebookista

Neliön muotoinen (ks. kuva 5.) lukutaitodokumentti on julkaistu 11.4.2018. Video on ollut osa Pipliaseuran Agricola-kampanjaa, jossa kampanjoitiin afrikkalaisten naisten lukutaidon puolesta. Videolla on 509 näyttökertaa ja se on tavoittanut 1658 henkilöä, joista yksittäisiä käyttäjiä on 561. Video on kerännyt 63 reaktiota, joista 55 tykkäystä, yksi ihastuminen, yksi surunaama ja kuusi jakoa. Videon paras kohderyhmä ovat 18–24 -vuotiaat naiset.


Suomen Pipliaseura
...

Julkaisija: Katri Saarela (?) · 21. huhtikuu ·

– Olen aina hävennyt lukutaidottomuuttani, sanoo 39-vuotias malawilainen Eni Amadu. Nöyryyttävintä on käydä pankissa, koska siellä joutuu allekirjoittamaan paperit sormenjäljellä. Kun viime kesänä Enin kylässä alkoi Pipliaseuran lukutaitoryhmä, hän ilmoittautui heti mukaan. – En ole enää se sama ihminen, joka olin ennen, hän toteaa nyt. Katso Enin tarina.

Pipliaseuran raamattusunnuntaita vietetään 22.4. Kolehti kerätää Lukutaitoa naisille Afrikassa -ohjelmaan.

<https://www.piplia.fi/seurakunnille/raamattusunnuntai/>



1 424
 Tavoitetut henkilöt

130
 Sitoutumiset

Mainosta julkaisua



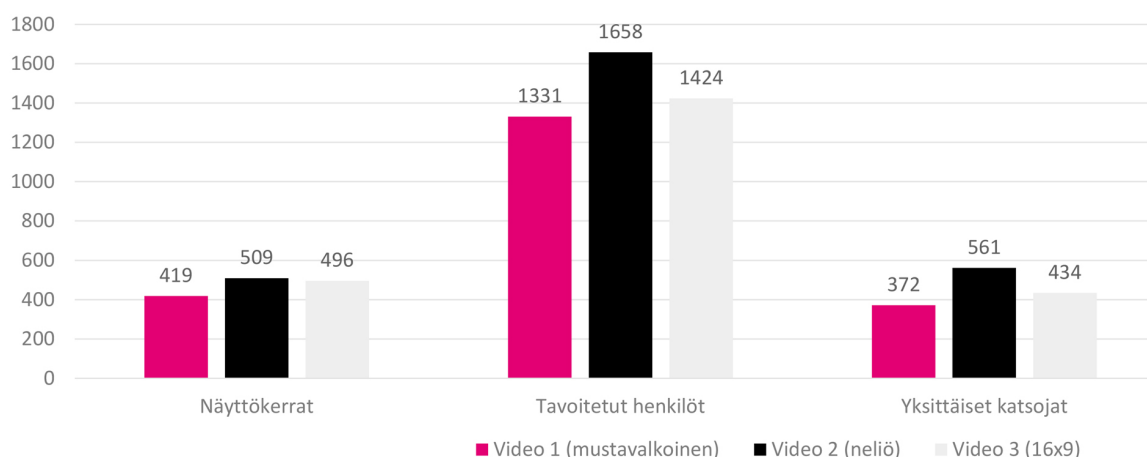
 39

1 kommentti 2 jakoa 496 näyttökertaa

Kuva 6. 16x9-minidokumentin näyttökuva Facebookista

16x9-formaatin (ks. kuva 6.) dokumenttiversio on julkaistu Facebookissa 21.4.2018. Video on kerännyt 496 näyttökertaa ja se on tavoittanut 1424 henkilöä, joista yksittäisiä katsojia on 434. Videoon on reagoitu 49 kertaa, joista 42 tykkäystä, kaksi ihastumista, yhden kommentin ja neljä jakoa. Videon paras kohderyhmä ovat 55–64 -vuotiaat naiset.

Lukutaitodokumentin Facebook-tilastot



Kaavio 1. Facebook-dokumentin analytiikka

Kolmesta minidokumenttiversiosta eniten näyttökertoja (ks. kaavio 1.), 509 kappaletta, on kerännyt neliönmuotoinen minidokumentti. Se on saanut myös eniten katsojia. Video on tavoittanut 1658 henkilöä, joista yksittäisiä katsojia on 561 kappaletta. Toiseksi eniten näyttökertoja on saanut 16x9-dokumentti, jota on katsottu 496 kertaa. Tämä versio on saanut myös toiseksi eniten katsojia. Se on tavoittanut 1424 henkilöä, joista yksittäisiä katsojia on 434. Mustavalkoinen dokumentti on saanut 419 näyttökertaa. Video on tavoittanut 1331 henkilöä ja 372 yksittäistä katsojaa.

Facebookin analytiikan mukaan Neliön malliseen videoon on sitouduttu eniten. Video on kerännyt 63 reaktiota. Toiseksi eniten on sitouduttu 16x9-dokumenttiversioon 49 reaktiolla. Tässäkin hännänhuippuna on mustavalkoinen video 47 reaktiolla.

Mustavalkoisen videon ja 16x9-minidokumenttiversioiden suosituin kohderyhmä ovat 55–64 -vuotiaat naiset. Neliön muotoisen minidokumentin paras kohderyhmä poikkeaa aiemmista videoista: 18–24 -vuotiaat naiset.

5.2 Käyttäjätutkimus viestintäalan asiantuntijoille

5.2.1 Mustavalkoinen minidokumentti

Mustavalkoinen minidokumentti sopii viestinnän asiantuntijoiden mielestä hyvin Facebookiin. Myös videon lyhyttä kestoja 1'05" pidettiin sopivana ja yli puolet vastaajista piti mustavalkoista värimaailmaa toimivana. Myös videon suorakaiteen muoto sai kiitosta. Videon tarina on rakennettu kuvien ja tekstin varaan, eikä siinä ole lainkaan puhetta. Facebook-päivityksessä videon yhteydessä kirjoitetun kuvaustekstin houkuttelevuus jatkoi mielipiteitä. Kahden vastaajan mielestä teksti houkutteli katsomaan videon. Yksi oli jokseenkin samaa mieltä ja kaksi jokseenkin eri mieltä.

Mustavalkoisen videon alussa päähenkilö painaa sormenjäljen paperiin. Kolme viestinnän asiantuntijaa oli sitä mieltä, että video alkaa kiinnostavasti. Yksi vastaaja piti videon alkua tunteikkaana. Toinen vastaaja koki, ettei alku jäänyt mieleen. Hän koki videon viimeisen kohtauksen puhuttelevimmaksi.

Erittäin kiinnostavasti. Ensimmäinen kuvateksti saa kiinnostumaan. Toinen sitaatti herättää myötätunnon. (Vastaaja 2.)

Kiinnostavasti. Heti esitetään mielenkiintoinen, yllättävä pointti, joka on minulle uusi. Jos tässä olisi latteus, niin plääh. (Vastaaja 5.)

Aloitusta ei jäänyt mieleen. Vasta Facebook-videoissa ekat sekunnit menee helposti sela-
tessa ja sitten huomio vasta kiinnittyy. Tässä videossa katse kiinnittyy kunnolla
vasta kohdassa, jossa aikuisen naisen käsi tärisee, kun hän kirjoittaa onnellisena
omaa nimeään. Se kosketti. Mutta oli vasta lopussa. (Vastaaja 3.)

Kyselyssä haluttiin selvittää videon kiinnostavinta kohtaa. Kaksi vastaajaa piti videon alkua kiinnostavimpana. Kolmen vastaajan mielestä videon kiinnostavin hetki löytyi videon lopusta, jossa päähenkilö Eni Amadu kirjoittaa oman nimensä paperille.

Se, kun Eni kirjoitti oman nimensä. Suomalaisena on vaikea ymmärtää, että aikuinen opettelee lukemaan ja kirjoittamaan ihan samoista lähtökohdista kuin meillä pieni lapsi. Haparoiva käsiala havainnollistaa asian hyvin. (Vastaaja 4.)

Se, kun Eni kirjoittaa oman nimensä. Kun aikuinen kirjoittaa kuin lapsi, se on lätkärille vain aika pysäyttävää. (Vastaaja 5.)

Tarinankerronta eteni kaikkien mielestä jouhevasti ja etenemistähtiä pidettiin sopivana. Aihe sai kuitenkin tarvitsemansa rauhan. Vastaajat kokivat, että video on Facebookiin oikean mittainen ja tekstitys tukee katsomiskokemusta. Yksi vastaaja jäi kaipaamaan

videoon Eni Amadun omaa ääntä, sillä muutoin päähenkilö saattaa jäädä vain kampanjan maskotiksi.

Video oli juuri sen mittainen, että jaksan sen FB:ssä katsoa. Tarina ei katkennut tai lähtenyt sivupoluille. Videon joutuu usein katsomaan ilman ääntä, joten tässä tekstitys oli apuna. (vastaaja 2.)

Tarina on selkeä. Kerrotaan, kuinka suurta häpeää lukutaidottomuus on aiheuttanut, syyt miksei Eni ei osaa lukea ja miksi hän oppi. (vastaaja 4.)

Viestinnän asiantuntijat olivat yksimielisiä siitä, että videon imu kantoi loppuun asti. Missään vaiheessa ei tullut kohtaa, jolloin katsoja olisi halunnut sulkea videon. Yksi vastaaja totesi, että mielenkiinto laimeni hieman, kun tarina siirtyy yksilöstä ryhmään. Vastaaja olisi leikannut pois kohdat: "Hän sai aikuisena uuden mahdollisuuden" ja ryhmäkuvan "Kun kylässä alkoi lukutaitoryhmä".

5.2.2 Neliömuotoinen minidokumentti

Neliömuotoinen minidokumentti sopii lähes kaikkien vastaajien mielestä hyvin Facebookiin. Videon kesto 1'48" jakaa mielipiteitä. Kolme vastaajaa piti sitä liian pitkänä, kaksi sopivan mittaisena. Video tehtiin neliön muotoon, joka on yleinen muoto Facebookissa. Yleisesti neliön muotoa pidettiin sopivana Facebookiin. Yksi vastaajista oli jokseenkin eri mieltä asiasta, toinen ei osannut sanoa sopiiko se hyvin Facebookiin. Videon kuvausteksti koetaan pääasiassa houkuttelevana. Kaksi vastaajaa oli asiasta jokseenkin eri mieltä.

Videon alku on Facebook-videossa erityisen tärkeä, sillä katsoja päättää muutamassa sekunnissa, aikooko hän katsoa videon. Neliön mallisessa videossa päähenkilö painaa peukalonsa paperiin, joka on lukutaidottoman leima. Lukutaidottomia pidetään tyhminä ja he ovat helposti huijattavissa. Siksi lukutaitoinen kokee sormenjäljen jättämisen nöyryyttävänä. Kolme vastaajaa piti neliön muotoisen videon alkua melko kiinnostavana. Kahden vastaajan mielestä alku oli kiinnostava. Yksi vastaajista koki, että kun videon alkuun laitetaan konkreettinen yksityiskohta, se jää mieleen ja väräyttää länsimaista ihmistä, jolle lukutaito on itsestäänselvyys.

Suht. kiinnostavasti, mutta viittaus tyhmyyteen on vasta kolmantena, eli myöhemmin kuin edellisessä siksi syö hiukan imua. (Vastaaja 1.)

Se alkaa kiinnostavasti. Tarina eksymisestä on koskettava, todella. (Vastaaja 3.)

Semikiinnostavasti. Ei hörppää imuunsa, mutta ei aloitus huonokaan ole. Ehkä siihen kaipaisi selvemmin mukaan tunnetta. Sormenjäljen painaminen paperiin on kuvallisesti hyvä, mutta sen aiheuttama häpeä ja nöyryytys ei ihan ensi sekunnilla selviä. (Vastaaja 4.)

Videon kiinnostavin kohta on suurimman osan mielestä päähenkilön eksymistarina. Videolla päähenkilö kertoo itse, miten hän otti väärän bussin ja eksyi, koska ei osannut lukea kylttejä. Tätä jopa toivottiin videon alkuun. Videon loppupuolella Eni Amadu vertaa lukutaidottomuutta sokeana elämiseen. Yksi vastaajista koki tämän kohtauksen videon kiinnostavimpana kohtana.

Ehkä parhaiten jäi mieleen vertaus sokeuteen, "nyt näen". Taas yllättävä ja hyvä pointti, niin se varmaan mut enpä ole tullut ajatelleeksi - tämä video opettaa minulle kiinnostavia seikkoja, joten pidän siitä ja haluan katsoa sen. (Vastaaja 5.)

Se, kun Eni kertoi olleensa kuukauden väärässä paikassa lukutaidottomuuden takia. Olisiko sillä voinut aloittaa videon? (Vastaaja 3.)

Tarinankerronta etenee videossa vastaajien mukaan pääasiassa jouhevasti. Kolmen henkilön mielestä tarina etenee sujuvasti, kaksi vastaajaa oli jokseenkin samaa mieltä. Vastausten perusteluissa nousi esiin erilaisia näkökulmia. Yksi vastaaja koki, että video etenee hajanaisemmin kuin mustavalkoinen versio, eikä kaari ole niin tiivis kuin ensimmäisessä videossa.

Oli hyvä kuulla hänen oma äänensä ja nähdä taustalla lastaan enemmän, hiukan alkoi jo kyllästyttää viimeiset 15 sekuntia. Tarjosi lukemisen oppimisen ilon päähenkilön puolesta. (Vastaaja 1.)

Tässä oli enemmän yksityiskohtia kuin ekassa videossa. Eni myös oli ehkä liikaa äänessä loppua kohti. (Vastaaja 3.)

Kyllä. Missään vaiheessa ei töksähdä tai joudu liikaa ajattelemaan/päättelemään itse, voi vain katsoa. Aluksi keissi joka pistää miettimään että wtf, sitten lähtö oppiin ja sen tarina, sitten annetaan näyte että tässä mä ny kirjoitan. Jos mikään ei häiritse, niin kaikin puolen jouhevasti se silloin etenee! (Vastaaja 5.)

Kolme vastaajaa kertoo, että videossa oli hetkiä, jolloin hän olisi halunnut sulkea sen. Nämä kohdat olivat lopussa ja keskivaiheilla, jossa Enin kerrotaan olleen koko elämänsä ajan lukutaidoton. Asia oli jo käynyt videossa selväksi. Kyselyssä selvitettiin myös, kantaako video loppuun asti ja mitä olisit jättänyt videosta pois. Kolme vastaajaa oli sitä mieltä, ettei video kannata loppuun asti.

Lopun "osaan kirjoittaa nimeni" -osaa voisi lyhentää. (Vastaaja 2.)

Ei kanna. Olisin jättänyt vähemmälle Enin kommentit siitä, kuinka hän oli ennen sokea ja kuinka ei ole enää sama ihminen kuin ennen. Alun konkreettisempi kertomus bussimatkasta väärään paikkaan olisi riittänyt. (Vastaaja 3.)

Kantaa joo, mutta jos pitäisi lyhentää, niin ottaisin sen keissiin, siis sen tarinan, alusta pois. Se ei ole pakollinen ja homma toimisi hyvin ilmainkin. Kaikkein herkullisimpiin kohtiin päästäisiin silloin suuremmin. (Vastaaja 5.)

5.2.3 16x9-minidokumentti

Kolmas minidokumentti on toteutettu perinteiseen videoformaattiin eli 16x9-muotoon. Videossa on haastateltu päähenkilön lisäksi kyläpäällikköä, lukutaitoryhmän opettajaa ja lukutaito-ohjelman johtajaa. Dokumentti poikkeaa rakenteeltaan kahdesta edellisestä videoista, joissa keskitytään Eni Amadun tarinaan. Tutkimustulosten mukaan 16x9-muoto koettiin sopivana Facebook-videoformaattina. Kaksi vastaajaa oli jokseenkin samaa mieltä. Videon kesto 2'51" koettiin yksimielisesti liian pitkäksi. Kaksi vastaajaa piti Facebookin kuvaustekstiä houkuttelevana, kaksi oli jokseenkin samaa mieltä ja yksi vastaaja oli jokseenkin eri mieltä asiasta.

Video alkaa päähenkilön kasvoilla, kun hän kertoo eksymistarinaan. Kahden vastaajan mielestä alku oli kiinnostava. Yhden mielestä ihan ok. Kaksi vastaajaa piti kahden edellisen videoversion alkuja parempina.

Ekan videon alku oli paras, mutta tällä pituudella ja käsittelytavalla ymmärrän vallinnan. (Vastaaja 1.)

Hienosti. Tarina eksymisestä on koskettava ja kiinnostava. (Vastaaja 2.)

Ei niin kiinnostavasti kuin kaksi muuta. Niissä oli mielenkiintoinen pointti, jonka sain heti käsiini, tässä aletaan kertoa tarinaa. (Vastaaja 5.)

Videossa oli useita helmihetkiä, sillä lähes kaikki vastaajat nostivat eri kohtauksia videon kiinnostavimmaksi kohdaksi. Kaksi vastaajaa valitsi videon alun kiinnostavimmaksi kohtaukseksi. Toinen heistä totesi, että alku herättää myötätunnon. Hän myös koki liikuttavana ja ihanana hetkenä sen, kun koko luokka heittäytyy kannustustanssiin ja aplodeihin, kun opiskelukaveri vastaa oikein.

Alku se konkretisoi lukutaidottomuuden seuraukset. (Vastaaja 1.)

Kyläpäällikön haastattelu sai miettimään, että hienoa kun lukutaito-opetus saa tukea. (Vastaaja 3.)

Se, kun kerrottiin naisten edistymisestä lukuopinnoissaan. Jäin miettimään, kuinka iso asia jo oman nimen kirjoittaminen heille on. Jäi myös kiinnostamaan, mihin vaiheeseen Eni pääsi. Oppiko hän vain kirjoittamaan nimensä vai pääsikö pidemmälle? (Vastaaja 4.)

Ehkä luokkahuone. Naiset siellä, liitutaulun ääressä, pistää taas kerran länkkärin funtsimaan. Tosin tämän kohdan valinta liittyy myös siihen, että esim. olen nähnyt Enin kirjoittamassa oman nimensä jo parissa edellisessä filkassa - jos olisin nähnyt vain tämän filkan, olisin voinut valita senkin. (Vastaaja 5.)

Minidokumentin tarinankulku etenee kahden vastaajan mielestä jouhevasti. Kaksi vastaajaa oli jokseenkin samaa mieltä asiasta. Yksi vastaaja oli asiasta jokseenkin eri mieltä. Perusteluissa kiiteltiin minidokumentin monipuolisuutta ja -äänisyyttä. Eräs vastaaja totesi, että palaset loksahdelevat hyvin kohdalleen ja videota on kiva seurata. Vastauksissa kuitenkin korostui, ettei Facebook ole paras julkaisupaikka näin pitkälle videolle, joka vaatii keskittymistä. Muutama vastaaja myös koki, että videossa on liian monta haastateltavaa.

Monipuolisesti henkilöitä eri näkökulmin, eri kuvakulmia ja kokoja sopivassa suhteessa. (Vastaaja 1.)

FB-videoksi tässä oli paljon pituutta ja haastateltavia. Video on upea dokumentti, jos sen katsomiseen on aikaa. Kiireessä ja ruuhkassa katsojia saattaa pituuden ja haastavuuden takia pudota. Korostan sitä, että laatu on aivan priimaa, mutta tämä väline vaatii tiivistämistä. (Vastaaja 2.)

Tämä on jo selkeästi pitkä video. Vähän liian pitkä someen. Vaatisi erilaista keskittymistä. (Vastaaja 3.)

Tässäkin videossa oli hetkiä, jolloin osa katsojista olisi halunnut sulkea videon. Yksi vastaaja olisi sammuttanut videon kahden minuutin kohdalla. Hän perusteli sillä, että lopun arvasi. Toinen vastaaja olisi sammuttanut dokumentin neljäkymmen sekunnin kohdalla. Video ei useimpien vastaajien mukaan kanna loppuun asti. Kyselyssä selvitettiin myös, mitä vastaaja olisi jättänyt videosta pois. Muutamat vastaajat kokivat Enin tarinan niin vahvana, että siinä olisi ollut hyvä pysyä.

Video kantaa loppuun asti. Opettajan kuvaus siitä, että lukutaito on taito, joka jää naiselle itselleen, oli minusta vähän puutteellinen. Odotin, että kuulisin, miten lukutaito parantaa perheen sosiaalista asemaa, terveyttä ja toimeentuloa. Olisin ottanut mukaan vähemmän tämän miehen puhetta. Muutenkin on tärkeää, että naiset saavat itse puhua puolestaan. (Vastaaja 2.)

Ei kanna. Olisin pysynyt Enin tarinassa. (Vastaaja 3.)

Jokseenkin kantaa, mutta paljon huonommin kuin kaksi muuta. Kokonaisuus ja fiilis jonka tää jättää ei ole niin tehokas. Ukkelit tulee puhumaan lukutaidottomuudesta yleisellä tasolla - se etäännyttää minua emotionaalisesti aiheesta. Yksilötaso tehoaa tässä yhteydessä niin hyvin... Myöskin se asetelma, että äijät kertoo naisten lukutaidottomuudesta saa jotenkin vähän tälläsen femakon ällööntymään, siis ihan vähän vaan. Tää versio on kauttaaltaan jotenkin aika "normaalia", prototyypistä dokkarikerrontaa, jota on jotenkin mieli täynnä, jonkinlaista peruskamaa. Kahdessa muussa oli tehoa ja tunnelmaa, joka toimi paljon uniikimmin. Sen teki varmaan tekstikerronta (ei "asiantuntijoita") lyhyys, tunnelmointi, yksilötaso. (Vastaaja 5.)

5.2.4 Käyttäjätutkimuksen mukaan toimiva dokumentti Facebookissa

Kyselyssä selvisi, että Eni Amadun tarina koettiin vahvaksi ja koskettavaksi minidokumentin aiheeksi. Lukutaito-teema oli kahden vastaajan mielestä kiinnostava, kolme vastaajaa koki teeman neutraalina. Eni Amadu oli vastaajien mukaan melko kiinnostava päähenkilö, mutta Enin tarinaa ei koettu erityisen yllättäväksi. Videon aihetta ei kuitenkaan pidetty täysin tyypillisenä ja videon teeman näkökulma toimi vastaajien mukaan hyvin. Vastaaja, joka koki tarinan kiinnostavana, sanoi, ettei se kuitenkaan ollut jättipotti, koska naisten lukutaidottomuus Afrikassa ei ole yllätys. Eikä sekään ole yllätys, että heille järjestetään lukutaito-opetusta. Tässä muiden vastaajien näkemyksiä:

Konkretisoi lukutaidon merkityksen. Esimerkki kuukauden hukkareissusta hyvä, kilpailee huomiosta ja rahoista kuitenkin näennäisesti suuremman kärsimyksen näyttävien avustusvideoiden kanssa. (Vastaaja 1.)

Lukutaito on minulle henkilökohtaisesti tärkeä aihe. Oli koskettavaa kuulla, millaiseen ahdinkoon Eni oli joutunut lukutaidottomuuden takia, ja nähdä omin silmin, kuinka naisten lukutaitoa kehitetään kursseilla. Olisi ollut kiinnostavaa kuulla, mitä konkreettisia parannuksia lukutaito tuo perheen elämään. (Vastaaja 2.)

Yllättäviä pointteja, tärkeitä pointteja tajuta. Ei pulliainen täällä tule ajatelleeksi lukutaidottomuuden merkitystä. Tämä on samalla aikuisten opetusvideo, ja siksi tehokas. (Vastaaja 5.)

Kyselyssä selvitettiin myös, miten onnistunut videoiden näkökulman valinta oli. Vastaajat korostivat, että dokumentti on kiinnostavin silloin, kun se kerrotaan henkilökohtaisen tarinan kautta. Eni Amadun tarina koettiin myös aidoksi, joskin päähenkilö jäi hieman etäiseksi.

On hyvä, kun olet ottanut videoon päähenkilöksi yhden lukutaidottoman naisen. Olisiko hänen tarinaansa saanut lisää koskettavuutta? Saanut hänet näyttämään enemmän tunteitaan? Hän jäi jotenkin etäiseksi. (Vastaaja 3.)

Kuten videokohtaisissa arvioinneissa kerroin, yksilötason näkökulma oli erittäin tehokas. Eni on hyvä näkökulma. (Vastaaja 5.)

Facebook koetaan pääasiassa toimivana paikkana globaalista auttamistyöstä kertoville minidokumenteille. Tärkeänä pidetään videon keston lyhyttä, aiheen koskettavuutta, tunteisiin vetoavuutta ja ytimekkyyttä. Eräs vastaaja totesi, että mieluiten kannattaa julkaista tosi lyhyitä pätkiä pitkien videoiden sijasta. Yksi vastaaja kertoi ohittavansa lähes aina rahanpyyntövideot. Hän hakee Facebookista hyvää mieltä, eikä tietoa ongelmista.

Riippuu siitä, millainen tarina on. Jos tarina on tarpeeksi koskettava ja vahva ja toteutus myös, Facebook on loistava julkaisupaikka. Usein Facebookissa tuntuvat menestyvän videot, joilla on saatu apua heikommille. (Vastaaja 4.)

Mielestäni FB sopii hyvin tähän. Lyhyillä videoilla on usein paljon näyttöjä ja jakoja, jos ne ovat ytimekkäitä ja tunteeseen vetoavia. (Vastaaja 2.)

Ihan hyvä, kun videon voi katsoa natiivina heti siinä. Okei, kyllä tekstejäkin voi natiivina sinne pistää, mutta ei sitä jengi tee eikä tapana ole. Facebookin käyttäjäkunta on myös suht vanhaa, joten potentiaalisia auttajia ja maailmantilasta huolestujia on paljon tavoitettavissa. (Vastaaja 5.)

Kyselyssä haettiin vastauksia myös siihen, että minkälainen Facebookissa julkaistavan dokumentin tulisi olla, jotta vastaaja haluaa katsoa sen. Suurimmassa osassa vastauksista nousi esiin dokumentin lyhyys ja tunteisiin vetoavuus. Vastauksissa nähtiin tärkeänä myös tarinallisuus, toimintaan kehottava, henkilökohtainen ja yllättävyys.

Lyhyt, oivaltava, uusia näkökulmia tuova, laadukas ja positiivisesti erottuva. (Vastaaja 1.)

Tarinassa on oltava mieluusti päähenkilö, jonka kautta tunne ja koskettavuus tulevat hyvin esiin. (Vastaaja 4.)

Hyvin erilaisista aiheista, mutta kyllä niitä yhdistää suht lyhyt kesto (1-5 min), hyvä koukuttava alku, ja isot tekstit, jotka tuovat kiinnostavia pointteja esiin. Ääni, ikävä kyllä, on täysin toissijainen asia. Tai sitten visuaalisesti jotain tosi outoa, esim. taiteellisesti kummallista, joka kiinnittää huomioni. Jokin uusi tapa näyttää asioita. (Vastaaja 5.)

Vastaajat valitsivat lähes yksimielisesti Facebookiin sopivimmaksi videoksi mustavalkoisen minuutin mittaisen minidokumentin. Neliön muotoinen minidokumentti sai yhden äänen. Mustavalkoista videoita pidettiin kestoaltaan sopivimpana. Tarinaa pidettiin tiiviinä ja toimivana.

Tarpeeksi lyhyt kesto, hyvä aloitus ja formaatti sopiva. Kiinnostaa ehkä niitä joilla ei ole aiempaa kontaktia Piipaseuraan? (Vastaaja 1.)

Pidin ensimmäisestä videosta eniten, se oli rauhallisin ja seesteisin, jäi mieleen selkeimmin. Jotenkin tunne välittyi siitä parhaiten ehkä siksi, että Eni ei ollut äännessä (ehkä hän jännitti haastattelussa, se oli minusta vähän tunteeton tykytys). (Vastaaja 4.)

Se (mustavalkoinen) kolahti eniten. Ois voinut kyllä mieluusti olla värillinen, ei se ole tässä olennaista, mutta vähäeleisyydessään ja karuudessaan toimi. Ei kaikkea tarvitse selittää, tunnelma puhuu puolestaan ja sekin on statement. (Vastaaja 5.)

6 Facebookissa toimiva minidokumentti

6.1 Tutkimustulokset

Facebook-analytiikan mukaan katsotuin video oli neliön muotoinen minidokumentti, johon myös sitouduttiin eniten 63 reaktiolla. Toiseksi katsotuin 16x9-minidokumentti, joka keräsi 49 reaktiota. Kolmanneksi suosituin oli mustavalkoinen minidokumentti 47 reaktiolla. Analytiikka ei mennyt yksin viestinnän asiantuntijoille tehdyn käyttäjätutkimuksen kanssa, jonka perusteella neljä viidestä vastaajasta piti mustavalkoista dokumenttia Facebookiin sopivimpana videona. Yksi vastaajista puolsi neliönmallista videota. 16x9-formaatin videota pidettiin liian pitkänä ja perinteisempänä dokumenttina, jonka kerronta toimii paremmin muussa ympäristössä kuin Facebookissa.

Käyttäjätutkimus tukee hyvin myös etukäteishaastatteluista nousseita näkemyksiä Facebook-videoista. Asiantuntijat korostivat lyhyttä videon mittaa ja voimakasta alkua.

Yle Kioskin Antti Hirvonen ja HS-TV:n Esa Juntunen sanoivat, että paras sisältö pitää laittaa heti alkuun. Juntusen mukaan videon alkuun kannattaa laittaa rytinää ja sen jälkeen voidaan hidastaa tahtia. Siksi halusin tuoda kahteen mustavalkoiseen ja neliönmalliseen minidokumenttiversioon toiminnallisen alun, jossa Eni painaa peukalonjälkensä paperiin. 16x9-minidokumentti alkaa siitä, kun Eni kertoo oman eksymistarinsansa. Viestinnän asiantuntijoille toteutetussa kyselyssä molemmat alut herättivät kiinnostusta. Myös loppukuvan haparoivaa kirjoittamista toivottiin alkuun. Sekä peukalon painaminen että nimen kirjoittaminen koettiin yllättäviksi tilanteiksi. Lukutaito on meille niin itsestään selvyyttä, ettemme tule edes ajatelleeksi sitä, että on olemassa aikuisia, jotka eivät osaa kirjoittaa nimeään tai saattavat eksyä, koska eivät osaa lukea kylttejä.

Elokuvaohjaaja Tuukka Temonen korosti sitä, videon alulla on toki tärkeä merkitys, mutta dokumentintekijän pitää luottaa siihen, että aiheet kiinnostava katsojia. Katsojaklikkaukset eivät ole muodosta kiinni vaan siitä, että puhutteleeko sisältö kokonaisuudessaan ja

onko aihe tarpeeksi yleinen. Myös opinnäytetyön kyselytutkimukseen osallistuneet henkilöt peräänkuuluttivat vahvaa aihetta, oivaltavuutta ja uusia näkökulmia. Temonen korosti sitä, ettei dokumentintekijä voi lähteä siitä olettamuksesta, että kaikki ihmiset ovat kiinnostuneita kaikista aiheista. Siksi dokumentille on tärkeää löytää oikea kohderyhmä.

Tutkimuksesta voi päätellä ettei sosiaalisen median käyttäjää kiinnosta perinteiset aiheet, eivätkä perinteiset toteutustavat. Käyttäjä pysähtyy katsomaan videota, mikäli se on yllätyksellinen, voimakas ja rohkea. Siksi Facebookin käyttäjät ovat dokumentin tekijälle haastava yleisö. Facebook on verkkoyhteisö, jossa käyttäjät ensisijaisesti seuraavat oman yhteisönsä kuulumisia. Siellä poiketaan satunnaisesti ja viivytään tilanteesta riippuen lyhyesti tai toisinaan pidempään. Uutissyötettä selataan melko reippaasti, joten dokumentilta vaaditaan paljon, jotta se saa pysäytettyä Facebook-käyttäjän huomion – siitäkin huolimatta, että Facebookin algoritmi suosii videoita ja palvelu on lanseerannut Facebook Watchin.

Temonen korosti, että videot saavat näkyvyyttä mainosrahoilla. Siksi videoita kannattaa markkinoida. Tätä tukee myös Facebookin algoritmi, joka on vähentänyt sisältöjen organista näkyvyyttä. Lähdekirjallisuudessa kerrotaan, miten sosiaalisen median käyttö on muuttanut verkon käyttämistapoja. Emily Bell on huolissaan siitä, että sosiaalinen media on niellyt journalismin. Uutisten julkaisijat ovat menettäneet hallinnan jakelusta. Uutiset suodatetaan algoritmeja ja alustoja käyttäen, jotka ovat arvaamattomia ja läpinäkyviä. Suurimmat sosiaalisen median yritykset valvovat sitä, mitä käyttäjä näkee sosiaalisessa mediassa, ja meillä ei ole aavistustakaan siitä, miten sosiaalisen median yritykset lajittelevat uutiset. Ala on säätelemätön.

Mustavalkoinen video koettiin tarinankerronnaltaan kiinnostavimmaksi viestinnän asiantuntijoille toteutetussa käyttäjätutkimuksessa. Esa Juntunen totesi osuvasti etukäteishaastattelussa, että Facebookiin tehtävää dokumenttia pitäisi ajatella kuin oltaisiin tekevässä 20-luvun elokuvaa. Tarinan pitäisi toimia ilman ääntä. Kaikki käyttäjätutkimukseen osallistuneet henkilöt korostivat mustavalkoisen minidokumentin yllätyksellisyyttä, näkökulmaa ja tarinaa. Ulkoisen tyyliseikat, kuten videon suorakaiteen muoto tai mustavalkoinen värimaailma eivät vaikuttaneet valintaan, vaikka kyselytutkimuksen mukaan 16x9-formaatti miellytti eniten vastanneita. Olisi ollut kiinnostavaa toteuttaa yksi tutkittava minidokumentti pystyvideona, sillä pystyvideosta on tullut Facebookissa yleinen formaatti.

Etukäteishaastatteluissa nousi esiin myös ajatus, ettei Facebook ole optimaalinen alusta dokumenteille. Erityisesti videon keston tulee olla lyhyt. Tuukka Temonen oli Hirvosen ja Juntusen kanssa eri mieltä asiasta, sillä hän korosti, että ihminen valitsee omien kiinnostuksen kohteidensa, mieltymyksensä ja mielipiteidensä mukaan sen, mitä haluaa katsoa Facebookista. Temonen itse katsoo Facebookista dokumentteja ja toteaa, että videon kesto on niiden ihmisten ongelma, jotka eivät usko omaan sisältöönsä. Viestinnän asiantuntijoille tehdyn kyselyn mukaan videon kestolla on suuri merkitys. Minuutin mittainen video koettiin sopivaksi. Tutkimuksen lähdeartikkeleissa ja ennakkohaastatteluissa korostui se, että Facebookissa kannattaa julkaista vain alle minuutin mittaisia videoklippejä. Noin kahden ja kolmen minuutin mittaisia videoita pidettiin kyselytutkimuksen mukaan liian pitkinä. Kuitenkin Facebookin analytiikan mukaan katsojia keräsivät eniten juuri nämä kaksi pidempää videota. Johtuuko tämä videoiden kiinnostavasta alusta, sopivasta julkaisuajankohdasta, kuvaustekstistä vai kohderyhmästä? Analysointi on vaikeaa, koska Facebook ei anna tietoa siitä, kuinka pitkään videoita on katsottu tai missä vaiheessa katsoja on sulkenut videon. Siksi käyttäjätutkimuksessa oli tärkeää kysyä, missä kohdassa vastaajat olivat valmiita sulkemaan videon.

Mustavalkoinen minuutin mittainen video oli katsojien mielestä niin mukaansatempaava, ettei kukaan halunnut sammuttaa sitä kesken. Neliön mallinen video on kestoaltaan hie- man alle kaksi minuuttia, jota yli puolet kyselytutkimuksen vastaajista piti liian pitkänä. Tämän videon useimmat vastaajat olisivat halunneet sammuttaa kesken. Kiinnostavinta on, että kaikki vastaajat halusivat sammuttaa videon eri kohdissa. Kolmas video on kes- toltaan lähes kolme minuuttia ja video sisältää useita eri haastatteluja. Erityisesti tämä video koettiin aivan liian pitkänä Facebookiin. Yksi vastaaja olisi ollut valmis lopettamaan katsomisen kahden minuutin kohdalla. Toinen vastaaja olisi lopettanut videon kolmen- kymmenen sekunnin kohdalla, jossa miespuolinen kyläpäällikkö alkoi puhua. Video ei useimpien katsojien mukaan kantanut täysin loppuun asti. Yhden vastaajan mukaan lo- pun arvasi, toinen olisi pysynyt Eni Amadun tarinassa ja kolmas koki, ettei video ollut niin tehokas kuin aiemmat versiot. Kaksi vastaajaa toivoi, että tässäkin videossa olisi annettu ääni vain naisille.

Rakenteeltaan ja tarinaltaan kaikkien pelkistetyin video koettiin sopivan parhaiten Face- bookiin. Yhden näkökulman taktiikka toimii lyhyessä dokumenttikerronnassa. Eräs käyt- täjätutkimukseen osallistunut viestinnän asiantuntija totesi, että pitkän videon voi leikata useiksi lyhyiksi videoiksi. Erityisesti kolmeminuuttisen dokumentin kohdalla eräs vas-

taaja totesi, että pitkän videon katsominen sosiaalisessa mediassa vaatii erilaista keskittymistä. Tämä tukee myös Facebookin käyttötapaa, jossa keskeistä on seurata oman verkostonsa kuulumisia ja uutisia. Sisältöä tyypillisesti skrollataan nopeasti ja erityisesti mobiilikäyttö lisää sosiaalisen median lyhytjännitteistä käyttöä. Siksi on relevantti kysymys, että onko Facebook oikea julkaisupaikka globaalista auttamistyöstä kertovalle minidokumentille?

Käyttäjätutkimukseen osallistuneiden viestinnän asiantuntijoiden mukaan Facebook koetaan kelvollisena julkaisupaikkana minidokumenteille. Tuukka Temosen mukaan Facebook on hyvä alusta dokumenteille. Esa Juntunen ja Antti Hirvonen ovat ennakkohaastatteluissa eri mieltä asiasta. Juntunen korosti, että somekanaviin kannattaa tehdä teasereita, jotka houkuttelevat kävijöitä verkkosivuille tutustumaan aiheeseen tarkemmin. Hirvonen sanoi, että videoista voi tehdä pidemmät versiot esimerkiksi Youtubeen. Hirvonen nosti esiin Facebook Watchin, joka saattaa viedä Facebookia tulevaisuudessa enemmän netti-tv:n suuntaan. Tällöin dokumenteille voisi olla tulevaisuudessa enemmän sijaa Facebookissa.

Facebookissa julkaistavassa dokumentissa on tärkeintä se, miten video ja tarina rakennetaan. Lähdeaineistosta nousi esiin näkökulma, että tarinat ovat tehokkain tapa tavoittaa katsojia ja usein yksinkertainen rakenne toimii parhaiten. Jokaisella kohtaoksella on oltava merkitys, joka vie tarinaa eteenpäin. Esa Juntunen totesi ennakkohaastattelussa, että mitä enemmän haluaa laatua lyhyeen videoon, sitä kunnianhimoisemmin ennakkosuunnitelma tulee tehdä. Minuutin dokumentissa joka ikinen kuva pitää olla mietitty. Tätä ei ollut lukutaitodokumenttien kohdalla täysin mahdollista toteuttaa, mutta editoidessani videoita pyrin rakentamaan niistä mietityt kokonaisuudet.

Lähdimme tekemään ensisijaisesti henkilödokumenttia, jossa kerromme lukutaitotyöstä yhden henkilön tarinan kautta. Käyttäjätutkimus tuki sitä, että videoiden näkökulman valinta toimi hyvin. Eräänkin vastaajan mukaan aiheesta on kiinnostavinta kuulla henkilökohtaisen tarinan kautta.

Päähenkilön valinnalla on suuri merkitys, koska hänellä on vaikutusta siihen, kiinnostaako dokumentti yleisöä. Kyselytutkimuksen mukaan Eni Amadun tarina koettiin vahvaksi ja koskettavaksi aiheeksi dokumentille. Eni Amadua pidettiin myös melko kiinnostavana päähenkilönä. Eni Amadu valikoitui sanavalmiutensa, rohkeutensa ja vahvan kat-

seensa vuoksi dokumentin päähenkilöksi. Kuvausaikataulumme oli kiireinen, joten luotimme tiimissämme intuitioon lyhyiden kohtaamisten perusteella. Toiveenamme oli viettää enemmän aikaa päähenkilön kanssa, mutta jouduimme tekemään dokumentin vain muutaman tunnin aikana. Tämä näkyi lopputuloksessa. Kyselytutkimuksesta nousikin esiin se, että päähenkilö jäi hieman etäiseksi. Henkilökohtaiseen tarinaan toivottiin lisää koskettavuutta ja tunnetta. Tästä huolimatta video koettiin aidoksi ja yksilön näkökulma tehokkaaksi. Videoihin toivottiin myös lisää tietoa siitä, mitä konkreettisia parannuksia lukutaito tuo perheen elämään ja kuinka pitkälle Eni pääsi opinnoissaan. Minidokumenttia editoidessani tiivistin tuntien materiaalin vain muutama minuuttiin. Jouduin luonnollisesti jättämään pois kiinnostavia tilanteita ja kohtauksia.

Facebookin algoritmi suosii videoita ja erityisesti live-videoita eli ne tavoittavat enemmän yleisöä kuin perinteiset Facebook-päivitykset. Silti algoritmin muutos on mennyt siihen suuntaan, että yritysten ja organisaatioiden orgaanista näkyvyyttä on heikennetty. Minidokumenttien julkaiseminen osui juuri kevääseen 2018, jolloin Facebook-päivitysten orgaanista näkyvyyttä oli vähennetty. On vaikea sanoa, minkä verran enemmän videot olisivat keränneet katsojia ja sitoutumista, mikäli olisin mainostanut niitä Facebookissa.

Kyselytutkimukseen osallistuvia viestinnän asiantuntijoita ohjeistettiin katsomaan videoita aidossa arkisessa tilanteessa, jolloin he yleensäkin viettävät aikaa sosiaalisessa mediassa. Vastaajat kertoivat katsoneensa videoita jääkaapilla, kesken työpäivän, aamupalalla ja kotisohvalla. Kyselyn vastaajat katsoivat kolme videota putkeen eli tutkimustilanteessa he näkivät ensimmäisenä mustavalkoisen videon. Tämän jälkeen he katsoivat neliönmuotoisen videon ja viimeisenä 16x9-videon. Kaksi jälkimmäistä videota eivät enää yllättäneet katsojia aiheen ja tilanteiden puolesta. Tutkimustulosten kannalta olisi voinut olla täsmällisempää tehdä tutkimus kolmelle eri ryhmälle, jotka katsovat vain yhden videon. Näin toinen ja kolmas video eivät olisi olleet niin ennalta-arvattavia.

Kehitysyhteistyödokumenttien tekeminen on haastavaa, mutta tekijän pitää olla kekseliäs näkökulman ja tarinankerronnan kanssa, jotta asiat voidaan kertoa kiinnostavalla tavalla mahdollisimman lyhyesti. Tunteisiin vetoavuus, koukuttavuus, ytimekkyys, laadukkuus, voimakkuus ja tarinallisuus ovat tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden mukaan tärkeitä ominaisuuksia Facebookissa julkaistavassa minidokumentissa.

6.2 Ohjeet Facebook-dokumentin tekemiseen

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on ollut selvittää, minkälaisista elementeistä rakentuu Facebookin käyttäjiä kiinnostava minidokumentti. Minkälainen videon tulee olla, jotta hektinen somekäyttäjä pysähtyy katsomaan sitä? Tutkimuksen pohjalta on toteutettu ohjeet (ks. taulukko 1.) Facebookissa julkaistavan minidokumentin tekemiseen. Ohjeita voi soveltaa myös muihin Facebook-videoihin.

Taulukko 1. Ohjeita Facebook-dokumentin ja videon tekemiseen

Videon aihe	Yllättävä tai tunteita herättävä aihe. Facebookin käyttäjät elävät tietotulvassa, joten perinteinen aihe ei herätä kiinnostusta.
Videon alku	Kolme ensimmäistä sekuntia ratkaisevat, jaksako käyttäjä katsoa videon. Alkuun olisi hyvä tuoda koko videon kiinnostavin sisältö. Yllättävä toiminta tai tilanne, mikä herättää katsojan uteliaisuuden.
Näkökulma	Yksi vahva näkökulma yhteen videoon.
Tarina	Dokumentti kannattaa rakentaa tarinan muotoon päähenkilön kautta kerrottavaksi. Muista kuvata mahdollisimman paljon kuvituskuvaa ja erilaisia tilanteita, jotta saat tarinalle rakennusaineita.
Videon kesto	Videon kesto kannattaa pitää mahdollisimman lyhyenä. Minuutti alkaa olla maksimimitta Facebookissa.
Rakenne	Videon pitää kantaa loppuun asti. Toiminnallisuus voittaa puhuvat päät. Minuutin dokumentissa jokainen tilanne ja kuva pitää olla mietittynä, jotta tarina etenee jouhevasti. Tyhjiä hetkiä ei saisi olla. Vähemmän on enemmän. Kannattaa kokeilla tarinan kertomista 20-luvun mykkäelokuvan tyyliin.

Päähenkilö	Päähenkilö on videon sielu. Kiinnostava ja karismaattinen päähenkilö on dokumentissa yhtä tärkeä kuin näyttelijä fiktioelokuvassa.
Videon muoto	Pystyvideo, neliö tai 16x9. Facebook suosittelee mainoksiin pystyvideota.
Tekstitys	Facebook-videoita katsellaan usein mobiililaitteella ilman ääntä. Siksi videon katsomisen kannalta on keskeistä, että puhe tekstitetään. Jos videossa ei ole haastateltavaa, myös tarina voidaan kertoa tekstillä.
Ääni	Videon äänellä Facebook-videossa on merkitystä, vaikka video katsotaan usein ilman ääntä. Kannattaa silti pitää huolta siitä, että äänenlaatu on hyvä. Toisinaan myös pelkkä musiikki riittää.
Laatu	Video kannattaa toteuttaa mahdollisimman laadukkaasti kunnon välineillä ja osaamisella. Huonolaatuista sisältöä harvat jaksavat katsoa.
Otsikko	Katsojalle tulee tarjota houkutteleva otsikko, josta selviää videon tulokulma.
Kuvausteksti	Facebookin kuvaustekstillä on merkitystä. Se on kuin videon juonto, jonka tehtävänä on herättää katsojan mielenkiinto.

Facebookin uutisvirrassa julkaistava minidokumentti kilpailee käyttäjän ajasta ja huomiosta. Facebookin käyttö perustuu nopeaan selailuun. Kiinnostaviin sisältöihin tartutaan, mutta niitä ei jakseta katsoa pitkään. Sisällön pitäisi siis olla niin hyvin rakennettua, että katsoja pysyy sen imussa loppuun asti. Videon tekijän kannattaa pohtia tarkkaan, mistä aiheesta hänen kannattaa tehdä videodokumentti.

Käsikirjoittamisella ja suunnittelulla on suuri merkitys myös Facebook-videoissa. Mitä lyhyempi video on, sitä tärkeämpää on, että jokainen kohta on mietitty. Videon rakenteessa on tärkeää huomioida, että tyhjiä hetkiä ei tulisi lainkaan vaan juoni etenee jouhevasti. Kuvaustilanteessa kannattaa olla aistit valppaana ja suunnitelmaa voi muuttaa, mikäli ensimmäinen idea ei toimikaan. Videontekijän kannattaa muistaa, että Facebook-video voi myös toimia teaserinä tai trailerina pidemmälle dokumentille tai videolle.

7 Pohdinta

Opinnäytetyön tavoitteena on ollut selvittää, miten toimiva julkaisualusta Facebook on minidokumenteille ja minkälainen dokumentti kerää Facebookissa katsojia. Tutkimuksessa on myös avattu dokumentin rakennetta. Tutkimusta tehdessäni ajatukseni ovat vahvistuneet siitä, että Facebook toimintaympäristönä on haastava julkaisupaikka keskittymistä vaativille sisällöille. Erityisesti globaalista auttamistyöstä kertovat dokumentit tarvitsevat vahvan aiheen, näkökulman, päähenkilön ja rakenteen. Facebook on ensisijaisesti yhteisöpalvelu, jossa seurataan oman yhteisön kuulumisia ja sisältöjä. Facebookin algoritmimuutoksen takia Facebookia viestintävälineenä käyttävien organisaatioiden tulee tehdä kiinnostavaa ja toimivaa materiaalia, jotta sisällöt leviävät orgaanisesti ja saavat mahdollisimman paljon reaktioita ja jakoja. Facebookiin on keskeistä tehdä sinne optimoituja sisältöjä. Käytännössä organisaatiot joutuvat mainostamaan päivityksiään saadakseen näkyvyyttä.

Opinnäytetyön kolme asiantuntijahaastattelua toivat ajankohtaista näkökulmaa Facebook-videoihin. Myös lähdekirjallisuuden peilaaminen haastateltavien ajatuksiin toi tutkimukseen hyvän teoriapohjan. Opinnäytetyön lukutaitodokumenttien työstäminen oli hieno oppimisprosessi. Nyt jälkikäteen ajateltuna olisin voinut tehdä kolmesta dokumentista vielä enemmän toisistaan poikkeavat versiot. Erityisesti videoiden rakenteisiin olisin voinut tuoda erottuvuutta. Lisäksi minua olisi kiinnostanut toteuttaa yksi videon 9x16-pystyformaattissa. Silloin, kun lukutaitovideot kuvattiin, pystyvideo ei ollut vielä yleinen muoto – sosiaalinen media muuttaa perinteisiä formaatteja ja kehittyy nopealla tahdilla.

Viidelle viestinnän asiantuntijalle toteutettu kyselyhaastattelu toimi hyvin. Sain tärkeää sisällöllistä näkökulmaa ja olin yllättynyt siitä, että kaikkein yksinkertaisin tarinankerronta toimi vastaajien mukaan parhaiten Facebookissa. Vertaileva kvalitatiivinen tutkimus toimi mielestäni hyvin tässä tutkimuksessa. Tavoitteena oli saada tutkittavien todellinen mielipide videodokumenteista ja siksi lähestyin aineistoa faktanäkökulmasta. Mielestäni oli tärkeää käsitellä vastaajia anonymisti, mikä myös mahdollisti rehelliset vastaukset. Tutkimustulosten kannalta olisi voinut olla täsmällisempää tehdä tutkimus kolmelle eri ryhmälle. Kukin ryhmä olisi katsonut ja arvioinut vain yhden videon. Näin kaksi jälkimmäistä videota eivät olisi olleet niin ennalta-arvattavia.

Tutkimuksella oli hyvin käytännönläheinen tarkoitus: Miten tehdä toimiva minidokumentti Facebookiin. Tutkimuksen myötä valmistuivat ohjeet Facebook-dokumentin tekemiseen,

joita voi hyödyntää myös esimerkiksi journalististen videoiden tekemiseen. Käytännön ohjeet toimivat myös muiden verkkovideoiden tekemisessä. Tutkimus vastasi hyvin ennakkokysymyksiini, kun mietin Facebookia minidokumenttien julkaisupaikkana tai minikäläinen video kiinnostaa Facebook-käyttäjiä.

Tutkimusta voisi jatkaa toteuttamalla käyttäjätutkimus Pipliaseuran Facebook-yleisölle. Olisi ollut kiinnostavaa myös kokeilla, miten dokumenttien markkinointi olisi vaikuttanut Facebook-yleisön käyttäytymiseen ja miten kukin dokumenttiversio olisi toiminut eri kohderyhmissä, koska Facebook tarjoaa tarkempaa analytiikkaa mainostajille.

Lähteet

Aaltonen, Jouko 2002. Käsikirjoittajan työkalut. Audiovisuaalisen käsikirjoituksen tekijän opas. Tampere: Suomen Kirjallisuuden Seura.

Aaltonen, Jouko 2006. Todellisuuden vangit vapauden valtakunnassa: dokumenttielokuva ja sen tekoprosessi. Helsinki: Like kustannus oy.

Aaltonen, Jouko 2011. Seikkailu todellisuuteen. Dokumenttielokuvan tekijän opas. Helsinki: Like kustannus oy.

Alasuutari, Pertti 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. Tampere: Vastapaino.

Bell, Emily 2016. Facebook is eating the world. Columbia Journalism Review. <https://www.cjr.org/analysis/facebook_and_media-php> (luettu 22.9.2018)

Cherubini, Federica, Kalogeropoulos, Antonis & Newman, Nic 2016. The Future on Online News Video. Reutersinstitute. <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/future-online-news-video>> (luettu 18.9.2018)

Facebook 2018. Videoiden ja kuvien tekniset määritykset sijoitteluissa. <<https://www.facebook.com/business/help/103816146375741>> (Luettu 19.10.2018)

Grapevine 2017. Sosiaalisen median trendit 2018. <<https://grapevine.fi/2017/12/sosiaalisen-median-trendit-2018/>> (Luettu 24.9.2018)

Halsa, Aleksi 2018. Blogi: Miten Facebookin algoritmi toimii ja miten pystymme hyödyntämään algoritmia parhaalla mahdollisella tavalla markkinoinnissa? Digimarkkinointi. <<https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/miten-facebookin-algoritmi-toimii-ja-miten-pystymme-hyodyntamaan-algoritmia-parhaalla-mahdollisella-tavalla-markkinoinnissa>> (luettu 7.11.2018)

Jyväskylän yliopisto 2015. Vertaileva tutkimus. <<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/vertaileva-tutkimus>> (luettu 7.11.2018)

Komonen, Olli-Pekka 2017. Facebook-live onnistuu nyt myös tietokoneelta. Mikrobitti. <<https://www.mikrobitti.fi/uutiset/facebook-live-onnistuu-nyt-mynos-tietokoneelta/ba3eab30-3da1-3ba7-9ae1-1e77c9f759d1>> (Luettu 24.9.2018)

Korhonen, Timo 2012. Hyvän reunalla. Dokumenttielokuva ja välittämisen etiikka. Vilnius, Lithuania: Musta taide.

Kurio 2017. Somemarkkinoinnin trendit 2018. <<http://kurio.fi/v2/wp-content/uploads/2017/12/kurio-somemarkkinoinnin-trendit-2018-raportti.pdf>> (Luettu 24.9.2018)

Kuutti, Heikki 2012. Mediasanasto. Jyväskylä: Media Doc Oy.

Leino, Tomi 2003. Sanoista eläviä kuvia - käsikirjoittajan opas. Helsinki: Otava.

Liao, Shannon 2017. Facebook's new video hub is coming to everyone in the US. The Verge. <<https://www.theverge.com/2017/8/31/16233036/facebook-watch-video-tv-ad-dollars-media-partnerships>> (Luettu 19.10.2018)

Nikkinen, Are & Vaclin, Anders 2012. Television runousoppia. Toisenlainen katse tv-ohjelmiin. Helsinki: Like kustannus oy.

Nordenstreng, Kaarle & Nieminen, Hannu 2017. Suomen mediamaisema. Tampere: Vastapaino.

Nummelin, Juri 2005. Valkoinen hehku. Johdatus elokuvan historiaan. Tampere: Vastapaino.

Seuri, Ville 2018. Facebook aikoo mullistaa uutisvirtasi – mitä suuruudistus tarkoittaa ja miksi yhtiö tekee sen? Yle Uutiset. <<https://yle.fi/uutiset/3-10019335>> (Luettu 7.11.2018)
Uskali, Turo 2013. Jokapaikan journalismi. Jyväskylä. Management Institute of Finland.

Suomen Pipliaseura 2018. Mikä Suomen Pipliaseura? <<https://www.piplia.fi/suomen-pipliaseura/>> (Luettu 22.10.2019)

Tilastokeskus 2017. Matkapuhelin yhä suosituampi laite internetin käyttöön - käyttötarkoitukset monipuolistuvat. <http://www.stat.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi_2017_13_2017-11-22_tie_001_fi.html> (Luettu 29.10.2018)

Tivi 2017. Facebookiin ärsyttäviä uudistus: uutisvirta muuttuu meluisammaksi. Tivi.fi. <http://www.tivi.fi/Kaikki_uutiset/facebookiin-arsyttava-uudistus-uutisvirta-muuttuu-meluisammaksi-6624675> (luettu 26.9.2017).

Waltari, Minna 2018. Facebookin käytön aktiivisuus päivätasolla ei ole pudonnut. Someco. <<https://someco.fi/blogi/facebookin-kayton-aktiivisuus-paivatasolla-ei-ole-pudonnut/>> (Luettu 7.11.2018)

Ylä-Anttila, Aleksi 2018. Tutkimus paljastaa hurjan muutoksen suomalaisten somen käytössä: neljä tuntia ja 43 minuuttia päivässä - "Se on ihan järkyttävä määrä". Kauppalehti. <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/tutkimus-paljastaa-hurjan-muutoksen-suomalaisten-somen-kaytossa-nelja-tuntia-ja-43-minuuttia-paivassa-se-on-ihan-jarkyttava-maara/193b39e7-5905-3698-a5e7-5c53c198b371?_ga=2.120445064.1858971836.1537625786-93204670.1533640070> (Luettu 20.10.2018)

Haastattelut

Hirvonen, Antti 2016. Yle Kioskin tuottaja. Yleisradio. Haastattelu: 31.5.2016.

Juntunen, Esa 2016. HS-TV:n kanavapäällikkö. Helsingin Sanomat. Haastattelu: 14.6.2016.

Temonen, Tuukka 2016. Ohjaaja ja toimitusjohtaja. Optipari Oy. Haastattelu: 31.5.2016.

Etukäteishaastattelujen kysymykset

Haastattelukysymykset opinnäytetyön taustalähteeksi

- Minkälainen videoformaatti sopii Facebookiin?
- Minkälaista on Facebookin katsojakäyttäytyminen?
- Facebook videoiden julkaisualustana. Mitä tulee ottaa huomioon?
- Minkälainen video toimii parhaiten Facebookissa?
- Miten hyvä Facebook-video alkaa?
- Minkälainen aihe tempaa mukaansa?
- Minkälainen video ei toimi Facebookissa?
- Minkälaisia haasteita video kohtaa Facebookissa?
- Minkälaista laatua Facebookiin kannattaa tehdä?
- Videon alun merkitys Facebookissa? Mitä kannattaa laittaa alkuun?
- Minkälaisia dokumentteja katsot Facebookista?
- Sopiiko mielestäsi globaalista auttamistyöstä kertovat dokumentit Facebookiin?
- Minkälaisen globaalista auttamistyöstä kertovan dokumentin jaksaisit katsoa Facebookista? Minkälaisia elementtejä sen pitäisi sisältää?

Kyselytutkimus viestinnän asiantuntijoille

Verkossa toteutettu kyselytutkimus

Video 1: Mustavalkoinen minidokumentti

Tämä minuutin mittainen minidokumenttivideo (<https://www.facebook.com/piplia-seura/videos/10156185050587881/>) on tehty Facebook-sivun kansikuvan kokoon. Traileri pohjautuu videokuvaan ja teksteihin, äänimaisemana on vain musiikkia. Videon kesto on 1'05".

Tämän sivun kysymykset koskevat vain videota 1.

Kyselyssä on mukana väittämiin perustuvia monivalintakysymyksiä ja avoimia kysymyksiä. Monivalintakysymyksissä tulee valita vaihtoehto, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi väitteistä.

Video sopii mielestäni Facebookiin. (Valitse se vaihtoehto, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi.)

Olen eri mieltä, olen jokseenkin eri mieltä, olen jokseenkin samaa mieltä, olen samaa mieltä, en osaa sanoa

Mitä mieltä olet videon kestosta?

Liian lyhyt, sopiva, liian pitkä

Facebook-videossa ensimmäiset sekunnit ratkaisevat. Miten kiinnostavasti video mielestäsi alkaa? Miten kuvailisit videota?

Mikä oli mielestäsi videon kiinnostavin kohta? Miksi?

Video toimii mielestäni hyvin ilman haastatteluja. (Valitse se vaihtoehto, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi.)

Olen eri mieltä, olen jokseenkin eri mieltä, olen jokseenkin samaa mieltä, olen samaa mieltä, en osaa sanoa

Mustavalkoinen värimaailma toimii mielestäni hyvin. (Valitse se vaihtoehto, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi.)

Olen eri mieltä, olen jokseenkin eri mieltä, olen jokseenkin samaa mieltä, olen samaa mieltä, en osaa sanoa

Videon suorakaiteinen muoto sopii hyvin videoon. (Valitse se vaihtoehto, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi.)

Olen eri mieltä, olen jokseenkin eri mieltä, olen jokseenkin samaa mieltä, olen samaa mieltä, en osaa sanoa

Tarinan kerronta etenee mielestäni jouhevasti. (Valitse se vaihtoehto, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi.)

Olen eri mieltä, olen jokseenkin eri mieltä, olen jokseenkin samaa mieltä, olen samaa mieltä, en osaa sanoa

Tuliko videossa hetkiä, jolloin olisit halunnut sulkea sen? Missä kohdassa?

Kantoiko video mielestäsi loppuun asti? Mitä olisit jättänyt videosta pois?

Facebookissa videolle kirjoitettu päivitysteksti (kuvasteksti) houkuttelee katsomaan videon. (Valitse se vaihtoehto, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi.)

Olen eri mieltä, olen jokseenkin eri mieltä, olen jokseenkin samaa mieltä, olen samaa mieltä, en osaa sanoa

Missä tilanteessa katsoit videon ja miltä laitteelta?

Video 2: Neliön muotoinen versio

Tämä video on neliön muotoinen ja kesto on 1'48". Videossa kerrotaan Eni Amadun tarina napakasti ja tiivistetysti. Video Facebookissa: <https://www.facebook.com/piipia-seura/videos/10156169100477881/>. Tämän sivun kysymykset koskevat vain videota 2.

Kyselyssä on mukana väittämiin perustuvia monivalintakysymyksiä ja avoimia kysymyksiä. Monivalintakysymyksissä tulee valita vaihtoehto, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi väitteistä.

Video sopii mielestäni Facebookiin. (Valitse se vaihtoehto, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi.)

Olen eri mieltä, olen jokseenkin eri mieltä, olen jokseenkin samaa mieltä, olen samaa mieltä, en osaa sanoa

Mitä mieltä olet videon kestosta?

Liian lyhyt, sopiva, liian pitkä

Facebook-videossa ensimmäiset sekunnit ratkaisevat. Miten kiinnostavasti video mielestäsi alkaa? Miten kuvailisit videota?

Mikä oli videon kiinnostavin kohta? Miksi?

Neliönmallinen muoto sopii hyvin FB-videoon. (Valitse se vaihtoehto, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi.)

Olen eri mieltä, olen jokseenkin eri mieltä, olen jokseenkin samaa mieltä, olen samaa mieltä, en osaa sanoa

Tarinan kerronta etenee mielestäni jouhevasti. (Valitse se vaihtoehto, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi.)

Olen eri mieltä, olen jokseenkin eri mieltä, olen jokseenkin samaa mieltä, olen samaa mieltä, en osaa sanoa

Tuliko videossa hetkiä, jolloin olisit halunnut sulkea sen? Missä kohdassa?

Kantaako video mielestäsi loppuun asti? Mitä olisit jättänyt videosta pois?

Facebookissa videolle kirjoitettu päivitysteksti (kuvausteksti) houkuttelee katsomaan videon. (Valitse se vaihtoehto, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi.)

Olen eri mieltä, olen jokseenkin eri mieltä, olen jokseenkin samaa mieltä, olen samaa mieltä, en osaa sanoa

Missä tilanteessa katsoit videon ja miltä laitteelta?

Video 3: 16x9-dokumentti

Tämä video on 16x9 kuvaformaattiin tehty minidokumentti, jossa Enin lisäksi haastatellaan kyläpäällikköä, opettajaa ja lukutaito-ohjelman johtajaa. Videon kesto on 2'51". (<https://www.facebook.com/pipliaseura/videos/10156185059887881/>)

Tämän sivun kysymykset koskevat vain videota 3.

Kyselyssä on mukana väittämiin perustuvia monivalintakysymyksiä ja avoimia kysymyksiä. Monivalintakysymyksissä tulee valita vaihtoehto, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi väitteistä.

Video sopii mielestäni Facebookiin. (Valitse se vaihtoehto, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi.)

Olen eri mieltä, olen jokseenkin eri mieltä, olen jokseenkin samaa mieltä, olen samaa mieltä, en osaa sanoa

Mitä mieltä olet videon kestosta? (Valitse se vaihtoehto, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi.)

Liian lyhyt, sopiva, liian pitkä

Facebook-videossa ensimmäiset sekunnit ratkaisevat. Miten kiinnostavasti video mielestäsi alkaa? Miten kuvailisit videota?

Mikä oli mielestäsi videon kiinnostavin kohta? Miksi?

Perinteinen 16x9 kuvaformaatti sopii mielestäni hyvin videoon.

Olen eri mieltä, olen jokseenkin eri mieltä, olen jokseenkin samaa mieltä, olen samaa mieltä, en osaa sanoa

Tarinan kerronta etenee mielestäni jouhevasti.

Olen eri mieltä, olen jokseenkin eri mieltä, olen jokseenkin samaa mieltä, olen samaa mieltä, en osaa sanoa

Tuliko videossa hetkiä, jolloin olisit halunnut sulkea sen? Missä kohdassa?**Kantaako video mielestäsi loppuun asti? Mitä olisit jättänyt videosta pois?**

**Facebookissa videolle kirjoitettu päivitysteksti (kuvausteksti) houkuttelee katso-
maan videon.** (Valitse se vaihtoehto, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi.)

Olen eri mieltä, olen jokseenkin eri mieltä, olen jokseenkin samaa mieltä, olen samaa mieltä, en osaa sanoa

Missä tilanteessa katsoit videon ja miltä laitteelta?**Videon teemaan liittyvät kysymykset**

Kaikissa kolmessa tutkittavassa minidokumentissa on sama teema. Tämän sivun kysymykset keskittyvät videon aiheen ja tarinan kiinnostavuuteen.

Kyselyssä on mukana väittämiin perustuvia monivalintakysymyksiä ja avoimia kysymyksiä. Monivalintakysymyksissä tulee valita vaihtoehto, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi väitteestä.

Miten kiinnostavana koet Eni Amadun tarinan?

1= täysin eri mieltä, 2= jokseenkin eri mieltä, 3 = en osaa sanoa/neutraali, 4= jokseenkin samaa mieltä, 5= täysin samaa mieltä

Enin tarina oli vahva minidokumentin aiheeksi

Enin tarina oli koskettava

Eni on kiinnostava päähenkilö

Enin tarina on yllättävä

Lukutaito on kiinnostava aihe

Videon aihe on tyypillinen

Teeman näkökulma toimi hyvin

Kerro omin sanoin, miten kiinnostavana pidät videoiden tarinaa? Perustele.

Videoissa on sama näkökulma, joka tarjoillaan eri tyyleillä. Miten onnistunut näkökulman valinta mielestäsi on?

Miten Facebook sopii mielestäsi järjestöjen avustus kohteista kertovan dokumentin levityskanavaksi?

Minkälaisia videoita katsot Facebookista?

Minkälainen Facebookissa julkaistavan dokumentin tulisi mielestäsi olla, jotta sinä haluat katsoa sen?

Mikä näistä videoista toimii parhaiten Facebookissa? Valitse yksi vaihtoehto:

Video 1: Mustavalkoinen, Video 2: 16x9-video, Video 3: Neliönmallinen video

Perustele, miksi juuri tämä sopii mielestäsi parhaiten Facebookiin?