



Lilja Laukkanen

Lyhyiden videomainosten tuottaminen

Case: Artworkshop

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi

Viestinnän tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

15.11.2021

Tiivistelmä

Tekijä(t): Liliia Laukkanen
Otsikko: Lyhyiden videomainosten tuottaminen. Case: Artworkshop
Sivumäärä: 50 sivua
Aika: 15.11.2021

Tutkinto: Medianomi
Tutkinto-ohjelma: Viestinnän tutkinto-ohjelma
Suuntautumisvaihtoehto: Graafinen suunnittelu, digitaalinen media
Ohjaaja(t): Lehtori Jaakko Ruuttunen

Tämän opinnäytetyön aiheena on lyhyiden videomainosten suunnittelu ja toteutus pienyritykselle Artworkshop. Työn tilaaja on taiteilija-muotoilija Riika Anundi. Tässä työssä luodaan erilaisia vaihtoehtoja videomainontaan. Ne on suunniteltu markkinointikäyttöön ja erityisesti jaettavaksi YouTubeen ja Instagramiin.

Opinnäytetyön kirjallisessa osuudessa käydään läpi lyhyen mainosvideon tekoprosessi eli videon tuotannon vaiheet: esituotanto, tuotanto sekä jälkituotanto. Tämä opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä, jossa tehdään videomainoksia pienyritykselle. Sen avulla esitetään mahdollisia esimerkkejä videon käytöstä mainonnassa verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa.

Työn tuloksena valmistui mainosvideoita, joita yritys voi hyödyntää mainonnassaan. Loppuhuomioissa pohditaan, mitkä asiat onnistuivat tai epäonnistuivat tämän opinnäytetyön tekemisessä.

Avainsanat: Videomainos, videokuvaus ja jälkituotanto, digitaalinen videomainos

Abstract

Author(s): Liliia Laukkanen
Title: Production of Short Video Ads. Case: Artworkshop
Number of Pages: 50 pages
Date: 15 November 2021

Degree: Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme: Media
Specialisation option: Digital Graphic Design
Instructor(s): Jaakko Ruuttunen, Senior Lecturer

The topic of this final project is the design and production of short video ads for Artworkshop, a small business. The client is artist-designer Riika Anundi. Various options were created for video advertising. They are designed for marketing, and specifically for sharing on YouTube and Instagram.

The theoretical part of the thesis reviews the process of making short commercial videos, that is the stages of video production: pre-production, production, and post-production. This study was implemented as a functional thesis, in which video advertisements are made for a small business. It provides possible examples of the use of video in advertising on websites and social media.

The work resulted in promotional videos that the company can use in its advertising. In concluding remarks, it was pondered what succeeded or failed in the process of this work.

Keywords: Video ad, video recording and post-production, digital video ad

Sisällys

1	Johdanto	5
2	Artworkshop	5
3	Opinnäytetyön taustat	6
3.1	Videotuotannon lähtökohdat	6
3.2	Visuaalinen identiteetti ja mielikuvat	7
3.3	Videot ja vaikuttaminen	8
4	Tuotannon vaiheet	8
4.1	Esituotanto	8
4.1.1	Kohderyhmät	10
4.1.2	Suunnittelu ja käsikirjoitus	11
4.2	Tuotanto	13
4.2.1	Kalusto	13
4.2.2	Kuvausprosessi	18
4.3	Jälkituotanto	22
4.3.1	Materiaalin purku, merkitseminen ja valmistelu	23
4.3.2	Leikkaus	23
4.3.3	Värikorjailu	31
4.3.4	Muu jälkikäsittely ja tehosteet	35
4.3.5	Äänet ja taustamusiikki	37
4.3.6	Eksporttaus	42
5	Saavutetut tulokset ja toiminta jatkossa	49
5.1	Saavutetut tulokset	49
5.2	Johtopäätökset ja toiminta jatkossa	49
	Lähteet	51

1 Johdanto

Vietin yhden vuoden työharjoittelussa IT-alan yrityksessä Innofactor Oyj, jossa olin graafinen suunnittelija markkinointiosastolla. Tänä aikana osallistuin yrityksen tapahtumiin ja mainoskampanjoihin. Pääsin toteuttamaan useita markkinointiin liittyviä videoita tiimin kanssa. Siitä syntyi ajatus tämän opinnäytetyön aiheeseen.

Videomainos on tehokas tarinankerronnan muoto, joka herättää katsojassaan enemmän tunteita kuin esimerkiksi pelkkä printtimainos tai kuva sosiaalisessa mediassa. Yritykset ovat siirtyneet käyttämään enemmän videoita, ja videomainonnalle on useita eri kanavia, joista yritys voi valita tarkoituksilleen sopivimmat. Video on toimiva formaatti, kun halutaan sanoa vähän enemmän kompaktissa muodossa.

Kirjallisessa opinnäytetyössäni käyn läpi mainosvideon tekoprosessin kaluston hankinnasta esituotantovaiheeseen ja lopullisen työn toimittamiseen.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tehdä tutkimus lyhyen mainosvideoiden videotuotantoprosessin vaiheista. Opinnäytetyössä on toiminnallinen osuus, jossa teen videomainoksia pienyritykselle Artworkshop. Tutkimuksen tavoitteena on avata sosiaalisen median videon tuotantoprosessia sekä case-esittely. Opinnäytetyön toiminnallisen osuuden lisäksi perehdytään digitaalisen videomainonnan aiheeseen.

Kirjallisessa opinnäytetyössä käydään läpi lyhyiden mainosvideon tekoprosessi eli videon tuotannon vaiheet: esituotanto, tuotanto sekä jälkituotanto. Työn lopussa pohdin, mitä olisi voinut tehdä toisin ja miten lähestyisin asiaa nyt.

Tämä opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä, jossa tehdään videomainoksia pienyrityksille. Sen avulla esitetään mahdollisia esimerkkejä videon käytöstä mainonnassa verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa. Lopputuote konkretisoidaan käyttämällä Adobe Premiere Pro 2021-, Adobe After Effects-, Adobe Audition 2021- ja Adobe Media Encoder 2021 -ohjelmia.

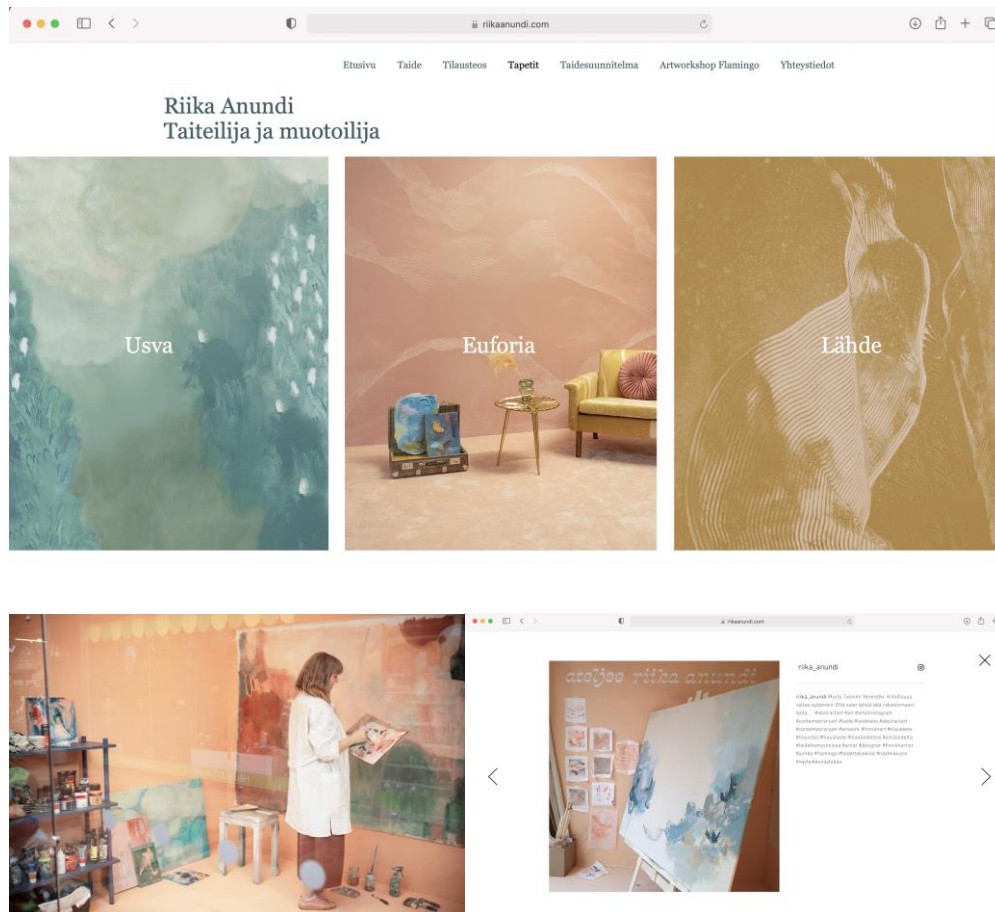
2 Artworkshop

Artworkshop on uudenlainen taidekonsepti vantaalaisessa kauppakeskus Jumbossa viihdekeskus Flamingoon johtavan käytävän varrella. Taiteilija-muotoilija Riika Anundi on tehnyt yhdyskäytävälle taidetilan, Artworkshopin, jossa yhdistyy kauppa, ateljee, galleria, showroom ja taidepajatoiminta (kuva 1).

Artworkshopin näyteikkunaan levittäytyy ateljee, jossa taiteilija ja muotoilija Riika Anundi työskentelee muutamana päivänä viikossa. "Tämä on minullekin

ihan uutta! Jännää nähdä, miten esillä oleminen vaikuttaa taiteen tekemiseen. Maalaamisesta tulee performanssi”, taitelija sanoo. Näyttelyssä on Riika Anundin tekemiä taideteoksia. Showroomissa esitellään Riika Anundin ja myös kumppaniyritysten tuotteita ja palveluita. (Anundi 2021.)

Lisäksi Riika Anundi pitää mestarikursseja kaikille, jotka haluavat oppia abstraktia maalausta ja luoda oman taulun. Hän kutsuu tätä toimintaa myös taidepajaksi. Kurssin aikana taitelija antaa kaikki materiaalit, tilaa työskentelyyn ja auttaa ja ohjaa työskentelyä.



Kuva 1. Riika Anundin projekti Artworkshop Flamingossa (Anundi 2021).

3 Opinnäytetyön taustat

3.1 Videotuotannon lähtökohdat

Aiheen valinta perustuu henkilökohtaiseen kiinnostukseeni toteuttaa todelliseen tarpeeseen perustuva mainosvideo sosiaaliseen mediaan. Viime aikoina olen syventynyt videoiden kuvaamiseen enemmän kuin ennen. Opiskelun aikana työharjoittelussa kuvasin erilaisia videoita Innofactorille, ja osa niistä oli sosiaalista mediaa varten.

Yritys, jossa työskentelin, toimitti minulle heidän ”brandbookin”, eli graafisen ohjeistuksen, videoiden tekemisen pohjaksi. Siinä oli kuvaus brändistä, yrityksen arvoista, strategiasta, historiasta ja visuaalisesta tunnistamisesta. ”Brandbookissa” ei ollut varsinaisesti mainosvideoihin liittyvää ohjeistusta, ainoastaan lyhyesti PowerPoint-esityksiin liittyviin videoihin tai grafiikkoihin. Pidin tätä tehtävää mielenkiintoisena. Minulle oli vaikea tehtävä analysoida itse brändi ja luoda mainosvideot, jotka vastaavat yrityksen arvoa ja yritysilmettä. Artworkshopin arvoja ja ilmettä oli tärkeä pohtia, koska jokainen yrityksen puolesta julkaistu video on sen yrityksen mainos. Mietin, kuinka useita eri asioita voidaan välittää videon avulla.

Videolla brändistä välitetään tietoa, mielikuvia ja emotionaalisuutta. Brändin kannalta onnistunut video on erottuva, merkityksellinen ja omintakeinen. Se välittää kohdeyleisölle ja sidosryhmille selkeän kokonaiskuvan yrityksistä. Tämän kautta brändi voi saada kilpailuetua. Tärkeä vaikutus brändivideon tavoitteisiin on mitata, kasvaako bränditietoisuus, mitä ominaisuuksia ostajat yhdistävät brändiin ja miten paljon brändi kiinnostaa. (Sorkio 2019, 51–52.)

Opinnäytetyötä varten aloin etsiä toimeksiantajaa. Tällä kertaa halusin työskennellä sellaisen brändin kanssa, jonka yritysidentiteetti erosi merkittävästi siitä, jonka kanssa työskentelin aiemmin. Edellinen yritys, jossa olin työharjoittelussa oli pohjoismainen digitaalisia ratkaisuja toimittava organisaatio. Vuoden 2021 alussa tutustuin taitelija Riikan Anundiin hieman sattumaltakin. Hän kutsui minut käymään taideateljeessaan. Ihastuin hänen luovaan ympäristöönsä. Hän maalaa abstrakteja maalauksia. Hänen ateljeensa oli täynnä maalauksia, luonnoksia, maaleja, tekstuureja, kankaita, mattoja ja muita taide-esineitä. Hänen brändinsä yritysilmene on erittäin hienostunut. Brändin päävärit ovat kulta ja vaaleanpunainen. Ehdotin hänelle, että tekisin sosiaaliseen mediaan sarjan videomainoksia, joita voisin käyttää opinnäytetyötä varten. Hän hyväksyi ehdotukseni.

3.2 Visuaalinen identiteetti ja mielikuvat

Yritykset, jotka puhuvat aktiivisesti itsestään ja joilla on hyvä maine, jäävät parhaiten mieleen. Kuluttajat valitsevat useimmiten tuotteita, joiden brändi tunnetaan positiivisesti ja vastaa omaa arvomaailmaa. Jotkin yritykset puhuvat aktiivisesti itsestään, mutta se mitä he sanovat ei ole totta. On myös tapauksia, joissa mielikuva omasta organisaatiosta voi olla erittäin positiivinen sen työntekijöille ja omistajille, mutta ulkopuolisille organisaatio on täysin tuntematon.

Yksi brändin osa on visuaalinen identiteetti. Sen päätehtävänä on auttaa erottautumaan kilpailijoista ja antaa käsitys organisaation luonteesta. Identiteetin avulla on helppo linkittää organisaation eri viestintä- ja markkinointimateriaaleja. Visuaalinen identiteetti, etenkin kuluttajan näkökulmasta, on vahvasti läsnä myös tuotteissa: tuotesuunnittelusta tuotteisiin sovellettaviin logoihin. Visuaalinen identiteetti välittää saman viestin kuin muut bränditoiminnot. Yritykselle on hyödyllistä määritellä yhtenäinen linja, joka yhdistää samat visuaaliset ominaisuudet organisaation brändiin työturvallisuusvideoista ja asiakasreferensseistä

brändivideoon, lyhyisiin Instagramin stories -klippeihin tai Facebookin live-lähettyksiin. (Sorkio 2019, 63–65.)

Visuaalinen identiteetti sisältää esimerkiksi yrityksen nimen, logon, värit, fontit ja työvaatteet. Videotuottajien on tärkeää tietää asiakkaan visuaalinen identiteetti mahdollisimman varhaisessa vaiheessa, jotta videoiden lopullinen graafinen ilme vastaa asiakkaan haluamaa lopputulosta. Helpoin tapa saada visuaalinen identiteetti on lisätä logo vesileimaksi videon loppuun ja linkittää se YouTubeen pääsivulle. Videon tekstielementit ja värit noudattavat graafista ohjeistusta. (Sorkio 2019, 63–65.)

Yritysten visuaalinen identiteetti sisältää lisäksi brändin visuaalisen kielen. Kaikki, mitä brändi välittää visuaalisesti, on harkittava huolellisesti. Pääsääntöisesti kuluttaja muodostaa välittömästi mielikuvansa brändistä, joten kannattaa miettiä identiteettiä, joka jää kuluttajien mieleen. Mieleenpainuvuus, tunnistettavuus ja tunteiden herättäminen ovat asioita, joilla kuluttajien mielenkiinto saavutetaan. (Nieves 2016.)

Kun organisaatio luo mielikuvan, se on ensisijaisesti viestin lähettäjä. Hyvät tuotteet ja palvelut ovat hyödyttömiä organisaatiolle, jos kukaan ei tiedä niistä. Vastaanottajat muodostavat mielipiteensä ja mielikuvansa sen perusteella, mitä he ovat juuri nähneet, kuulleet ja kokeneet. (Sorkio 2019, 63–65.)

3.3 Videot ja vaikuttaminen

On toivottavaa, että video tekee jonkinlaisen vaikutelman katsojaan. Hän voi saada videosta uutta tietoa, oppia jotain, tai video voi laukaista tietyn reaktion. Esimerkiksi videon katsomisen jälkeen hän haluaa siirtyä verkkosivustolle tai täyttää lomakkeen. Pitää ymmärtää kokonaisuus: mitä tehdään ja mihin formaattiin kuvataan. Videon idea voi olla hauska, realistinen, retro tai ihan mitä vain, mitä mielikuvitus, raha ja tekniikka sallii. (Sorkio 2019, 98.)

4 Tuotannon vaiheet

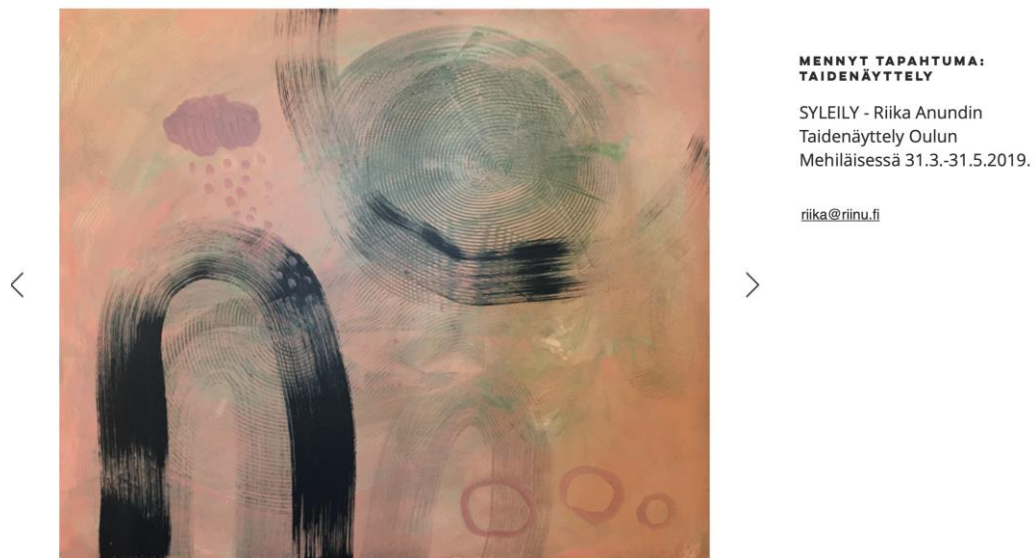
4.1 Esituotanto

Yksittäisten videoiden tai videosarjojen luomisen aloittamisessa kannattaa käydä läpi tietyt vaiheet, olipa kyse sitten lyhyestä tai pitkästä sisällöstä, kevyestä tai raskaasta tuotannosta (Sorkio 2019, 96).

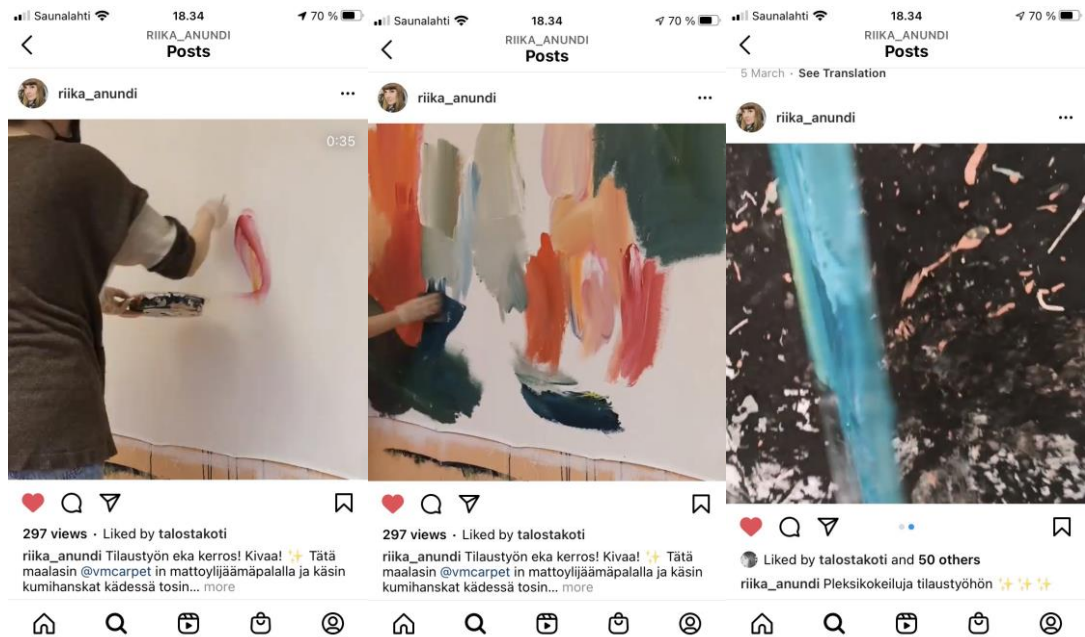
Kuvauspaikkojen alustavassa selvityksessä tuotantoryhmä määrittää, mitä tarpeita ja ongelmia kuvaamiseen, valaistukseen, tallennukseen ja erilaisiin toimintoihin on käsiteltävä (Korvenoja 2004, 32).

Huolellisen ennakkosuunnittelun merkitystä ei voi korostaa liikaa. Se säästää kuvausaikaa paljon enemmän kuin suunnittelu vaatii. Lisäksi suunnittelu-aika on paljon halvempaa kuin kalliiden valmistuslaitteiden ja henkilöstön tehoton käyttö. Huolellisesti laadituista suunnitelmista on myös helppo poiketa. Tuotantoa voidaan hallita, vaikka muutoksia tapahtuisi. Muutoksia tulee kuitenkin aina. Ohjelmantekoon liittyvät kitkakertoimet voidaan minimoida suunnittelemalla tuotanto etukäteen. (Korvenoja 2004, 31.)

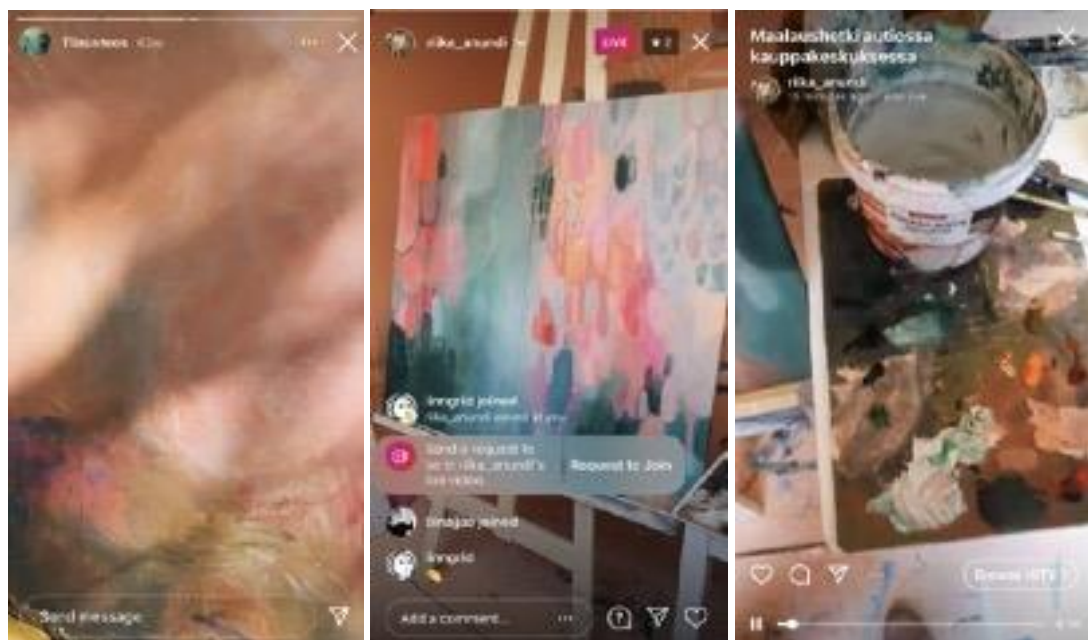
Myös tässä videotuotannossa ennen videoiden kuvaamista aloin tutkia, millaisia videoita Riika Anundilla oli julkaistu aikaisemmin. Minulle oli tärkeää perehtyä hänen visuaaliseen tyyliinsä ja ymmärtää, mitä hänelle olisi hyvä ehdottaa. Kuvassa 2 on esimerkki videon käytöstä hänen verkkosivullaan. Kuvissa 3 ja 4 on useita esimerkkejä hänen videoistaan, jotka hän julkaisi omalla Instagram-tilillään. Tällä hetkellä hänen videoidensa tyyli on värikäs, ja taiteilijan liikkeet ovat energisiä.



Kuva 2. Videon käyttö verkkosivulla www.riikaanundi.com (Anundi 2021).



Kuva 3. Videon käyttö Instagramissa (Instagram 2021).



Kuva 4. Videon käyttö Instagram storyssa ja Instagram live -lähetyksessä (Instagram 2021).

4.1.1 Kohderyhmät

Projektin suunnittelussa on kiinnitettävä huomiota siihen, miten kohdeyleisö koee videon. Katsojilla on erilaisia odotuksia kuvan laadulle mutta myös pituudelle ja graafisten elementtien sijoitukselle leikkauksessa. Jos esimerkiksi video näkyy YouTube:n kaltaisella verkkosivustolla, täytyy muistaa, että sivusto peittää

15 % kuvan alaosasta omilla graafisilla elementeillään. Asteikon toisessa päässä ovat elokuvateatterit, joissa on pidettävä mielessä, että yleisö odottaa "elokuvamaista" kuvaa, vaikka 1080 pikselin tarkkuus olisi riittävän hyvä tähän tarkoitukseen. Videoiden kesto on otettava huomioon. Jos kuvaa mainosta verkkosivustolla, sen ei pitäisi olla pidempi kuin on tarpeen tärkeimpien asioiden välittämiseksi. Mitä pidempi video on, sitä houkuttelevampaa on ohittaa video. (Adam & Newton 2011, 40.)

Kohderyhmän määrittäminen on erittäin tärkeää, koska on mahdotonta tehdä yhtä videota, josta kaikki katsojat saavat yhtä paljon irti. Video voi olla tarkoitettu lapsille, poliitikoille, vanhuksille, opettajille, tehtaan johtajille tai kemisteille, mutta ei kaikille samanaikaisesti. (Sorkio 2019, 97.)

Ennen videoiden tekemistä lähdin selvittämään kohderyhmää. Kun tiedetään, kenelle video suunnataan, osataan päättää videon sisältö ja tyyli. Oikeiden kohderyhmien löytämisessä auttoi Riika Anundi, jolla oli jo entuudestaan vahva tietämys omista kohderyhmistään eli ihmiset, jotka arvostavat taidetta. He ovat taiteesta kiinnostuneita ja olisivat halukkaita myös ostamaan sitä. Taiteilijan kohderyhmä on myös ihmiset, jotka ovat kiinnostuneita maalamaan ja haluaisivat mahdollisesti osallistua hänen mestarikursseilleen. Mestarikurssi on suunnattu ihmisille, jotka haluavat maalata abstraktin maalauksen itse. Riika Anundi on neuvojana ja ohjaajana tässä prosessissa.

4.1.2 Suunnittelu ja käsikirjoitus

Hyvä esituotannon suunnittelu ja kuvakäsikirjoituksen arvo osana videon tuotantoprosessia on erittäin merkittävä (Hart 1999, 20).

Suunnittelu on tärkeää videoiden tuottamisessa. Ennakkosuunnitteluvaiheessa laaditaan yksityiskohtainen suunnitelma lopullisesta videon toteuttamisesta. Tuotteen luonteesta riippumatta alustava suunnitelma voi olla esimerkiksi kirjallinen käsikirjoitus tai piirretty luonnos. Ennakkosuunnitelman tarvitsee olla tarpeeksi selkeä, niin että tilaaja ja tuotantoryhmä voivat käyttää sitä keskustellakseen tulevasta toteutuksesta. Videotuotteen ennakkosuunnitelmaa voidaan verrata esimerkiksi talon rakennuspiirustuksiin ja pienoismalliin. Niiden perusteella jokainen, joka osallistuu talon rakentamiseen, voi valmistautua etukäteen ja suorittaa osansa, josta on vastuussa. Ennakkosuunnitelman avulla voi laskea mahdollisimman tarkasti projektin lopullisen kustannusarvion. (Keränen, Lamberg & Penttinen 2005, 16.)

Suurissa tuotannoissa käsikirjoitus luodaan yhteistyössä asiakkaan ja valmistajan välillä. Toivottu tulos on onnistunut video ja viesti, joka kerrotaan videon kautta katsojille parhaalla mahdollisella tavalla. Joka tapauksessa on hyvä kirjoittaa käsikirjoitus videolle. Viesti, joka halutaan välittää videolla, voidaan kertoa tarinan avulla, ja vain käsikirjoituksesta riippuu, kuinka mielenkiintoinen ja tarttuva tarinasta tulee. (Sorkio 2019, 107.)

Eryityisesti elokuvan suunnittelussa kaikki suunnitellaan harkiten ja mahdollisimman huolellisesti. Kaikki tapahtumat, paikat, valaistus, tunnelmat, äänet, sisältö – nämä kaikki otetaan huomioon käsikirjoituksessa. (Välikylä 2005, 50.)

Kun tarina on muodostunut käsikirjoitukseksi, on aika viimeistellä se kuvakäsikirjoitukseksi. Käsikirjoituksessa on määriteltäviä asioita, jotka ovat tärkeitä videon kuvaamisen aloittamisessa: kuvakoot, kameran liikkeet ja toiminnan suunnat. (Sorkio 2019, 122.)

Kuvakäsikirjoitus näyttää tarinan kuvina, usein käyttäen sarjakuvapiirroksia, jotka osoittavat kameran kulmat, liikkeet, sommittelun, rajauksen ja myös ottojen pituuden. Valokuvia voidaan käyttää myös piirustusten sijasta tai niiden lisäksi. Päätaivotteena on kiteyttää omat ideat ja ajatukset ja kuinka välittää tämä katsojalle. Kuvat ohjaavat videon tekoa kuvien rajauksen ja kameran liikkeen mukaan – esimerkiksi seurataanko kuvauksen kohdetta, vai lähestyykö se kameraa. (Juniper & Newton 2011, 46.)

Elokuvan yksityiskohtaisin suunnitelma on kuvakäsikirjoitus. Tämä on sarjakuvaluonnos, joka vastaa tarkasti lopullista videoformaattia. Jokainen otto on yksi kuva kuvakäsikirjoituksessa. Kuvakäsikirjoitus näyttää videon kuvaajalle, miten otot rajataan. Piirroksessa voidaan myös merkitä kameran liikkeet nuolikuvan avulla. On myös hyvä sisällyttää kuvakäsikirjoitukseen tekstiosia, jotka selittävät mitä kuvassa tapahtuu. Tekstissä tulisi myös selittää kameran liikkeet, kuten panorointi, tiltaus tai zoomaus. (Välikylä 2005, 50.)

Kuvakäsikirjoitustaiteilija eli ”storyboard artist” kuvaa kaikki yksittäiset kuvat, jotka muodostavat kuvakäsikirjoituksen mainoksiin, teollisuuselokuviin, multimedialle, animaatioelokuviin tai kaupallisten, teollisten tai opetuselokuvien animaatioihin. Piirustustaitoja on kehitettävä huolellisesti sekä realistisessa kuvien esityksessä reaaliajassa että kuvien tulkinnassa, kuten animaatioelokuvissa tai videoissa vaaditaan. (Hart 1999, johdanto.)

Tuottaja, ohjaaja, kuvaaja ja tuotesuunnittelija haluavat myös nähdä kuvakäsikirjoituksen, joka havainnollistaa mahdollisia erikoistehosteita, jotta he voivat laskea kustannukset, kuvausasetukset, valaistuksen ja rajauksen sekä suunnitella sarjat yhdessä mallinrakentajien kanssa, kuten pienoismallivalmistajat ja Blue screen -tekniikat. (Hart 1999, 58.)

Käsikirjoittajan tehtävä on suunnitella jokainen kuva niin, että jokaisen kohtauksen aikana kiinnostus säilyy ja keskittyy vain siihen, mihin mielenkiinto halutaan kohdistaa. Kaikkea, mikä häiritsee pääkohteen näkyvyyttä, pitää välttää. (Hart 1999, 161.)

Projektin suunnittelu alkoi keväällä 2021, kun olin tutustunut Riika Anundin kanssa. Hän kutsui minut käymään hänen ateljeessaan Flamingossa Vantaalla. Siellä käydessäni ihastuin hänen aikaansaamansa luovuuden ja inspiraation ilmapiiriin. Kerroin hänelle olevani opinnäytetyötä tekevä opiskelija, ja ehdotin vi-

deomainoksien tekemistä Riika Anundille. Hän kiinnostui ajatuksestani ja valitsimme nopeasti sopivan päivän kuvaamiseen. Aloimme miettiä yhdessä hänen kanssaan, millaisia mielenkiintoisia ja hyödyllisiä videomainoksia voimme tehdä. Hän ehdotti, että kuvaamme taulun luomisprosessia ja maalauskurssin, jota hän joskus pitää lapsille ja aikuisille. Minä olin kiinnostunut tallentamaan videolle ja näyttämään ihmisille taiteilijan suunnitteleman hyvin epätavallisen luovan tilan. Kuvassa 5 on esitys videokuvauksen aiheista.



Kuva 5. Videokuvauksen aiheet.

Kun aloin suunnitella tätä videotuotantoa, halusin mainokseen mukaan improvisaation ja luovuuden teeman, josta tuli lopulta mainosvideon punainen lanka. Ajattelin, että olisi hienoa välittää vapauden, helppouden ja onnellisuuden ilmapiiiriä, jonka Riika Anundi luo opiskelijoilleen ja asiakkailleen. Toiveeni on, että mainos toisi esiin sen lapsenomaisen spontaanisuuden ja leikkisän mielenkiinnon, jolla taiteilija itse tutkii taidetta, ja välittäisi sen muille.

4.2 Tuotanto

Audiovisuaalisen sisällön tuottaminen on nyt helpompaa ja nopeampaa kuin vaikkapa kymmenen vuotta sitten. Erikoistuneiden yritysten videotuotanto ei ole enää teknisesti välttämätöntä. Loppujen lopuksi jokainen voi oppia tuotantolaitteet ja aloittaa videoiden kuvaamisen. Olipa käytössä matkapuhelin tai järjestelmäkamera, videoiden kuvaaminen ei ole nykyään vaikeaa eikä kallista. (Sorkio 2019, 87.)

4.2.1 Kalusto

Oikean kameran valinta voi olla haastavaa. Kameroita on laaja valikoima jokaiseen makuun ja budjettiin. Toimintojen määrä vaihtelee. Yhtä parasta ei kuitenkaan ole. On hyvä ymmärtää itse, mitkä ovat kameran ominaisuudet ja mihin kamera todella pystyy. Tietysti ensinnäkin on tärkeää, mitä ominaisuuksia tarvitaan kameralta kuvaamisen aikana, ja se vaikuttaa suuresti siihen, mitä kameralta vaaditaan. Jos halutaan kameran olevan jatkuvasti saatavilla ja mukana, valitaan pienikokoinen kamera, ja jos kuvataan ankarissa olosuhteissa, valitaan

kestävä kamera. Yleensä on aina tehtävä kompromisseja, koska kaikkia hyviä asioita ei voi laittaa yhteen pakettiin samaan aikaan. (Välikylä 2005, 9.)

Markkinoilla on laaja valikoima erilaisia kameroita. Jokaisella valokuvaajalla ja käyttäjällä on omat mieltymyksensä, joten ei ole muuta tapaa löytää paras malli itselleen, kuin testaamalla erilaisia malleja. Lisäksi on myös hyvä, jos kamera on kätevä käyttää. Täytyy varmistaa, että tarvittavat näppäimet ovat helposti ulottuvilla. (Välikylä 2005, 13.)

Yleensä kun ostaa kameran, siinä on pieni perusakku. Sillä on hyvä aloittaa, mutta se ei sovellu pidempään kuvaamiseen. Akun varaus voi loppua nopeasti keskellä kuvausta. Siksi kannattaa harkita toisen akun ostamista. (Välikylä 2005, 13.)

On olemassa erilaisia linsejä. Linssit luokitellaan polttovälin mukaan, ja polttoväli on mitta siitä, kuinka paljon ne keräävät tai hajottavat valoa. Tarkemmin sanottuna polttoväli on etäisyys millimetreinä objektiivin etulinssin ja kuvakennon pinnan välillä.

Laajakulmaobjektiivia tarvitaan pieniin sisäympäristöihin, missä kuvaajan liikealue on pieni. Laajakulmalla voidaan saada mahdutettua enemmän informaatiota kuvaan. Laajakulmaobjektiivilla kuvattaessa on ymmärrettävä, että laajakulmaobjektiivi lisää tasojen välistä etäisyyttä syvyyden suuntaan, minkä seurauksena esimerkiksi huoneet ja kadut näyttävät suuremmilta kuin ne todellisuudessa ovat. Erittäin laajakulmaiset objektiivit antavat horisontille kaarevan muodon. (Tikkanen 2017, 5.)

Normaaliobjektiivilla saatava perspektiivi on se, mitä ihminen näkee. Normaaliobjektiivin polttoväli luokitellaan usein 50 millimetrin polttoväliksi. Näin normaaliobjektiivilla otettu normaali kuva näyttää katsojalle mahdollisimman luonnolliselta ja realistiselta. (Karhulahti 2013, 61.) Normaaliobjektiivia käytetään videon kuvaamiseen aina, kun se on mahdollista. Normaaliobjektiivi on kuitenkin usein liian kapea sisäkäyttöön, minkä vuoksi usein kuvataan usein laajakulmaobjektiivilla. (Tikkanen 2017, 5.)

Teleobjektiivien polttoväli on tavallista pidempi, yleensä yli 60 millimetriä. Suuria kohteita voidaan myös kuvata pidemmän polttovälin objektiivilla. Tyypillisesti teleobjektiivien polttoväli on 100–400 millimetriä. (Flyktman 2010, 18.)

Teleobjektiivi litistää perspektiiviä ja saa eri tasot näyttämään siltä, että ne ovat lähempänä toisiaan kuin ne oikeasti ovat. Teleobjektiivi tarvitaan, jos ei päästä fyysisesti lähelle kohdetta. (Tikkanen 2017, 5.)

Kameratuelle on useita eri vaihtoehtoja. Kameran jalustaa valittaessa on tärkeintä, että se on tarpeeksi tukeva. Kevytjalustan kuljettaminen on houkuttelevaa, mutta sen kanssa on vaikea kuvata. Jalustan tukevuus kannattaa tarkistaa myymälässä. Jalustassa on usein kaksi osaa: jalka ja videopää. Myynnissä on

myös jalustoja, joissa jalka ja videopää on yhdistetty. Ne ovat usein kevytjalustoja. Sen lisäksi, että jalusta on tukeva, sen on oltava myös säädettävä niin, että kaikkien kolmen jalan korkeutta voidaan säätää tarvittaessa erikseen. Videopäälle on tärkeää pehmeät liikkeet. Paras vaihtoehto on nestevaimennettu videopää, joka rajoittaa tarpeetonta liikettä. Markkinoilla on myös laaja valikoima erikoisjalkoja. Yksi näistä on monopodi, jossa on nimensä mukaisesti vain yksi jalka, johon kamera on kiinnitetty. Siinä on ainakin yksi tukipiste. Sen etu on kevyt liikuteltavuus. (Välikylä 2005, 18–19.)

Gimbaali tarkoittaa mekaanista laitetta, joka koostuu kahdesta tai useammasta renkaasta, jotka on asennettu akseleille oikeassa kulmassa toisiinsa nähden. Kuvausteknisesti gimbaalista puhuttaessa tarkoitetaan erilaisia kameran stabilointijärjestelmiä, joissa käytetään gimbaalitekniikkaa tasapainottamiseen. Elokuvateollisuudessa gimbaali on uusi tulokas, mutta keksintönä se on tunnettu antiikin ajoilta lähtien. Kolmen renkaan gimbaaliin kiinnitetty esine pysyy vaaka-suorassa renkaiden alustan vakaudesta riippumatta. Koska nivelakselit (kardaanit) mahdollistavat esineiden liikkumisen kolmessa ulottuvuudessa, niitä käytetään usein elokuvissa turbulenssin tai kuohuvan meren liikkeen simuloimiseksi. Gimbaalitekniikkaa käytetään myös tilanteissa, joissa esineen on käännettävä tai pyörittävä laajasti, kuten elokuvakameroiden tai rakettimoottoreiden yhteydessä usein tapahtuu. (McMahon 2019.)

Kaikissa videokameroissa on yleensä sisäänrakennettu mikrofoni. Pienissä malleissa mikrofoni on osa runkoa, ja suurissa kameroissa se on erotettu rungosta kameran yläosaan. Kameran mikrofonia voidaan käyttää, mutta sen käytössä on joitakin ongelmia. Kameran omat äänet ja painikkeiden painamisen äänet saattavat tallentua selvästi videolle. Myös mikrofoniin laadussa on suuria eroja. Tästä syystä videokameroissa on usein liitántä ulkoista mikrofonia varten. Erillinen mikrofoni voidaan kiinnittää kameraan tai tuoda lähelle äänilähdettä. Suuntakuvio on tärkeä ero mikrofoniin välillä. Pallosuuntaavat mikrofonit, kuten nimistä voi päätellä, tallentavat ääntä kaikista suunnista, myöskin takaa. Kameroiden kiinteät mikrofonit ovat pallomaisia. Herttamikrofonit ovat samanlaisia kuin pallomikrofonit, mutta ne eivät tallenna ääntä takaa, vain sivulta ja edestä. On myös olemassa haulikkomikrofoneja, jotka nauhoittavat ääntä vain edestä. Virransyötön suhteen mikrofoneja on dynaamisia ja kondensaattorimikrofoneja. Ensimmäiset eivät vaadi erillistä virtalähdettä ja ovat yleensä halvempia. Kondensaattorimikrofoniin laatu on parempi, mutta ne ovat kalliimpia. (Välikylä 2005, 18–21.)

Valaistuksella on suuri merkitys videokuvauksessa. Käyttämällä pehmeää auringonvaloa ja heijastimia videokuvauksen aikana voi saada hyvän kuvaustuloksen. Valkoinen paperi tai styroksi riittää valon heijastukseen. Jos esimerkiksi on kuvattava ihmisen kasvot ja aurinko paistaa kirkkaasti, puolet kasvoista on ylivälössä ja toinen puoli on täysin tumma. Tämän takia lopullinen video näyttää rumalta. Tulosta voidaan parantaa merkittävästi heijastamalla valoa valkoiselta pinnalta pimeälle puolelle. Mutta jos on hämärää, tämä tekniikka ei auta. Edullinen ratkaisu tähän ongelmaan on käyttää työmaavaloa. Mutta niihin ei voi kiinnittää väri- tai himmenninkalvoja, eikä heijastimia. Myös valokeila on epätasainen, mutta se ei haittaa, ja valoa on tarpeeksi. Jos aikoo investoida laitteisiin,

voi ostaa sopivia kuvausvaloja. Esimerkiksi voi ostaa aluksi pienen kolmen valon perussetin. Ammattimaisissa videovaloissa on rajoittimet, joiden avulla on mahdollista säätää ja muuntaa valokeilaa. Videovalojen valokeila on tasainen. Jos haluat tummentaa valoa tai muuttaa sen väriä, videovaloissa on mahdollisuus kiinnittää kalvot ja heijastinvarjo. (Väläkylä 2005, 56–57.)

Usein videoita luotaessa syntyy väärinkäsityksiä siitä, että kuvaaminen on liian monimutkaista, tai että puhelimella ei voi kuvata kaunista videota. Älypuhelin kuvaus voi kuitenkin olla helppoa, se koostuu vain kahdesta painalluksesta: tarkennus ja laukaisin. (Hirvonen, Janhunen, Kuisma & Silvenius 2021, 16.)

Tässä videotuotannossa olin jo alustavasti päättänyt valita sekä video- että valokuvaamiseen sopivan digitaalisen järjestelmäkameran. Minulla oli käytettävissä kamera OLYMPUS OM-D E-M5 MARK III (kuva 6), objektiivi OLYMPUS M.ZUIKO DIGITAL ED 12-40MM F2.8 PRO (kuva 7) ja Slik Pro 400DX + SH-705E -jalustapaketti (kuva 8). Olen kuvannut videoita ja valokuvia tällä laitteella monta kertaa aiemmin. Tunsin itseni luottavaseksi tämän laitteen suhteen. Päätin olla käyttämättä erityistä lisävalaistusta, koska videokuvaus oli suunniteltu Artworkshopiin. Valosuunnittelija loi siellä sisävalaistuksen, ja halusin säilyttää tämän ilmapiirin videoissani. Taustaanäneksi päätin myöhemmin valita sopivan musiikin. Asiakkaalla oli idea äänistä niissä osissa videoita, joissa hän piirtää ja maalaa. Hän halusi, että lyijykynät ja pensselit kuulostavat hyvin voimakkailta ja selkeiltä hänen luodessaan taulua videossa. Tästä syystä päätin käyttää mikrofonia osassa videoita. Ostin aiemmin mikrofonin RODELink RX-CAM. Se on elokuvantekijän työkalu, jossa on ammattimainen langaton TX-BELT-lähetin, RX-CAM-vastaanotin ja lavalier-mikrofoni elokuvien tekemiseen (kuva 9).



Kuva 6. OLYMPUS OM-D E-M5 MARK III (Olympus 2021).



Kuva 7. Objektiivi OLYMPUS M.ZUIKO DIGITAL ED 12-40MM F2.8 PRO (Olympus 2021).



Kuva 8. Slik Pro 400DX + SH-705E -jalustapaketti (Rajalacamera 2021).



Kuva 9. RODELink RX-CAM (Rode 2021).

4.2.2 Kuvausprosessi

Kameran perusliikkeitä ovat panorointi, zoomaus, tiltaus ja kamera-ajo. Panorointi on sitä, kun kamera on paikallaan ja kiertyy vaakasuoraan. Yleensä kameran liikesuunta on vasemmalta oikealle. Vasemmalta oikealle liike mielletään eteneväksi ja oikealta vasemmalle palataan takaisin. Kun kamera kiertyy pystysuunnassa, puhutaan tiltauksesta. Kamera-ajossa kameralla lähestytään tai seurataan kuvattavaa kohdetta. Zoomauksessa kameran polttoväliä muuttamalla kohde lähenee tai loittonee. Tiivistyksessä käytetään joko zoomausta tai kamera-ajoa tiiviimmän kuvan saamiseksi, jotta saadaan näyttävämpi lopputulos. Myös kuvauskulmaa voi muuttaa kamerajalkaa nostamalla tai laskemalla. (Korvenoja 2004, 114–115.)

Kaikki kameran liikkeet on määriteltävä. Jos mahdollista, kuvaajan on parempi harjoitella kameran liikkeitä ennen kuvaamista. (Korvenoja 2004, 120.)

Esimerkiksi panorointi on haasteellista normaalilla tripodilla jalan keveyden ja lyhyen kääntövarren vuoksi. Kameran liikkeet kevyissä tuotannoissa onnistuvat parhaiten gimbaalin avulla. (Forsberg & Nord 2021, 32.)

On tärkeää rakentaa kameraliikkeet hallitusti ja harkiten. On parempi tehdä lyhyempiä, mutta tarkoituksellisempia kameraliikkeitä. Täytyy muistaa, että jos videoon lisätään musiikkia, myös kameran liikkeiden on vastattava musiikin rytmisiä. Jos musiikilla on nopea rytmi, kameran liikkeen pitäisi olla nopea. Hidas musiikki vastaa hitaita kameran liikkeitä. (Korvenoja 2004, 120–121.)

On olemassa yleisesti hyväksytyt kuvakoot. Kuvakokojärjestelmät auttavat videotuotantoprosessissa. Kuvassa 10 on minun piirtämiäni esimerkkejä. Yleiskuvassa (YK) näytetään ympäristö. Laajassa kokokuvassa (LKK) näytetään kohde ympäristössään. Kokokuvassa (KK) näytetään kohde kokonaan. Laajassa puolikuvassa (LPK) kohde on puolivälistä ylöspäin näkyvissä. Puolikuvassa (PK) esitellään puolet kohteesta. Puolilähikuvassa (PLK) esitellään noin 1/3 kohteesta.

Lähikuvassa (LK) keskitytään esim. ihmisten kasvoihin. Erikoislähikuvassa (ELK) esitellään esim. kohteen silmät.



Kuva 10. Kuvakoot.

Videokuvan koolle ja kuvataajuudelle on määritetty yleiset standardit:

- 720p: 720 pikseliä x 1280 pikseliä (korkeus x leveys), neliöpikselit, kuvasuhde 16:9 “laajakuva”, progressiivinen (koko kuva päivittyy kerralla).
- 1080i: 1080 pikseliä x 1920 pikseliä, neliöpikselit, kuvasuhde 19:9 “laajakuva”, lomitettu (vain joka toinen kuvan rivi päivittyy uudessa kuvassa).
- 1080p: 1080 pikseliä x 1920 pikseliä, neliöpikselit, kuvasuhde 10:9 “laajakuva”, progressiivinen.
- 2K: Elokvateollisuuden muoto, vakioleveys 2048 pikseliä, korkeus muuttuu resoluution mukaan (esimerkiksi 1152 normaalilla laajakuvasuhteella 16:9), neliöpikselit, progressiivinen.

- 4K: Samanlainen kuin 2K, kaksinkertainen vakioleveys 4096 ja muuttuva pystyresoluutio, neliöpikselit, progressiivinen.

Perimmäisessä mielessä elokuva koostuu sarjasta still-kuvia, jotka peräkkäin esitettynä luovat vaikutelman liikkeestä. Kuvataajuus eli fps (frames per second) viittaa ruutujen määrään sekunnissa, jonka kamera ottaa videota kuvattaessa. (Juniper & Newton 2011, 12–14.)

Monien kameroiden 30 fps ja 60 fps -vaihtoehdot juontuvat Yhdysvalloissa ja Japanissa käytössä olevasta NTSC-televisiojärjestelmästä. 25 fps noudattaa eurooppalaista PAL-järjestelmää, eikä vaadi kuvataajuuden mutkikasta muutosta editoinnissa. (Juniper & Newton 2011, 12–14.)

Suurta osa videomateriaalista ei koskaan katsota muualta kuin tietokoneen näytöltä, ja tietokoneet voivat näyttää lähes minkä tahansa kuvanopeuden. Tämä tarkoittaa, että videoksi voidaan kutsua materiaalia, joka ei noudata perinteisiä kuvataajuuksia (nettivideot yltävätkin vain harvoin 30 fps:n kuvataajuuteen). (Juniper & Newton 2011, 12–14.)

Päätin kuvata kaikki videot Full HD, 1920 x 1080 -resoluutiolla. En lähtenyt kuvaamaan 4k:na, 3840 x 2160, koska aion tehdä videomainoksen Internetiin. YouTube (ja muut palvelut) tukevat Full HD -resoluutioita ja Full HD -resoluutiota on vielä suhteellisen ”kevyt” editoida Adobe Premierellä. Haluaisin ottaa monia erilaisia otoksia ja säästää aikaa videokäsittelystä ja myös tilaa muistikortista.

Kuvasin valokuva- ja videomateriaalit Riika Anundin vuokraamassa työskentely- ja näyttelytilassa viihdekeskus Flamingossa Vantaalla. Kuvaaminen kesti yhden päivän aikana yhteensä neljä tuntia. Tarkoitukseni oli kuvata erilaisia video-otoksia siten, että mainokset ovat monipuolisia ja heijastavat projektin eri puolia. Valitsin itselleni useita mielenkiintoisia kuvausaiheita.

Ensimmäinen aihe on kuvaus siitä, kuinka Riika Anundi luo maalauksen (kuva 11). Päätin nimetä tämän videomainoksen myöhemmin ”Maalauksen luominen”. Riika halusi, että tässä videomainoksessa olisi ääni, missä lyijykynät ja pensselit kuulostavat hyvin voimakkailla ja selkeillä. Tästä syystä päätin käyttää lavaliier-mikrofonia, jonka kiinnitin taiteilijan vaatteisiin. Heti kuvaamisen alussa törmäsin vaikeuteen. Taiteilijan maalauksen koko oli melko suuri, ja huone, missä hän maalasi, oli pieni. Minun ei ollut mahdollista asetella kameraa sillä tavalla, että koko kangas olisi mahtunut videoon. Minulla ei ollut mukani riittävästi laajakulmalinssiä. Tästä syystä aloin kuvata otoksen taulun luomisesta. Jonkin aikaa kuvaamisen aloittamisen jälkeen päätin siirtää kameran huoneen ulkopuolelle ja jatkaa maalausprosessin kuvaamista läpinäkyvän vitriinin läpi. Mikrofonit pysyi koko ajan taulun vieressä, joten videoäänen nauhoittamista jatkettiin laadukkaana huolimatta siitä, että kamera oli jatkossa huoneen ulkopuolella. Mikrofonit lähetti äänen kameraan ilman johtoa, joten oli helppo vaihtaa kameran paikkaa.



Kuva 11. Videokuvaus “Maalauksen luominen”.

Toinen aihe on sisätilojen videokuvaaminen (kuva 12). Siinä ajattelin yhdistää suuren tilan ja sisustuksen yksityiskohtien, kuten taide-esineiden kuvaamisen, eli lähikuvat ja yleiskuvat. Nimesin tämän videomainoksen myöhemmin “Sisustuskuvaus”. Koska minulla ei ollut aikarajoituksia, sain eniten materiaalia tähän aiheeseen. Riikan Anundin työskentelytila oli erittäin kaunis, tyylikkäästi sisustettu ja oli täynnä mielenkiintoisia yksityiskohtia. Hänen maalauksensa, maalustelineet, maalit hienoissa purkeissa, videoesitykset seinillä ja abstraktit veistokset täyttivät tilan. Valtavat maalaukset yltyivät seinistä verhoihin, elivät mielikuvituksellisesti tulostettuina huonekalujen ja tynnyjen kankaissa ja toistuivat kirjojen kansissa. Tätä tilaa kuvatessani päätin tarkoituksella kuvata kameralla vasemmalta oikealle, eli käyttää panorointia. Ajattelin, että tämän kameran liikkeen takia samaan suuntaan pystyn yhdistämään video-otokset yhdeksi videomainokseksi helposti ja luonnollisesti. En voinut toteuttaa tätä ajatusta panoramakuvauksesta, koska se oli liian vaikea tehdä normaalilla tripodilla, joka minulla oli mukana. Lopulta tämä jäi leikkauspöydälle.

Osassa videoista kokeilin siirtää kameran tarkennuksen kohteesta toiseen. Katsellessani näitä videoita tietokoneella huomasin, että tämä efekti näyttää erittäin kauniilta. Osassa videoista on näkyvissä taiteilija. Hän ei katso kameraan eikä poseeraa, mutta on mukana työskennellessään ja näyttää siksi hyvin luonnolliselta. Yritin ottaa mahdollisimman monenlaisia otoksia, jotta niitä olisi helppo käyttää hyödyksi leikkausvaiheessa. Pidin tästä kuvaamisen osasta eniten.



Kuva 6. Videokuvaus "Sisustuskuvaus".

Kolmas kuvausaihe oli maalausmestarikurssi, minkä Riika Anundi piti pienelle tytölle ja pyysi minua kuvaamaan (kuva 13). Anoin tämän videomainoksen nimeksi "Maalausmestarikurssi". Tyttö tuli maalaustunnille äitinsä kanssa. Kerroin heille olevani opinnäytetyötä tekevä opiskelija, ja kerroin, mihin käyttöön video on tulossa. Pyysin lupaa kuvata ja he antoivat luvan. Tyttö oli pukeutunut asianmukaisesti. Hänen mekkonsa oli sopusoinnussa ympäristön kanssa. Tyttö maalasi innostuneesti kurssilla, kuunteli huolellisesti Riika Anundin neuvoja, eikä ujestellut kameraa. Huoneen valaistus oli erittäin pehmeä. Tyttö ja taiteilija näyttivät rennoilta. Kuvaaminen sujui hyvin.



Kuva 7. Videokuvaus "Maalausmestarikurssi".

4.3 Jälkituotanto

Videotuotannon viimeistä vaihetta kutsutaan jälkituotannoksi. Nyt tuotantovaiheessa syntyvän materiaalin käsittely alkaa löytää lopullisen muotonsa. (Sorkio 2019, 136.)

HD-video vaatii paljon suorituskykyä ja tallennustilaa tietokoneelta. Täytyy muistaa, että 12 minuutin video vaatii jopa 4 Gt tallennustilaa. Missä ja miten tiedos-

tot tallennetaan, riippuu sekä käytettävissä olevasta budjetista että luotavan materiaalin määrästä. Mediaspektrin yläreunassa voit määrittää videotuotantoon omistettun tiedostopalvelimen, kun taas halvin vaihtoehto on kopioida otoksesi tietokoneen kiintolevyille ja aloittaa niiden käsittelyn siellä. Riippumatta päätöksestäsi, muista, että kiintolevyt voivat rikkoutua - niillä on elinikä ja jossain vaiheessa ne lakkaavat toimimasta, jolloin kaikki työsi katoavat ikuisesti. Tästä syystä kaikki tärkeät tiedostot on suojattava varmuuskopioimalla ne. (Juniper & Newton 2011, 127.)

4.3.1 Materiaalin purku, merkitseminen ja valmistelu

Tallensin kaikki videot ja noin 20 valokuvaa omalle kannettavalle tietokoneelleni, joita tarvitsisin videon käsittelyssä. Nyt on vuoro tarkistella kaikkea materiaalia tietokoneella, lajitella se, valita onnistuneet otokset ja poistaa epäonnistuneet, antaa tiedostoille oikeat nimet, jotka auttavat jatkamaan projektin työstämistä. Lajittelin kolmen aiheen mukaisesti videoleikkeet, joista oli tarkoitus tehdä videomainoksia. Nimesin kansiot videomainosten aiemmin valittujen nimien mukaisesti (kuva 14).



Kuva 8. Kansioiden luominen ja nimeäminen videoleikkeiden lajittelua varten.

Poistin joitakin videoita heti ensimmäisen katselun jälkeen. Oli useita syitä, miksi poistin osan videoista. Joissakin niistä kameran liikkeet olivat liian teräviä ja nopeita tai kameran tärinä oli havaittavissa. Yleensä tarkoitukseton kameran liike häiritsee ja ärsyttää videoita katsellessa. Oli myös turhaa tallentaa tylsiä, täysin staattisia videoleikkeitä, joissa ei tapahtunut mitään eikä kameran liikettä ollut. Poistin noin kolmasosan kuvamateriaalista. Jaoin loput videot kolmeen aiemmin luomaani kansioon helpottaakseni työskentelyäni. Kaikki eivät olleet täydellisiä, mutta niitä oli tarkasteltava tarkemmin.

4.3.2 Leikkaus

Leikkaus on yleisin tapa otoksien sijoittamiseen, poistamiseen ja pituuden rajoittamiseen (Välikylä 2005, 76).

Leikkauksista huolehtiminen on vain pieni osa kuvaajan työtä. Käytännössä on kuitenkin usein hyödyllistä, jos tuntee toiminnan perussäännöt.

Suora leikkaus tarkoittaa yksinkertaistettuna välitöntä siirtymistä kamerakulmasta toiseen. Operaatio suoritetaan, jotta yleisölle olisi näkyvissä kaikki kohtauksesta tarvitsemansa tiedot ja halutaan siirtyä eri kulmasta esimerkiksi lähemmäksi kohdetta. Ihanteellisessa tapauksessa on olemassa selvä motiivi siirtymälle. (Juniper & Newton 2011, 136.)

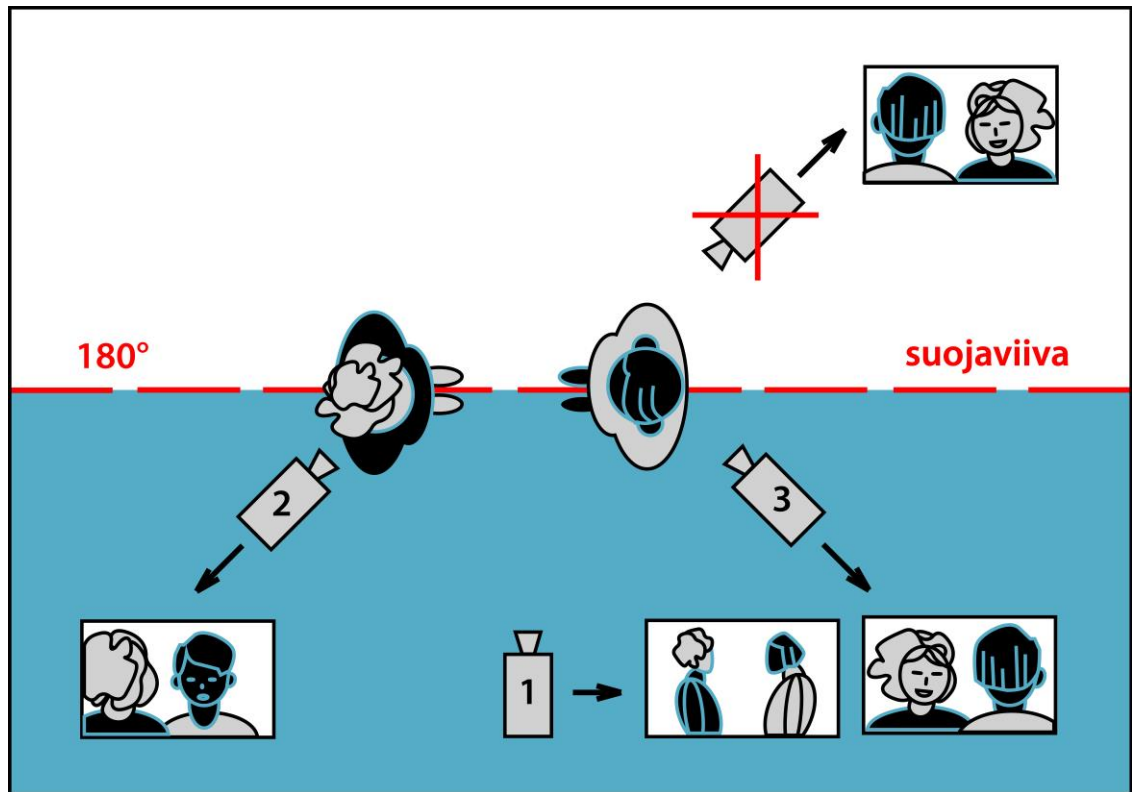
Pääsääntöisesti otoksen pituutta tulisi rajoittaa siten, että katsojan kiinnostus säilyy ja tarina kehittyy - olipa kyseessä haastattelu, jota voidaan lyhentää vuorotellen haastattelijan ja haastateltavan kanssa, tai tarinan kertominen. Muissa tuotantotyypeissä on aina kohta, jossa yksi otos päättyy ja toinen alkaa (Juniper & Newton 2011, 42.)

Kohtauksen pituudelle ei ole yhtä tarkkaa määritelmää, mutta kerronnassa se tarkoittaa yleensä saman tapahtuman rajausta ja saman tapahtuman kuvattuja otoksia. (Juniper & Newton 2011, 43.)

Kuvatessasi elokuvaa varmista aina, että siinä on paljon leikkauksia. Yksittäiskuvat ovat lyhyitä otoksia pienestä kohteesta, joita voidaan lähikuvien tapaan käyttää tavallisten kuvien täyttämiseen, jotta ne näyttävät houkuttelevammilta, tai näyttää muita yksityiskohtia, jotka selittävät muita tapahtumia katsojalle. Leikkauskuvat voivat toimia myös ristihäivytyksenä kahden otoksen välillä. (Juniper & Newton 2011, 54.)

Jatkuvuusleikkaus on elokuvan leikkaustyyli, jonka tavoitteena on tehdä elokuvasta toiminnaltaan mahdollisimman luonnollinen ja saada siihen ehjä aikajakumo tapahtumien jatkuessa leikkauskohtien välillä mahdollisimman luontevasti. Jatkuvuusleikkauksissa ajan, paikan, nopeuden ja toiminnan jatkuvuus säilytetään yli leikkausrajojen. Se on yleisimmin käytetty editointityyli erityisesti Hollywoodissa ja länsimaisessa elokuvassa. (Holmes 2004–2009.)

Suojaviiva-käsite on yksi tärkeimmistä asioista kuvattaessa ja editoitaessa. Suojaviiva on linja, joka kulkee kahden tärkeän pisteen välissä lähellä kameraa (kuva 15). Viiva muodostaa tason 180 asteen kulmassa, josta on valittava jompikumpi puoli. Liike, toiminta tai katse voi myös muodostaa suojaviivan. Suojaviivaa ei saa ylittää leikkaamalla, koska näkö- tai liikesuunta ei saa muuttua. Kuvatussa ei saa ylittää suojaviivaa, koska se voi hämmäntää katsojaa. Suojaviiva määrittää ja järjestää kuvauskulmat ja auttaa katsojaa ymmärtämään toiminnan suunnan, tilan ja ihmisten suhteellisen aseman kuvassa. Suojaviiva muuttuu, kun kamera liikkuu tai kun esiintyjä liikkuu. (Korvenoja 2005, 126.)



Kuva 9. Suojaviiva.

B-rulla on yksinkertaisesti materiaalia, joka voidaan lisätä videoon leikkausvaiheen aikana, jolloin se saa lisää kontekstia. Jos varaat aina aikaa B-rullille kuvaustilanteessa, leikkaaminen helpottuu merkittävästi, koska joudut aina tilanteisiin, joissa sinun on kyettävä leikkaamaan pitkä otos keskeyttämättä ääniraidan jatkuvuutta. (Juniper & Newton 2011, 55.)

Suoran leikkauksen lisäksi käytetään kohtauksesta toiseen siirtymisessä myös ristikuvaa. Ristikuvan lisäksi siirtymistä otoksesta toiseen voidaan animoida monella muulla tavalla, joista monet ovat tuttuja minkä tahansa muokkausohjelman valikoimassa. Todennäköisesti yleisin näistä on pyyhkäisy, jossa yksi muoto on animoitu, kun kuvan poikki otoksen muuttuu toiseen nopeasti. Täysin digitaalisessa prosessissa on tilaa kaikenlaisille siirtymille. (Juniper & Newton 2011, 137.)

Siirtymää ei aina tarvitse lisätä leikkausvaiheessa. Kaikki liikkeet, jotka tapahtuvat kuvaamisen aikana, kuten panorointi kohteesta toiseen, tarkennuspisteen vaihtaminen tai zoomaus, voidaan myös nähdä siirtymänä. On järkevämpää pitää siirtymät pelkistettyinä ja varmistaa, että katsoja keskittyy videoon eikä sen luomiseen käytettyyn tekniikkaan. Jos katsoja ei kiinnitä huomiota leikkauksiin, on onnistuttu pitämään tarinaa tärkeimpänä elementtinä. (Juniper & Newton 2011, 137.)

Tätä videota leikkasin muutaman päivän ajan. Leikkaamisen tein Adobe Premiere Pro 2021 ja Adobe After Effects 2021 -ohjelmistoilla (kuva 16). Käytin kyseisiä ohjelmia, koska ne olivat jo ennestään tuttuja ja mielestäni suhteellisen monipuolisia.



Kuva 16. Adobe Premiere Pro 2021.

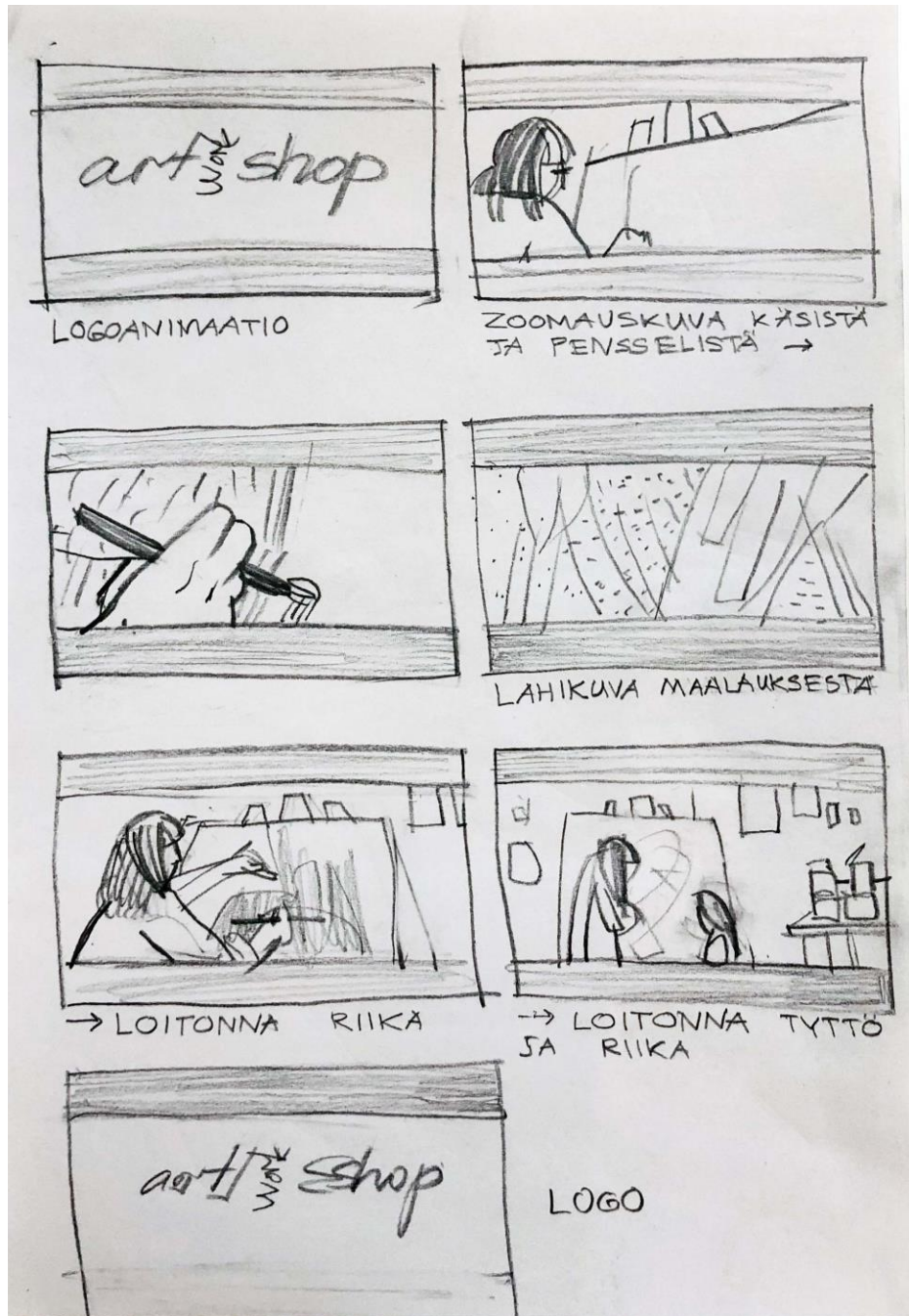
Premiere-ohjelmistolla lähdin kansioimaan materiaalit käyttökelpoisiin tiedostoihin. Nimesin myös jokaisen tiedoston sille kuuluvalla nimellä, esimerkiksi “Maalien sekoittaminen paletille_1”. Tämän jälkeen lähdin tekemään alustavaa sekvenssiä. Lisäsin After Effectsillä logon ja alustavat grafiikat. Tein värikorjailun. Tämän jälkeen lähdin käsikirjoitusrunon mukaisesti rakentamaan kokonaisuutta. Lisäsin myös alustavat grafiikat. Ensimmäisen version jälkeen lähdin hiomaan sekä klippejä että ääniä. Joillekin leikkeille aloin etsiä sopivaa musiikkia. Palasin takaisin leikkauspöydälle ja tein tarvittavat muutokset. Tämän jälkeen hioin vielä grafiikkoja ja tein lopullisen värimäärityksen. Värimäärityksen jälkeen tein vielä tarvittavat korjaukset. Leikkauksen jälkeen eksportoin videot oikeisiin muotoihin ja lähetin vielä viimeiselle tarkastuskierrokselle ennen toimittamista asiakkaalle. Työstin itselleni editointikaavion, jota hyödynsin videoissa helpottaakseni työskentelyä (kuva 17).



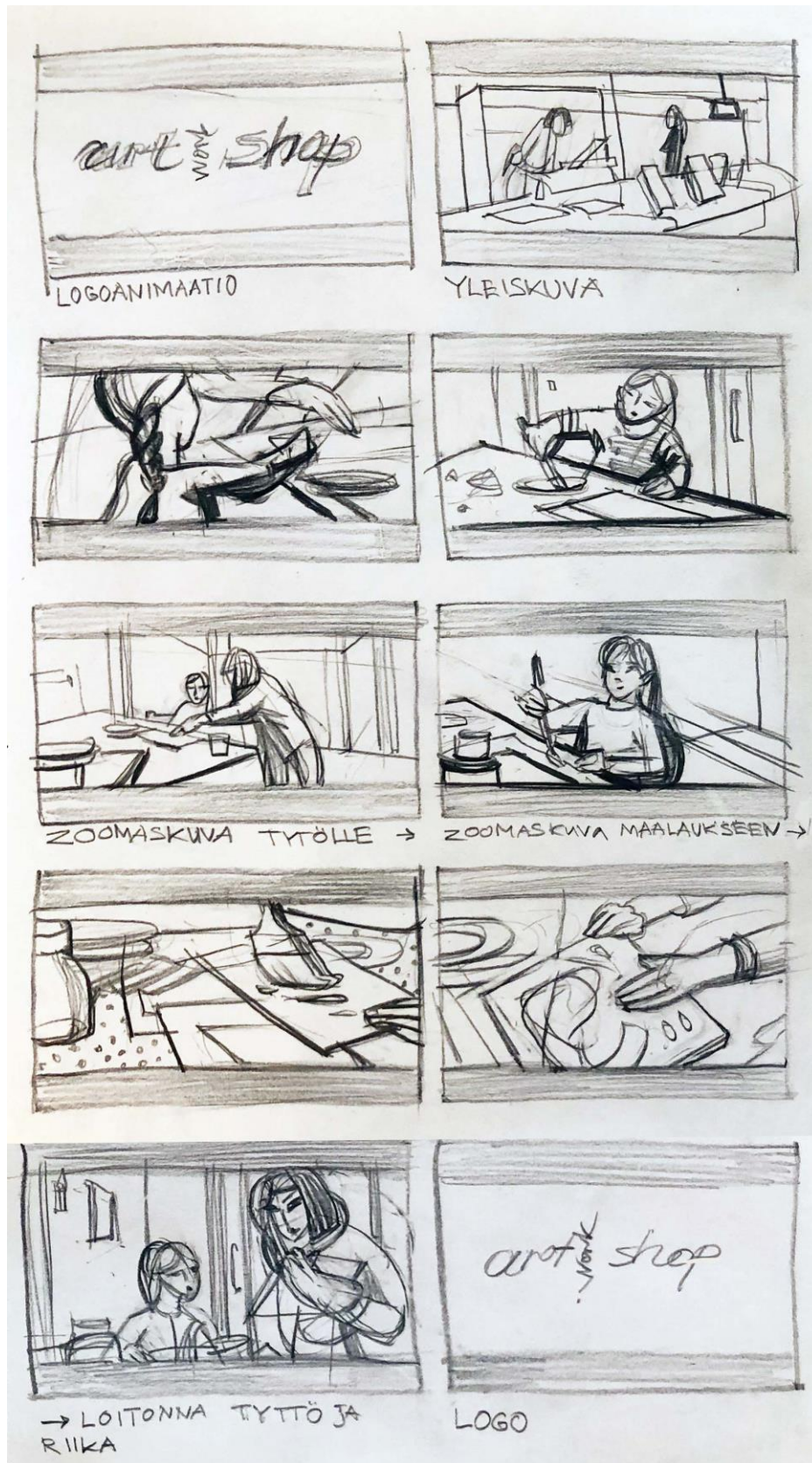
Kuva 17. Editointikaavio Artworkshopin sarjalle.

Ennen leikkausvaihetta piirsin leikkauksikirjoituksen (kuvat 18–20).

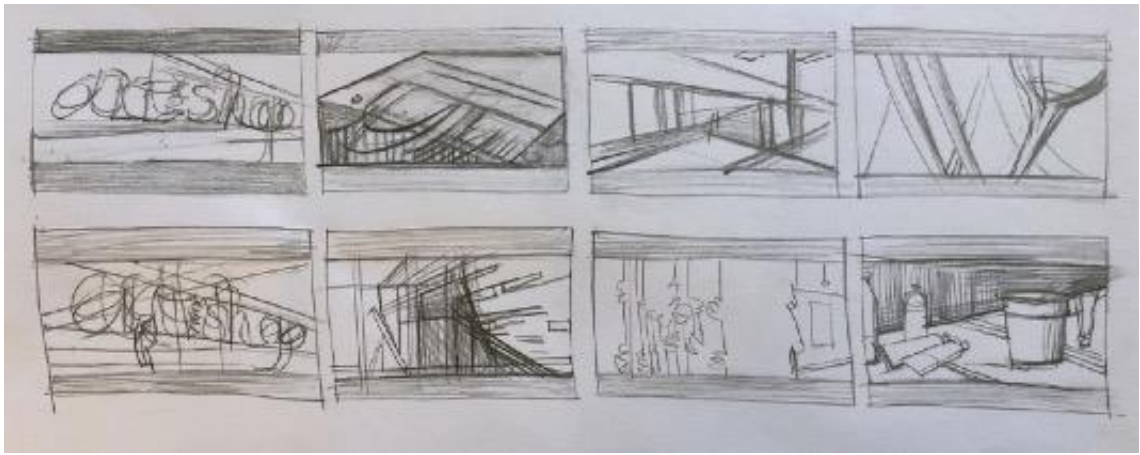
Leikkauksikirjoitus tehdään kuvausvaiheen jälkeen elokuvan leikkausta varten. Sitä saatetaan tarvita esimerkiksi, jos ennakkosuunnitelmat eivät pitäneet käään paikkaansa, kaikkia kohtauksia ei pystytty kuvamaan tai on tullut uutta materiaalia. (Aaltonen 2002.)



Kuva 18. Kuvakäsikirjoitus "Maalauksen luominen".

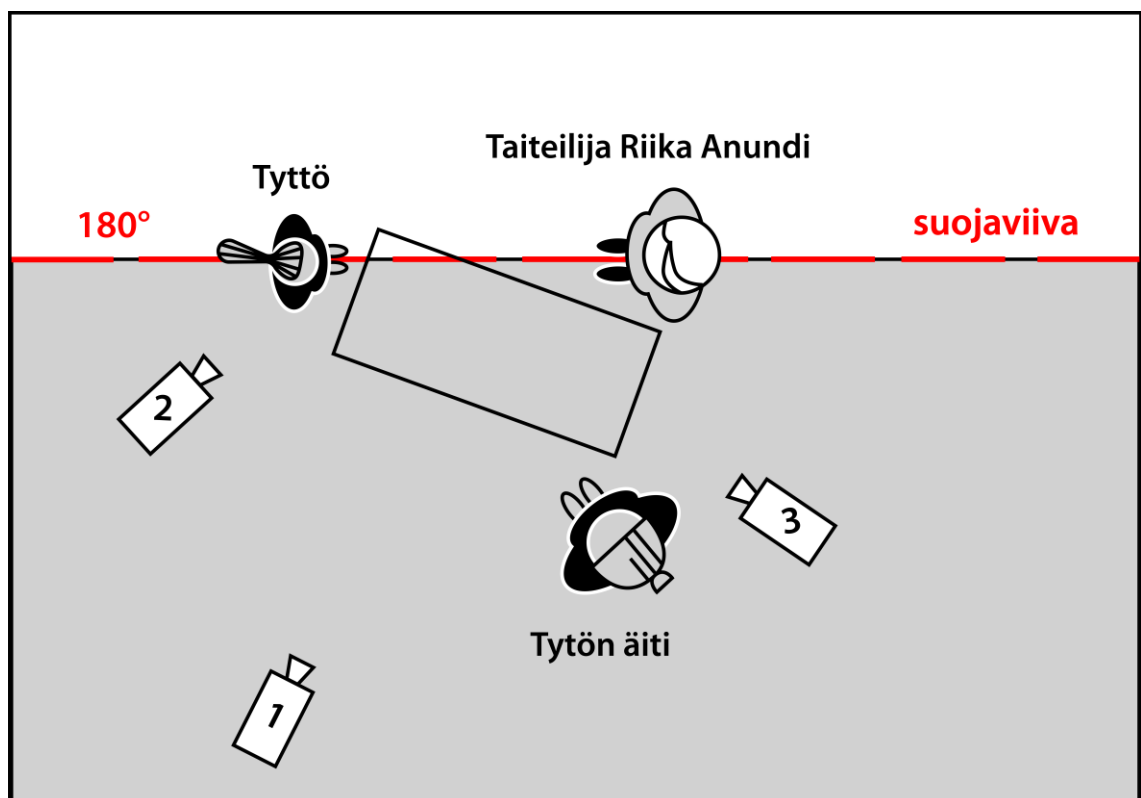


Kuva 19. Kuvakäsikirjoitus "Maalausmestari".

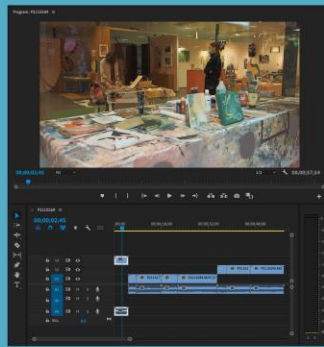


Kuva 20. Kuvakäsikirjoitus "Sisustuskuvaus".

Havainnollistamiseksi katsotaan tarkemmin "Maalausmestarikurssi" -videon leikkausprosessi. Kuvassa 21 on näkyvissä kameroiden asettaminen videokuvauksessa. Kuvassa 22 on leikkaus ja kuvakokojen valinta.



Kuva 10. Kameroiden asettaminen "Maalausmestarikurssi" videokuvauksessa.



Kamera 1 _YK



Kamera 2_PLK



Kamera 3_PLK



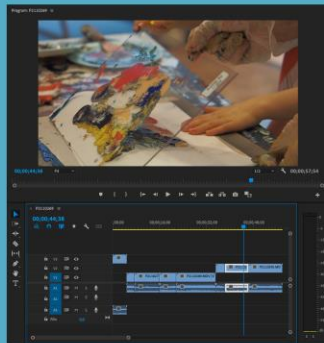
Kamera 3_LK



Kamera 3_PLK



Kamera 3_PK



Kamera 3_PK



Kamera 3_PK

Kuva 11. Leikkausprosessi "Maalausmestarikurssi".

4.3.3 Värikorjailu

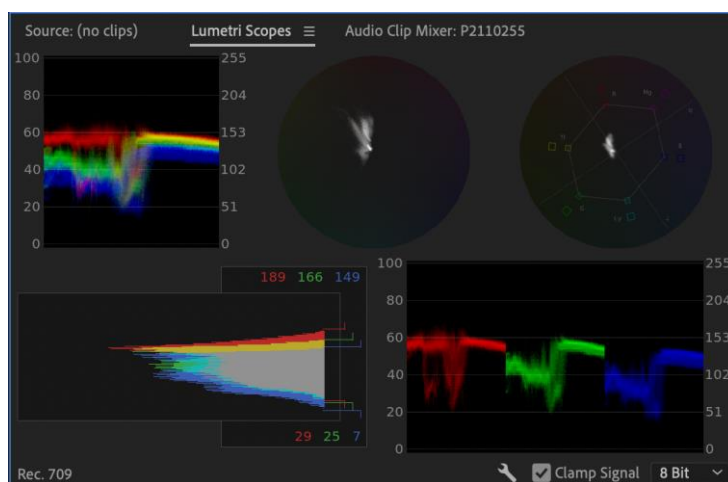
Värikorjailun ja -määrittelyn kautta video saa yhtenäisen ja täydellisen ilmeen. Kirkkautta ja kontrastin säätäminen lisää videon realistisuuden tunnetta. Käyttämällä väriä korjailua voi luoda visuaalisen ilmeen videoon ja välittää tunteita. Myös valkotasapainon korjaaminen on tarpeen, jos video koostuu eri osista. (Juniper & Newton 2011, 150.)

Värien luokittelukonsepti korostaa yhdenmukaisten värien käyttöä värimallista toiseen, mutta kokeneen käyttäjän käsissä samoilla työkaluilla voidaan muuttaa värien hienovaraisista muuttamista. Koska värikorjaus tehdään otos kerrallaan ja riippuu paljolti edellisen ja seuraavan otoksen ominaisuuksista, se on parempi tehdä vasta leikkauksen päätyttyä. (Juniper & Newton 2011, 150.)

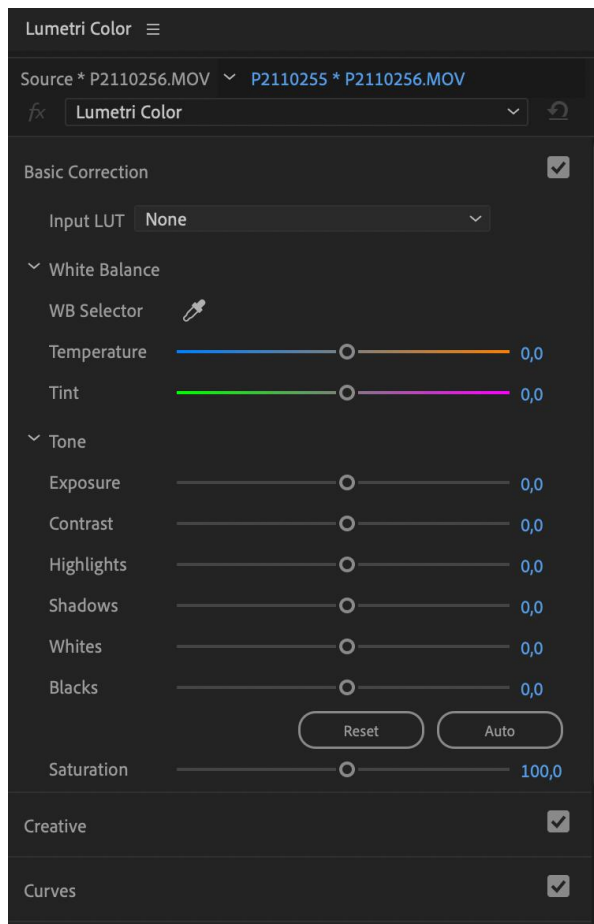
Kaikki videot eivät vaadi värimäärittelyä, mutta kaikkien pitäisi tehdä jokin värikorjaus (Sorkio 2019, 140–141).

Värikorjailu on työkalu, jolla voidaan säätää sävyä ja kirkkautta erikseen tummille alueille, keskisävyille ja vaaleille väreille. Nämä suodattimet on määritettävä ja käytettävä jokaiselle otokselle. (Juniper & Newton 2011, 150.)

Värien muokkaus on tehtävissä Adobe Premiere Pro ohjelmassa. Ensimmäinen on säädettävä värisävy (hue), kylläisyys (saturation), kirkkaus (luuma) ”Color” välilehdessä. Ne ovat kolme perustermiä, joita käytetään värien määrittämiseen. Ohjelman yläosassa näemme paneelin ”Lumetri Scopes”, joka avautuu vasemmalle. Yläosassa olevassa keskimmaisessa osassa näemme otoksen, jota käsittelemme, ja näemme sen värien muutokset. Oikeassa yläkulmassa näemme paneelin ”Lumetri Color”, missä voimme muuttaa värejä. Nämä paneelit näkyvät selvästi kuvassa 23. Kannattaa myös nostaa esille paneeli ”Effect Controls”, joka näkyy kuvassa 24 oikeassa alakulmassa. Tämän paneelin avulla voit tehdä erilaisia tehosteita, kuten esimerkiksi värimaskien lisääminen ja seuranta.

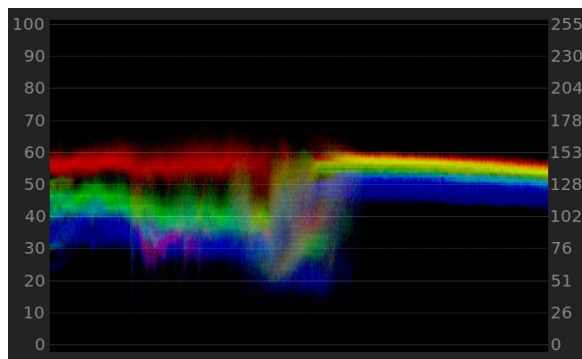


Kuva 12. Paneelit ”Lumetri Scopes”.

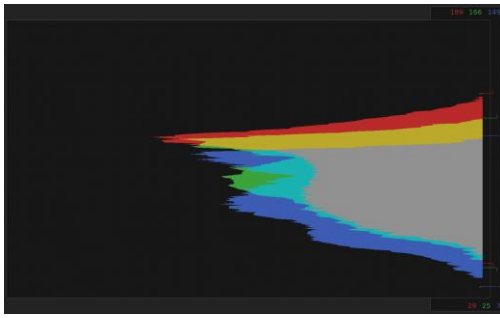


Kuva 13. Paneeli "Lumetri Color".

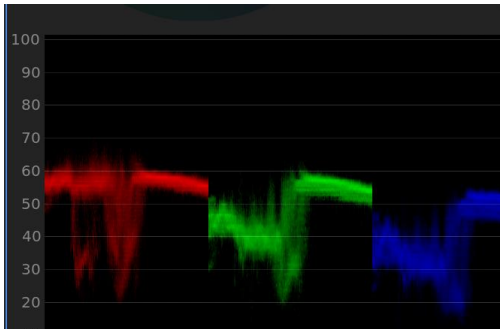
Katsotaan tarkemmin paneeliin "Lumetri Scopes". Täällä paneelissa "Waveform" (kuva 25) ja "Histogram" (kuva 26) voidaan korjata. "Parade (RGB)" paneeli (kuva 27) on hyödyllinen valkotasapaino-ongelmien korjaamisessa. Kuvioissa punaiset ja vihreät aallot ovat sinisen yläpuolella. Tämä tarkoittaa, että video-otokset ovat väriltään liian lämpimiä. "Vectorscope" (kuvat 28–29) vastaa suoraan väripyörää. Mitä pidemmälle jälki ulottuu taajuuden keskeltä, sitä kylläisemmät tai kirkkaammat värit ovat. (Riddle 2019.)



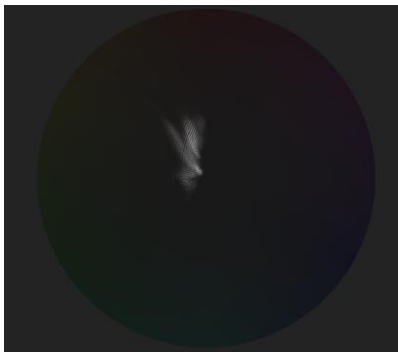
Kuva 14. Paneeli "Waveform".



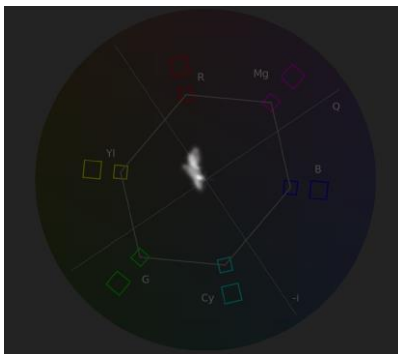
Kuva 15. Paneeli "Histogram".



Kuva 16. Paneeli "Parade (RGB)".

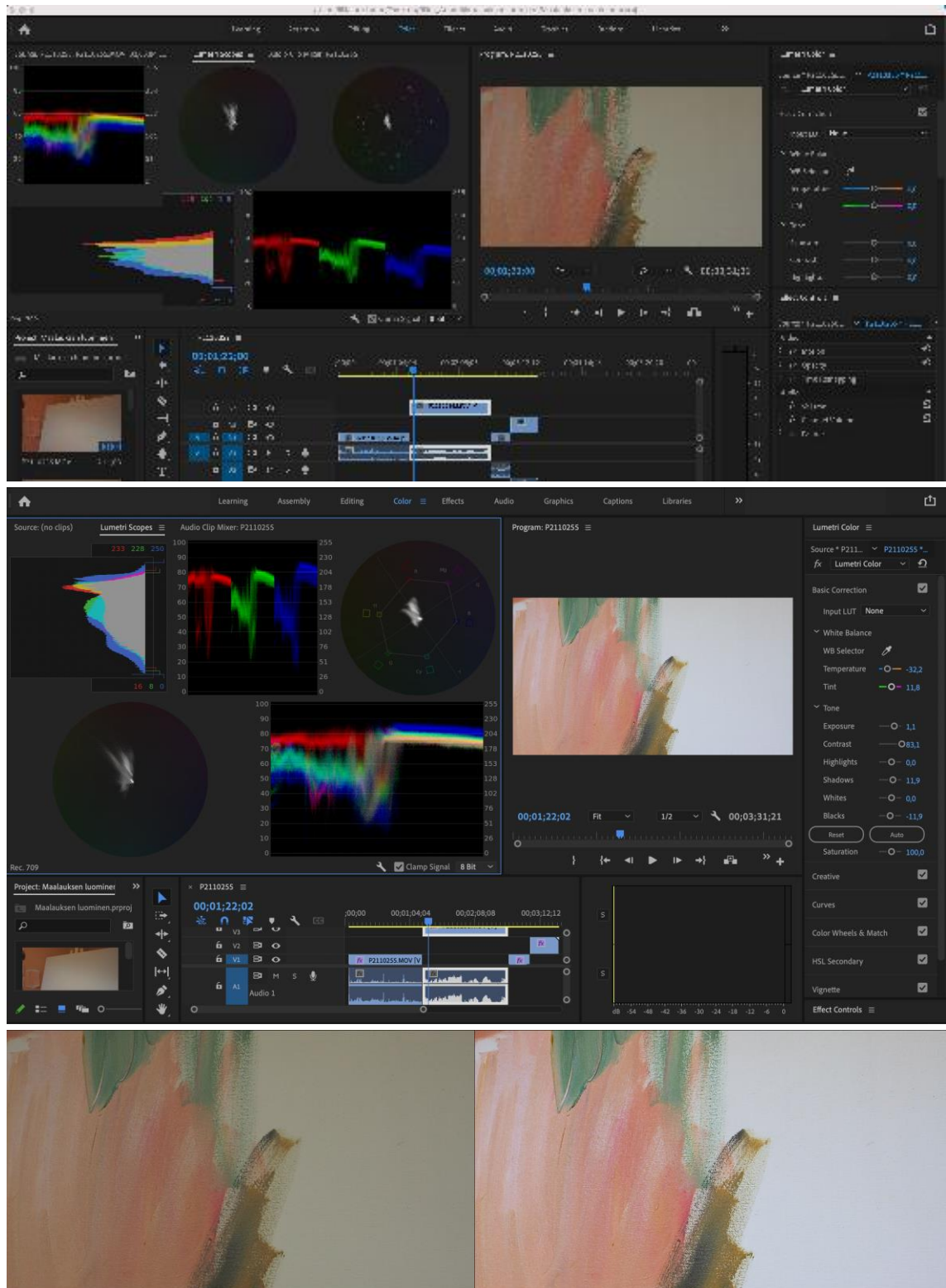


Kuva 17. Paneeli "Vectorscope HLS".



Kuva 29. Paneeli "Vectorscope YUV".

Kuvassa 30 nähdään, miltä video ja paneelit näyttävät ennen ja jälkeen värikorjauksen. Videon värikorjailu tehtiin Adobe Premiere Pro 2021 -ohjelmalla.



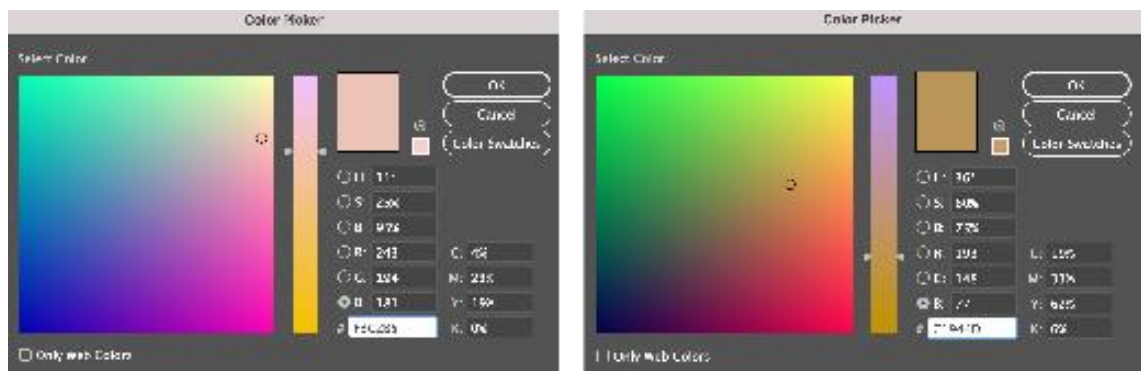
Kuva 18. Värikorjailu ohjelmassa Adobe Premiere Pro 2021.

4.3.4 Muu jälkikäsittely ja tehosteet

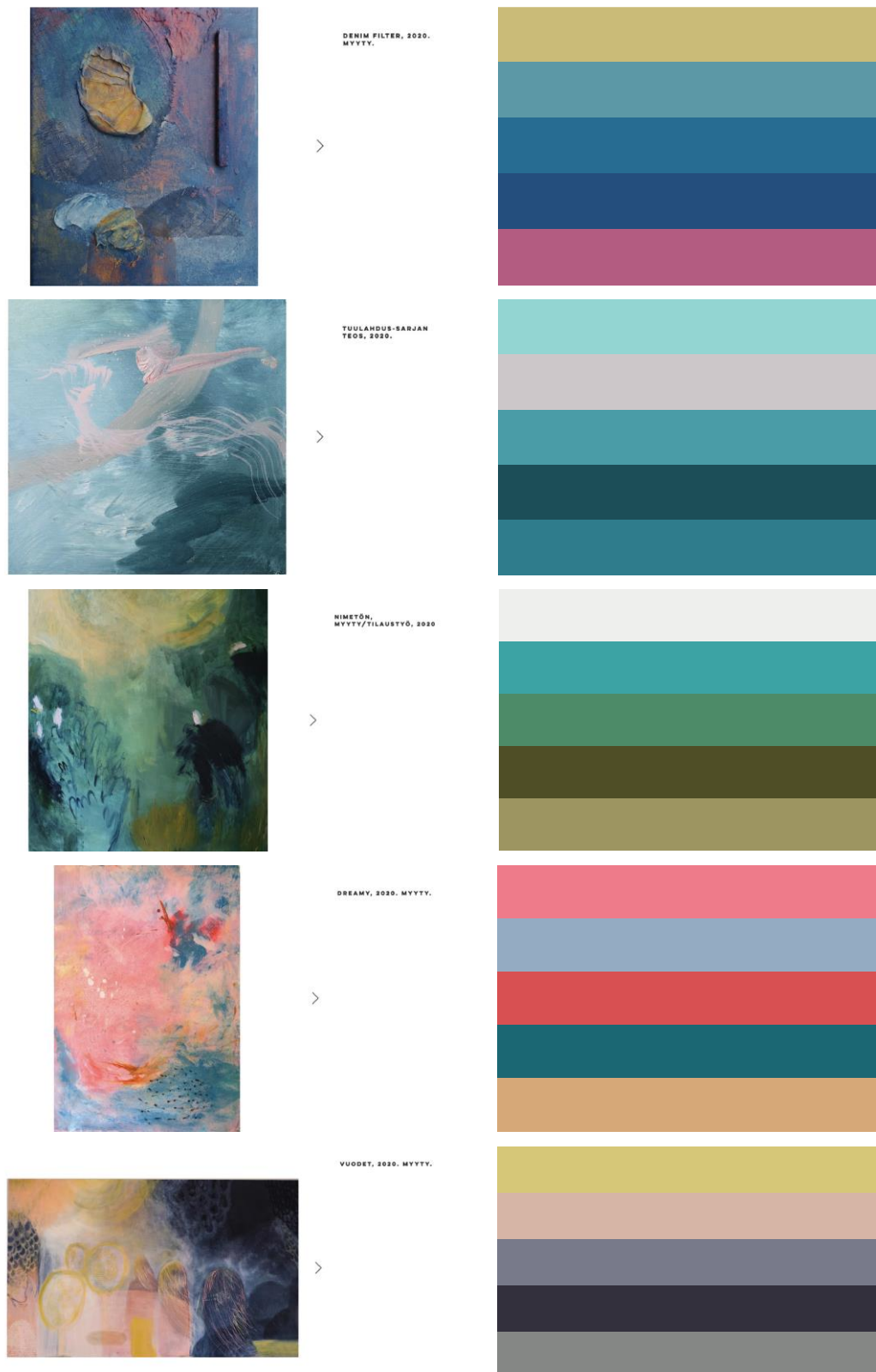
Videomainontaa varten sain Riika Anundilta Artworkshop-projektin logon (kuva 31) EPS- ja Ai-formaatissa ja logossa käytetyt värit (kuva 32). Lisäsin logon kaikkien videoiden alkuun ja loppuun. Sain myös idean käyttää graafisia elementtejä: Riika Anundin yrityksen väreissä olevia raitoja. Päätin animoida logon mainoksen alussa. Halusin myös lisätä värejä, jotka sopivat hyvin logoon, koska logon kaksi väriä eivät riittäneet minulle. Minulle heräsi kysymys, mitä värejä minun pitäisi lisätä. Syntyi ajatus valita muutama taiteilijan maalauksista, analysoida niitä ja tehdä väripaletteja analyysin perusteella. Tulos näkyy kuvassa 33.



Kuva 19. "Artworkshop"-logo.



Kuva 20. "Artworkshop"-logossa käytetyt värit.



Kuva 21. Taiteilijan maalausten mukaan luodut väripaletit.

Erilaisista väripaleteista valitsin yhden ja lisäsin sen PNG-tiedoston projektiin After Effectissa. Käytin "Fill"-efektiä logoon. Sen jälkeen käytin "Auto-trace"- ja

“Stroke”-tehostetta. Seuraava tehoste, jota käytin, oli “Radial Wipe”. Logon värjäämiseen käytin värejä tekemästäni paletista (kuva 34). Näin syntyi logoanimaatio, jota käytin videomainosten alussa.



Kuva 22. Logoanimaatio.

4.3.5 Äänet ja taustamusiikki

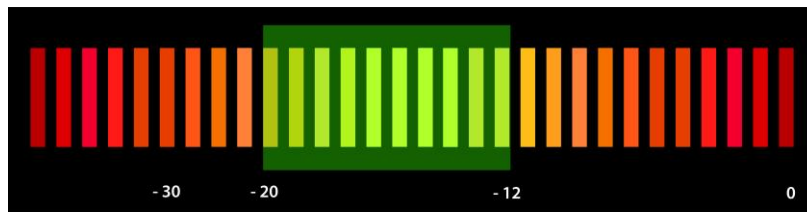
Äänitys ja äänittäminen ovat keskeisiä kuvaamisen kannalta. Joskus ääni voi olla tärkeämpää ilmapiirin kannalta kuin liikkuva kuva tai muu sisältö. Ei pitäisi koskaan kuvata ilman ääntä. Aina kannattaa kuvata ainakin käyttäen kameran mikrofonia. Kuvan tarkoitus voi myös muuttua, jolloin tallessa olevalle äänelle voi tulla käyttöä. Yksinkin kuvatessa äänen tallentaminen on niin vaivatonta, että se kannattaa tehdä. Ääni tallennetaan videolle samalla, kun kameralla kuvataan. Nykyään jokaisen ammattimaisen videokuvaajan on myös hallittava äänityksen perusteet. (Korvenoja 2005, 171.)

Jos haluat laadukasta ääntä, mutta jostain syystä kameran sisäänrakennettu äänitystoiminto ei riitä, kaikki ei mene kuitenkaan hukkaan. Yksittäisen äänen tallentaminen ja lisääminen jälkituotannossa on myös helppoa klaffitaulua käyttämällä. Kun halutaan lisätä ulkoisesti tallennettua ääntä, pitää vain tietää, mikä äänite kuuluu mihinkin otokseen (teksti klaffitaulussa) ja se on se hetki, jolloin ääni- ja videotallenne synkronoidaan. Tämä on taputtamisen/klaffin tarkoitus: ääniraidalle tulee kova ääni ja samalla klaffin laskeutuminen näkyy kuvan tarkkuudella nähdä leikkausvaiheessa. (Juniper & Newton 2011, 94–95.)

Prosessin loppuun saattamiseksi kohta, otos ja otto (tai vastaava luokitus) on myös sanottava mikrofoniin, jotta leikkaaja voi yhdistää äänitteen video-otokseen. Synkronointiin ei oikeastaan tarvita muuta kuin jokin äänimerkki, kuten esimerkiksi käsien lyöminen yhteen. Kun videokuva ja ääni siirretään digitaaliseen leikkausohjelmaan, äänien signaali esitetään aaltomuodossa. (Juniper & Newton 2011, 94–95.)

Kaikissa perusprojekteissa on tärkeää käyttää parempia tallennuslaitteita kuin kameran sisäänrakennettu mikrofoni. Mikrofonin asentaminen pieneen kameran runkoon vaatii laadusta tinkimistä, minkä lisäksi sisäänrakennettu mikrofoni saattaa usein myös tallentaa kameran omia käyntiäänä.

Äänittäjän päätehtävä on varmistaa, että äänitys on oikealla tasolla. Äänenvoimakkuus mitataan desibeleinä (dB) ja yleensä suhteellisessa asteikossa, jossa nollopiste on maksimissaan. Tallennustasoalueen taso, jota kannattaa tavoitella tallennuksen aikana, on -20... -12 dB. Oranssit alueet edustavat hiljaisia ja kovaa ääniä, ja punaisia alueita molemmissa päissä tulee välttää. Todella kovat äänet voi olla vain hetkellisiä, mutta niitä tulisi muuten välttää (kuva 35).



Kuva 23. Äänenvoimakkuus.

Ääni on puolet videosta. Useimmissa tapauksissa tämä johtuu siitä, että katsojien on helpompi antaa anteeksi pienet videohäiriöt kuin ääniraidan ongelmat. Kuuluu ei-toivottua elektronista huminaa, napsautuksia, nauruja ja näyttelijöiden hengitystä, ja jokainen ongelma joko häiritsee videon katselua tai vaikuttaa lopputulokseen. Editointityökaluilla voidaan yleensä lisätä myös ääniraitoja, kuten kerrontaa tai musiikkia – mutta tämä esitetään eri tavalla. Haittana on, että näissä ohjelmissa ei yleensä ole mahdollista säätää äänenvoimakkuutta sisällön tai tarkan ajan mukaan. Joissain muokkausohjelmissa on mahdollista säätää vasemman tai oikean stereokanavan äänenvoimakkuutta tai tasoa erikseen, jotta äänilähde asetetaan oikeaan paikkaan. (Juniper & Newton 2011, 146.)

Kun haluat saada korkealaatuisen äänen helposti, äänitasojen oikea säätäminen on ehdottoman välttämätöntä. Aivan kuten ylivalotus tuhoaa kuvatiedot, liian korkeat äänitasot aiheuttavat napsautuksia ja kohinaa, jotka heikentävät äänenlaatua. Kiinnitä huomiota äänenvoimakkuuteen sekä äänittäessäsi että leikatessasi videokuvaa tietokoneella.

Hyvälaatuinenkin tallenne on todennäköisesti korjattava ennen kuin se on valmis esitettäväksi. Yksi syy on se, että tavalliseen puheeseen liittyvät häiritsevät äänet ovat heti havaittavissa, jos ne toistetaan suurella äänenvoimakkuudella.

Saatavilla on kaksi tekniikkaa, jotka parantavat dramaattisesti korkealaatuisiakin äänitteitä. Molempien ytimessä on ”kohinajälki”, joten on aina tärkeää äänittää muutaman sekunnin taustääniä, kun kukaan ei puhu. Kohinaraita on jakso taustääniä, joita tietokone voi käyttää etsimään ei-toivottuja taustääniä ja poistamaan ne sitten koko tallennuksesta tai korvaamaan ärsyttäviä ääniä. (Juniper & Newton 2011, 148–149.)

Jos ääni on tallennettu erillisellä tallentimella, ääni on synkronoitava kuvan kanssa leikkausvaiheessa. Jos tiedät kuvaamisen aikana, että ääni on synkronoitava myöhemmin, sinun tulee esimerkiksi taputtaa kädet yhteen kameran edessä kohtauksen alussa. Äänen ja kuvan välinen yhteys on helppo löytää editointivaiheessa. Hyvin usein ääni on liian hiljainen. Äänenvoimakkuuden lisääminen ei ole vaikeaa, mutta siinä on ongelma. Kun vaimennettu puhe kasvaa, myös melun äänet lisääntyvät. Jos lisäät äänenvoimakkuutta, summeri häiritsee. Joskus ääniraidan taustalle tallentuu jatkuvaa kohinaa. Editointiohjelmistossa on suodattimet näiden äänien poistamiseksi. (Välikylä 2005, 105–106.)

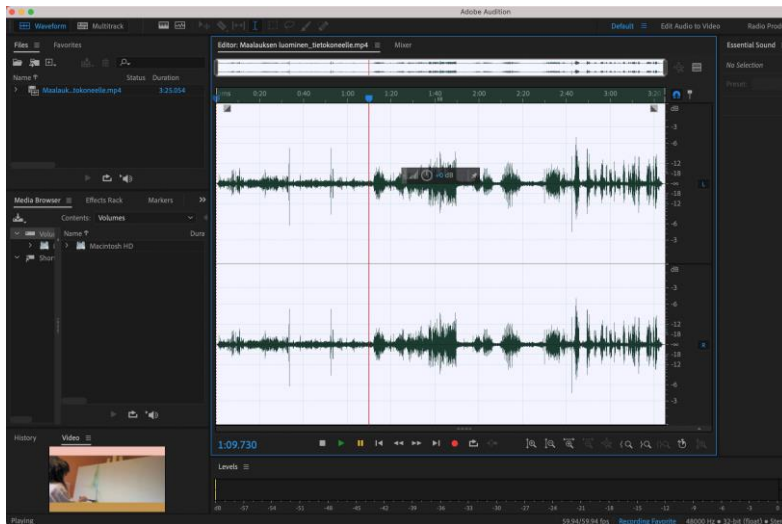
Mitä tulee äänitehosteisiin, suurin osa tehosteista voidaan ja usein äänitetään kuvaamisen yhteydessä. Tuolloin ne ovat aitoja. Näyttelijöiden, esiintyjien tai haastateltavien huomautukset ja repliikit saa paremmin talteen mitä lähempänä mikrofoni on. (Välikylä 2005, 137–140.)

On monia tapoja käyttää musiikkia videossa. Voit lisätä musiikkia vain videon taustaan, ettei tunnelma olisi liian hiljainen. Parhaimmillaan musiikkia voidaan kuitenkin käyttää tarinankerronnan ja tunnelman luomisen välineenä. Joissakin tapauksissa haluat ehkä leikata videosi musiikin mukaiseksi eikä päinvastoin. Toisin sanoen leikkaus alkaa musiikin valinnalla ja video leikataan sen mukaisesti. Musiikin selkeä melodia tai rytmi erottuu ääniaallosta. On hyvä tehdä leikkauksia niissä kohdissa, kun musiikissa tapahtuu muutoksia. Esimerkiksi rumpujen lyöminen on hyvä ankkuri. Kun yrität seurata leikkausmusiikin melodiaa, leikkausten on seurattava ääniraidan muutoksia tarkasti, muuten kohtaus ei näytä kovin hyvältä. (Välikylä 2005, 102.)

Elokuvamusiikki tehokkaasti määrittää kohtauksen sävyn: uhkaava musiikki lisää lavapelkoa, kun taas iloinen, leikkisä musiikki valaisee sitä. Musiikkilähteisiin on kuitenkin kiinnitettävä erityistä huomiota, varsinkin jos työ on jaettava suurelle yleisölle Internetin kautta. Aivan kuten omistat elokuviesi ja valokuviesi tekijänoikeudet, musiikki on yleensä jonkun omaisuutta, eikä sitä saa käyttää ilman lupaa. Siksi on joko hankittava lupa tekijänoikeuden haltijalta, maksettava jollekulle musiikin säveltämisestä ja esittämisestä tai etsittävä lisensoimatonta musiikkia käsiisi. Ilmaista musiikkia voi löytyä verkkosivustoilta. (Juniper & Newton 2011, 65.)

Pieni askel eteenpäin tähän verrattuna ovat edulliset, vuosimaksulliset kirjastot, joiden musiikkia voidaan käyttää loputtomasti vuosimaksulla. Useimmissa musiikkiarkistoissa on pyydettävä lupa tunnisteiden luomiseen erikseen. (Välikylä 2005, 137–140.)

Tässä videotuotannossa tein erilaisia videomainoksia. Ensimmäisessä videossa päätimme käyttää alkuperäistä ääntä. Ääni on käsiteltävä Adobe Audition ohjelmassa, että se kuulostaa paremmalta (kuva 36). Paneelissa "Favorites" täytyy valita "Start Recording Favorite..." Nyt on valittava se osa ääniaallosta, josta kukaan ei puhu. Paneelissa "Effects" on napsautettava "Noise Reduction/Restoration" ja "Capture Noise".



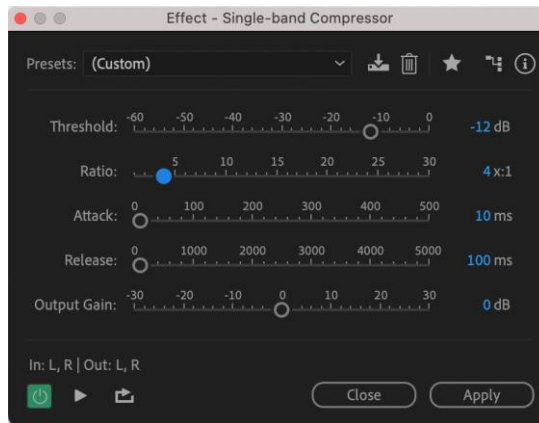
Kuva 24. Adobe Audition -ohjelma.

Seuraavaksi paneelissa "Noise Reduction/Restoration" on valittava "Noise Reduction/Process..." Nyt on asetettava sininen viiva ja "Noise Reduction" suunnilleen kuvan 37 mukaisesti ja on mahdollista kuunnella tulosta. Tässä vaiheessa on vähennettävä melua ja oltava varovainen tallennuksen äänen kanssa.



Kuva 25. "Noise Reduction".

Sitten mennään paneeliin "Effects" ja valitsemme "Amplitude and Compression" painike "Normalize (process)..." On hyvä valita esimerkiksi 6 dB. Tavallinen valinta on 6–12 dB. Seuraavaksi paneelissa "Effects" valitsemme "Amplitude and Compression" -painike "Single-band Compressor..."(kuva 38).

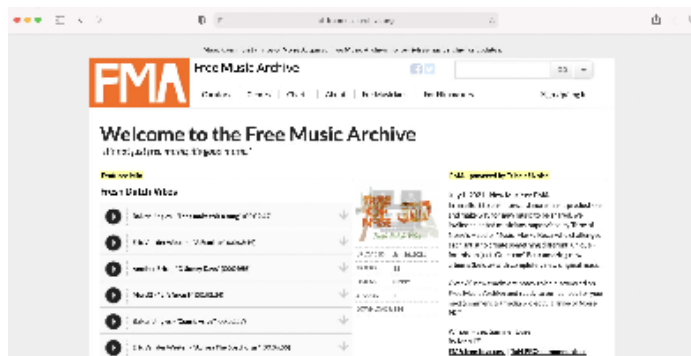


Kuva 26. "Single-band Compressor".

Sen jälkeen painamme "Filter and EQ" ja "Parametric Equalizer..." Paneelissa "Presets" valitsimme "Loudness Maximizer". Täällä voimme kuunnella reaaliajassa, kuinka ääni muuttuu. Nyt voimme "Normalize (process)..." Valitsimme -3 dB. Voimme lopettaa toimintamme tallentamisen valitsemalla "Favorites" ja "Stop Recording Favorite..." Seuraavaksi voimme antaa prosessillemme sopivan nimen. Paneelissa "Keyboard Shortcuts" on meidän äänenkäsittelymme. Tallennamme videonäänen "MP3 Audio" -formaattissa. Nyt kaikki on valmista. (Dodson 2018.)

Muissa videoissa musiikkivalintoja tehtäessä lähdin liikkeelle siitä, millainen vaikutelma videosta haluttiin antaa. Asiakkaan kanssa käydyssä keskustelussa ilmeni, että hän haluaa videon tunnelmasta iloisen, rennon ja inspiroivan.

Opinnäytetyöhöni musiikit löytyivät Free Music Archive -nimiseltä sivustolta (kuva 39).



Kuva 39. Vapailta käyttöoikeuksilla olevaa musiikkia Free Music Archive –sivustolla.

Kun lyhyt videomainos julkaistaan Internetissä, on syytä noudattaa alla olevia ohjeita. Katsojat haluavat kuulla videoita, jossa on ääntä, joka sopii sisältöön eikä ole liian hallitseva. Tarvitaan äänen ja musiikin sopiva taso.

Suosittelut äänen tasot ovat:

- Dialogi / Vuoropuhelu: -12 dB...-15 dB (yleensä -12 dB korkeintaan)
- Kokonaisäänenvoimakkuus: -10 dB...-14 dB
- Musiikki: -18 dB...-22 dB
- Äänitehosteet: -10 dB...-20 dB

Ennen kuin video on viimeistelty, on suositeltavaa katsoa video alustoilla, joilla yleisökin katsoo sitä. Olipa se sitten kannettava tietokone, iPhone tai televisio, on kuunneltava video samoilla medioilla, joilla yleisö sitä kuuntelee, ja löydetävä äänen ominaisuudet (Ward 2016).

4.3.6 Eksporttaus

Kun video on valmis, se eksportataan. Eksporttaus tarkoittaa videon viemistä videoeditointiohjelmasta ulos, eli videon muuntamista ja tallentamista lopulliseen videomuotoonsa. Tähän tarkoitukseen käytetään koodekkeja.

Jos kuvitellaan, että säiliö on "laatikko", johon kaikki tiedot on tallennettu, koodekki on pala, joka järjestää tiedot ja pakkaa ne koodattuun järjestykseen. "Kodekki" koostuu sanoista "Compressor" ja "decompressor", jotka kuvaavat sen kykyä koodata ja purkaa tietoja tiedostoissa. On olemassa kahta tyyppiä koodekkeja: häviöttömät koodekit, jotka pakkaavat tietoja tuhoamatta tietoja, ja häviölliset koodekit, jotka pakkaavat tietoja, mutta tuhoavat osan tiedoista pakkaus- ja purkamisprosessin aikana. Aivan kuten eri säiliöt ovat parempia erityyppisille sisällöille, tietyt koodekit ovat parempia tiettyntyyppisille tehtäville ja huonompia toisenlaisille tehtäville. (Juniper & Newton 2011, 17.)

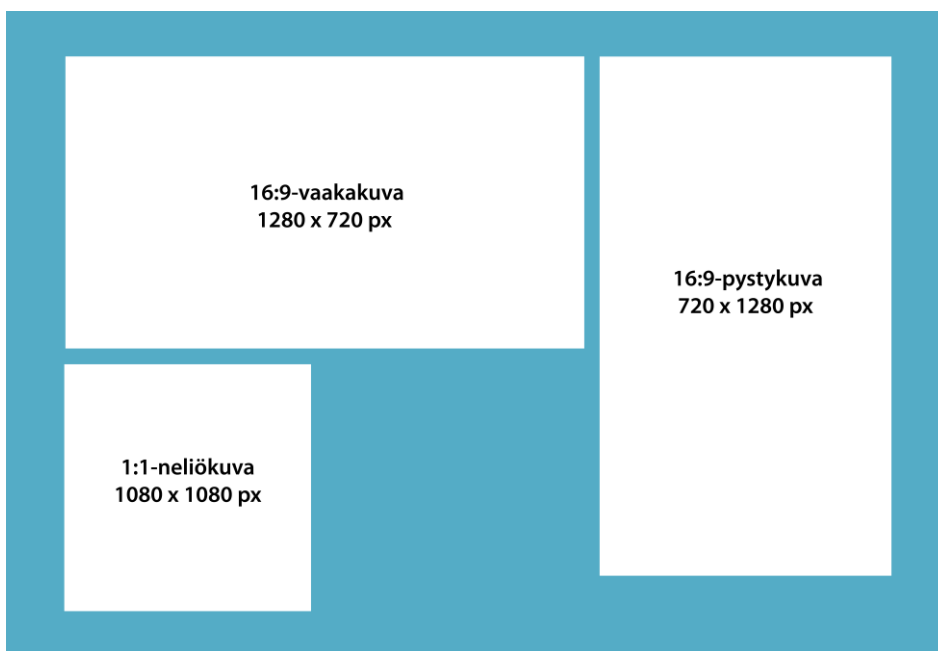
Jotkut käyttäjät selaavat nettisivuja tietokoneen näytöllä, toiset matkapuhelimella. Jotta tavoittaa koko yleisön ja näyttää videon sopivassa koossa ja resoluutiolla, on järkevää tehdä video vähintään kahdessa muodossa. Toinen on vaakasuorassa muodossa katseltavaksi tietokoneella ja toinen on pystysuorassa muodossa matkapuhelimelle. Alustat, joilla voit jakaa videoita internetissä, kuten YouTube, Facebook, Instagram, ovat viime aikoina olleet suosittuja.

YouTuben omien suositusten mukaan videot tulee viedä MP4-videomuodossa käyttäen H.264-videokoodekkia. Ihanteellinen resoluutio ja kuvataajuus riippuvat lähdemateriaalistasi (YouTube tukee useita kuvataajuuksia 24–60 kuvaa sekunnissa). Paras bittinopeus vaihtelee resoluution mukaan. Paras äänen bittinopeus on 384 kbps (stereo) ja paras äänikoodekki on AAC-LC (Advanced Audio Coding) (YouTube Help 2021). Tietokoneella YouTuben vakiokuvasuhte on 16:9 (kuva 40). Jos videon kuvasuhde on jokin muu, YouTube voi katselukokemuksen parantamiseksi lisätä täytettä joihinkin laite- ja kuvasuhdeyhdistelmiin. Täyte on normaalitilassa valkoista ja tummassa teemassa tumman harmaata. (Google 2021.)



Kuva 27. YouTube-videon koot.

Jos viet videota muokkausohjelmistosta ja haluat lisätä sen Facebookiin, suositellaan käyttämään näitä mukautettuja asetuksia: H.264-videostandardi ja AAC-äänistandardi MOV- tai MP4-muodossa kuvasuhde. Tarkkuuden tulee olla enintään 1080 p. Omien suositusten mukaan videot tulee 1280 x 720 p (kuva 41). Vähimmäisleveys: 600 p. Kuvataajuus on enintään 30 fps ja stereoäänet, joiden näytteenottotaajuus on 44 100 Hz. Videoiden ei tule sisältää muokkauslistoja tai erityisiä ruutuja tiedostosäilöissä. (Facebook 2021.)



Kuva 28. Facebook videon koot.

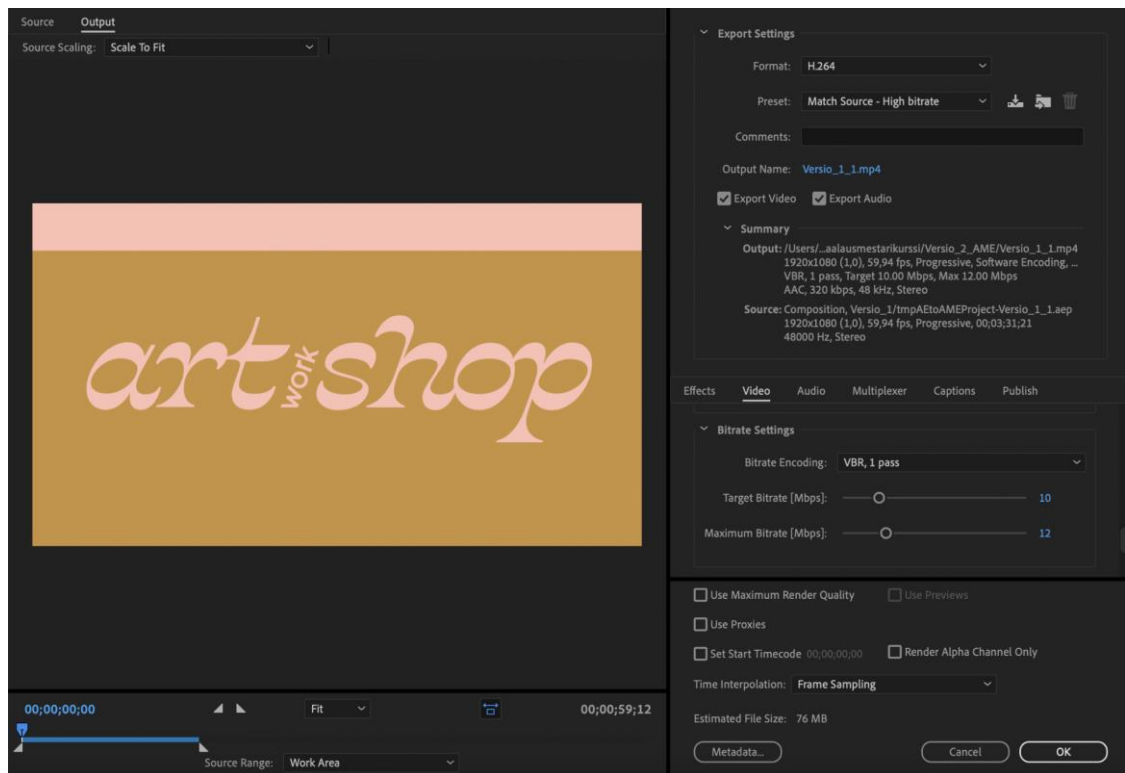
Instagram-videoiden vaatimukset ovat seuraavat: Videot tulee viedä MP4-video-muodossa käyttäen H.264 -videokoodekkia. Voit ladata videon, jonka kuvasuhde on 1.91:1–9:16 (kuva 42). Videoiden kuvataajuuden on oltava vähintään 30 fps (kuvaa sekunnissa) ja vähimmäistarkkuuden 720 pikseliä. Bittinopeus: 3 500 kbps. Äänikoodekki on AAC-LC. Enintään 10 minuutin pituisten videoiden enimmäistiedostokoko on 650 Mt. Enintään 60 minuutin pituisten videoiden enimmäistiedostokoko on 3,6 Gt. (Facebook 2021.)



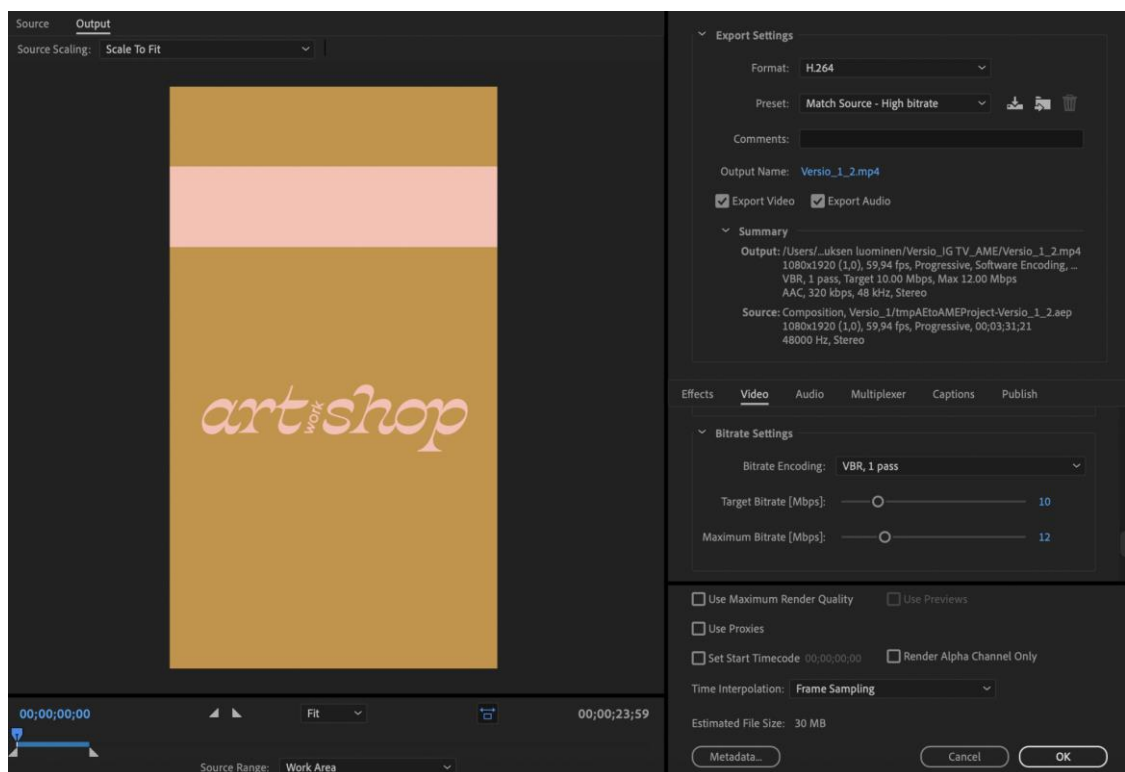
Kuva 29. Instagram videon koot.

On hyvä tehdä videolle aina kansikuva. Kun käyttäjät selaavat tietoja internetistä, kansikuvasi tulisi kiinnittää heidän huomionsa ja houkutella heidät napsauttamaan videotasi. Ilman kansikuvaa videosi saattaa näyttää epäammattimaiselta tai käyttäjien on ehkä luettava otsikko tai kuvaus saadakseen kontekstin. Kansikuva edistää ihmisten lukemista, napsauttamista ja videoiden katse-
lua.

Tiedostojen pakkaamiseen käytin Adobe Media Encoderia. Tein videomainoksemme kahdessa muodossa: tietokoneelle tarkoitettu kuvasuhde 16:9, eli 1920 x1080 px, joka sopii YouTubeen (kuva 43) ja matkapuhelimelle tarkoitettu 9:16, eli 1080 x 1920 px, joka sopii Instagramiin (kuva 44).



Kuva 30. Asetukset Adobe Media Encoderilla 2021 YouTubeen eksporttaamista varten.



Kuva 31. Asetukset Adobe Media Encoderilla 2021 Instagramiin eksporttaamista varten.

Kuvissa 45–50 ovat tehdyn työn lopputulokset valmiista videoista. Kun lopulliset videomainokset oli tehty, toimitin ne asiakkaalle.



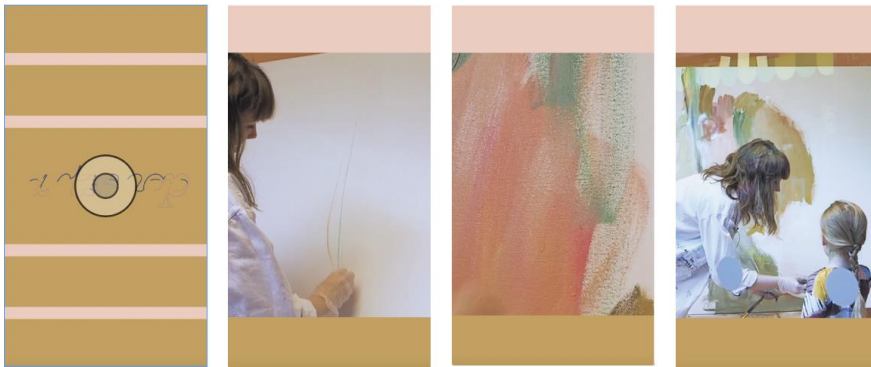
Kuva 32. Lyhyt videomainos ”Maalauksen luominen” YouTubeen.



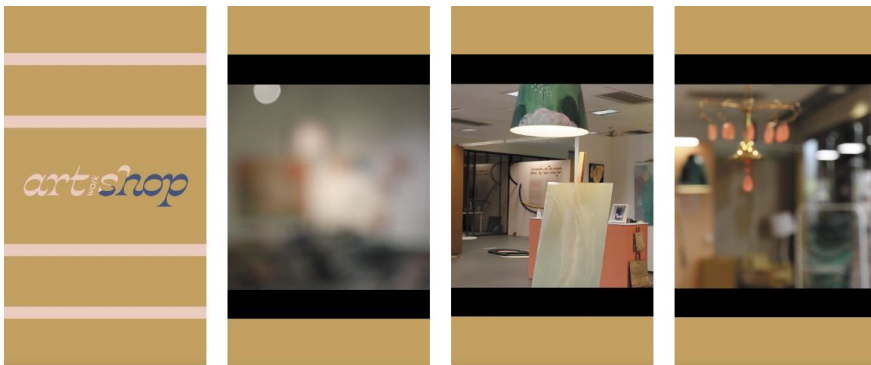
Kuva 33. Lyhyt videomainos ”Sisustuskuvaus” YouTubeen.



Kuva 34. Lyhyt videomainos ”Maalausmestarikurssi” YouTubeen.



Kuva 35. Lyhyt videomainos ”Maalauksen luominen” Instagramiin.



Kuva 49. Lyhyt videomainos ”Sisustuskuvaus” Instagramiin.



Kuva 50. Lyhyt videomainos ”Maalausmestarikurssi” Instagramiin.

5 Saavutetut tulokset ja toiminta jatkossa

5.1 Saavutetut tulokset

Asiakas piti mainosvideoista ja ne vastasivat hänen odotuksiaan. Videoissa visualisoidaan yrityksen perusarvot sekä osoitetaan harmonian ja positiivisten tunteiden saaminen taiteen tekemisestä, mikä oli yksi videon päätavoitteista. Olin kiinnostunut työskentelemään Artworkshop-brändin kanssa. Minulla oli vapaat kädet improvisoida projektia. Videoista tuli kauniita ja vaihtelevia. Huomasin, että samat videomateriaalit näyttävät erilaisilta eri muodoissa ja formaateissa. Saimme paljon hyvää valokuva- ja videomateriaalia.

Projektin päätyttyä analysoin videomainoksen tekoprosessin. Yhdessä asiakkaan kanssa esituotantovaiheessa asettelimme tavoitteet ja löysimme kohde-ryhmät oikealla tavalla. Minulla oli selkeä käsitys asiakkaan brändistä, yrityksen visuaalisesta identiteetistä ja mielikuvista. Käytin mielestäni liian vähän aikaa videoiden suunnitteluun ja käsikirjoitukseen. Tulevaisuudessa haluan käyttää enemmän aikaa videoprojektin valmisteluun. Tuotantovaiheessa opin enemmän kameran käsittelystä ja säädöistä. Kalustosta mainittakoon, että kamera oli erittäin hyvä, mutta olisi ollut tarpeellista varustautua monipuolisemmin erilaisilla linseillä. Tavallinen kolmijalkainen jalusta ei sopinut panorointi-videokuvaukseen. Seuraavalla kerralla on parempi käyttää gimbaalia. Valaisimien käyttö olisi voinut parantaa videoiden laatua. Muuten kuvaaminen sujui hyvin. Se oli mielenkiintoista ja hauskaa.

5.2 Johtopäätökset ja toiminta jatkossa

Mainosvideoprojekti oli onnistunut ja mielekäs. Työn aihe oli kiinnostava. Haluan jatkaa graafista suunnittelua ja videomainonnan tekemistä ja kehittyä niissä. Olen kiinnostunut työskentelemään brändien kanssa, tutkimaan niiden historiaa, arvoja ja tyyliä. Minusta on houkuttelevaa selvittää ja keksiä, kuinka brändiä voidaan mainostaa videon avulla.

Brändi muodostuu mielikuvista, joka voidaan luoda monin eri tavoin. Nykyään video on tehokas ja hyvin moderni tapa rakentaa, vahvistaa ja mainostaa brändiä internetissä. Tuotteen osana toteutettu brändivideo sisältää suoraa ja epäsuoraa viestintää, joka tarjoaa tietoa ja luo brändikuvia. Video luo brändikuvia visuaalisilla ja kuuloon perustuvilla keinoilla.

Teknologian kehitys vaikuttaa myös videoihin. Videoiden määrä on lisääntynyt ja niiden merkitys sosiaalisessa mediassa on kasvanut paljon. Videoiden katselutottumukset ovat muuttuneet sosiaalisen median ansiosta, ja videoita katsotaan yhä enemmän joka päivä. Video on vaikuttavin sisältömuoto sosiaalisessa mediassa, mutta sosiaalinen media on niin täynnä dataa, että videot voivat hukkaa niihin. Sosiaalisella medialla on omat videovaatimukset, ja se on vaikuttanut

videoiden tuotantoon ja käyttöönottoon. Tämän opinnäytetyön ansiosta olen perehtynyt pienen yrityksen lyhyiden videomainosten työstämiseen sosiaaliseen mediaan. Opin paljon uutta ja sain kokemusta videomainonnan suunnittelusta, videokuvaamisesta ja sen jälkituotannosta.

Lisäksi tässä opinnäytetyössä tutkin brändivideon tekemisen aiempien tietojen perusteella. Eri tuotemerkkivideoiden sisällön analysointi auttoi ymmärtämään brändivideon ominaisuuksia. Tapaustutkimuksen avulla pystyin selvittämään koko brändivideon tuottamisprosessin. Käyttämäni tuotannon arviointimenetelmät toimivat hyvin ja auttoivat syventymään luomaani videoon ja tarkastelemaan sitä toimintaympäristön yhteydessä.

Lähteet

Aaltonen, Jouko. 2002. Käsikirjoittajan työkalut – Audiovisuaalisen käsikirjoittajan opas. <http://elokuvantaju.uiah.fi/oppimateriaali/kasikirjoitus/artikkelit/aaltonen_kasikirjoitus_tyokaluna.jsp> (luettu 11.11. 2021).

Anundi, Riika. 2021. Riikaanundi. <<https://www.riikaanundi.com>> (luettu 15.3.2021).

Dodson, Nathaniel. 2018. Make Your Audio and Voice Sound Better – Audition CC Tutorial. <<https://www.youtube.com/watch?v=uHDuhRRyyOc>> (avattu 15.10. 2021).

Facebook. 2021. Mitkä ovat videon lataamisen vaatimukset videoille Instagramissa? <https://www.facebook.com/help/instagram/1038071743007909/?helpref=uf_share> (luettu 19.10. 2021).

Facebook. 2021. Mitä asetuksia minun kannattaa käyttää, kun lisään muokatun videon Facebookiin? <<https://www.facebook.com/help/1041366099316573>> (luettu 26.09. 2021).

Filmstro. 2020. How to set the right audio levels for YouTube. <<https://filmstro.com/blog/how-to-set-the-right-audio-levels-for-youtube>> (luettu 22.10.2021).

Flyktman, Reima. 2010. Suuri digikuvauksen käsikirja. Hämeenlinna: A Bonnier Group Company.

Forsberg, Heidi & Minna Nord, Minna 2021. Mobiilivideot uutisjournalismissa. Luettavissa osoitteessa <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/379857/Forsberg_Heidi_Nord_Minna.pdf?sequence=2&isAllowed=y> (luettu 22.10.2021).

Free Music Archive. 2012. <<https://freemusicarchive.org>> (luettu 31.07.2021).

Fuchs, Jay. 2021. LinkedIn Video Specs and Best Practices: a Comprehensive Overview. Hubspot. <<https://blog.hubspot.com/sales/linkedin-video-specs>> (luettu 26.09. 2021).

Google. 2021. Recommended upload encoding settings. <<https://support.google.com/youtube/answer/1722171?hl=en>> (luettu 26.09. 2021).

Google. 2021. Videon resoluutio ja kuvasuhteet. <<https://support.google.com/youtube/answer/6375112?hl=fi&co=GENIE.Platform=Desktop>> (luettu 19.10. 2021).

Hart, John. 1999. The Art of the Storyboard. Storyboarding for Film, TV, and Animation. The United States of America: Focal Press in an imprint of Butterworth-Heinemann.

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

Hirvonen, Jonne, Petri Janhunen, Petri, Kuisma, Petri & Silvenius Mia. 2021. Mobiilivideo-opas. Suunnittele – kuvaa – editoi – julkaise. Luettavissa osoitteessa

<<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/423520/URNISBN9789523443136.pdf?sequence=5&isAllowed=y>> (luettu 5.10. 2021).

Holmes, Per. 2004–2009. Hollywood Camera Work DVD series. Hollywood Camera Work, 2009.

Instagram. 2021. Uploading Videos. <https://help.instagram.com/381435875695118/?helpref=hc_fnav> (luettu 19.10. 2021).

Joskowicz, Jose & Ardao, J. Carlos López . 2011. Combining the Effects of Frame Rate, Bit Rate, Display Size and Video Content in a Parametric Video Quality Model. Luettavissa osoitteessa < <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/2078216.2078218>> (luettu 6.10. 2021).

Juniper, Adam & Newton, David. 2011. Videokuva järkkärillä 101 Huippuvinkkiä. United Kingdom: ILEX.

Karhulahti, Mika. 2013. Valokuvaajan tekniikkaopas. Jyväskylä: Docendo Oy.

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

Keränen, Vesa, Lamberg, Niko & Penttinen, Jukka. 2001. Digitaalinen viestintä. Jyväskylä: Docendo.

Korvenoja, Pekka. 2005. TV-kameratyön perusteet. Helsinki: Yliopistopaino.

McMahon, Mary. 2021. What is Gimbal? <<https://www.wisegeek.com/what-is-a-gimbal.htm>> (luettu 19.10. 2021).

Nieves, Marie. 2016. Why visual identity is important for your brand? Medium. <<https://medium.com/@marienieves/why-visual-identity-is-important-for-your-brand-23d2fc5cf213>> (luettu 15.10. 2021).

Olympus. 2021. Miksi E-M5 Mark III. <https://www.olympus.fi/site/fi/c/cameras/om_d_system_cameras/om_d/e_m5_mark_iii/index.html> (luettu 15.6.2021).

Punkari, Pekka. 2010. Digijärkkäriskoulu Onnistu uudella kameralla. Jyväskylä: WSOY-pro Oy Docendo-tuotteet.

Riddle, Denver. 2019. Color Grading in Premiere Pro CC - Get Pro Film Look. <<https://youtu.be/RvFCnVRcT3Q>> (avattu 2.9.2021).

RX-CAM. Camera-Mounted Wireless Receiver. 2021. Rode. <<https://www.rode.com/wireless/rx-cam>> (luettu 15.6.2021).

Slik Pro 400DX + SH-705E -jalustapaketti. 2021. Rajalacamera. <<https://www.rajalacamera.fi/slik-pro-400d-a-m-t-kinopaa>> (luettu 15.6.2021).

Sorkio, Sasu. 2019. Vaikuta videolla. Tallinn: Painotyö & sidonta Joon OU.

Tikkanen, Timi. 2017. Teknisen tutkinnan valokuvausopas. Luettavissa osoitteessa <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/131725/OPPI-KIRJA26_Theseus.pdf?sequence=1> (luettu 7.10. 2021).

Välskylä, Jaakko. 2005. Digivideokoulu. Jyväskylä: Docendo Finland Oy.

Ward, Caleb. 2016. How to Set Audio Levels for Video. <<https://www.premiumbeat.com/blog/how-to-set-audio-levels-for-video/>> (luettu 31.10.2021).