

Meri Hämäläinen

Tavoitteena toimiva konsepti

Käsikirja Vantaa-kanavan sisällöntuottajille

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi

Elokuvan ja television koulutusohjelma

Opinnäytetyö

5.5.2014

Tekijä Otsikko Sivumäärä Aika	Meri Hämäläinen Tavoitteena toimiva konsepti – Käsikirja Vantaa-kanavan sisällöntuottajille 31 sivua + 1 liitettä 5.5.2014
Tutkinto	Medianomi
Koulutusohjelma	Elokuvan ja television koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Radio- ja televisiotyö
Ohjaaja	opettaja Sami Huohvanainen
<p>Tässä opinnäytetyössä selvitetään, kuinka suunnitellaan ja toteutetaan konseptikäsikirja kunnan videopalvelun sisällöntuottajille. Käsikirja toteutettiin Vantaan kaupungille, jonka uuden Vantaa-kanavan toimintatapojen toivottiin vakiintuvan jo tuotannon alkuvaiheissa. Tavoitteena oli luoda toimitukselle ohjeistus, joka toimii apuvälineenä tiiviin ja laadukkaan sisällön tuotannossa sekä tarvittaessa perehdytysmateriaalina uusille työntekijöille.</p> <p>Opinnäytetyö toteutettiin syksyllä 2013 syklisenä toimintatutkimuksena, jossa vuorottelivat suunnittelu- ja kokeilujaksot. Projekti eteni konseptikäsikirjan suunnittelusta ohjeistuksien testaukseen ja sen jälkeen palautteen pohjalta entistä paremman version kirjoittamiseen. Palautetta kerättiin toimituksen jäseniltä kokeilujaksen jälkeen sähköpostitse ja haastattelulla.</p> <p>Toimintatutkimuksen tarkoituksena oli tuottaa teorioiden sijaan käytännön tietoa ja vaikuttaa toimintatapojen vakiintumiseen. Tutkija oli aktiivinen osa tutkimaansa yhteisöä, mikä on toimintatutkimukselle tyypillinen toimintatapa. Valmiiseen konseptikäsikirjaan on siis käytetty useamman ammattitaitoa ja kokemuksia, mikä onkin osallistavan toimintatutkimuksen keskeinen idea.</p> <p>Opinnäytetyö on suunnattu pääasiassa konseptisuunnittelusta kiinnostuneille ja vastaavanlaisia ohjeistuksia laativille. Kirjallisessa osiossa pohditaan viestinnän ja konseptisuunnittelun teorioiden sekä tutkimuksessa esiin tulleiden seikkojen valossa, millaisia asioita toteutuksessa täytyy ottaa huomioon ja millaisia yllättäviäkin haasteita vastaavanlaisissa projekteissa voi tulla eteen.</p> <p>Johtopäätöksenä voidaan todeta, että harva konsepti syntyy täysin suunnitelmien mukaan ongelmitta. Etenkin tiukka aikataulu, väärinymmärrykset, tekniset ongelmat sekä keskenkäiset suunnitelmat hidastuttavat usein projektin etenemistä ja pakottavat poikkeamaan suunnitellulta reitiltä. Projektin aikana havaittiin myös, että konsepti on luonteeltaan koko ajan kehittyvä, joten myös konseptikäsikirja on melko vahvasti johonkin tiettyyn versioon ja hetkeen sidottu.</p>	
Avainsanat	viestintä, konsepti, konseptisuunnittelu, uusmedia, sisällöntuotanto, videopalvelu

Author Title Number of Pages Date	Meri Hämäläinen Planning a Concept – Handbook for Vantaa Channel Producers 31 pages + 1 appendices 5 May 2014
Degree	Bachelor of Arts
Degree Programme	Film and Television
Specialisation option	Radio- and Television work
Instructor	Sami Huohvanainen, Lecturer
<p>This thesis explains how to plan and produce a concept handbook for the producers of the video services of the council. The handbook was made for the Vantaa city council and its new Vantaa channel. It was hoped that the ways of acting at the new channel would become a part of the production at the early stage. The aim was to create instructions which would help to produce high quality outcome and also act as an introduction for the new workers if needed.</p> <p>The thesis was produced in the fall of 2013 as a cyclical activity analysis, in which planning and trial sections would take turns. The project started with the planning of the handbook followed by testing the instructions of the handbook and then writing an even better version of the handbook considering the feedback collected by email and interviewing the members of the editing office after the trial.</p> <p>The method of the activity analysis suited producing a functional thesis because the aim was to create practical information and have an influence on the way of acting instead of creating theories. The researcher played an active part in the examined community which is a part of the method of the activity analysis.</p> <p>The thesis is mainly targeted for those who are interested in concept planning and for those who are creating similar kind of instructions. In the written part, the theories of communication and concept planning are discussed as well as the facts which the study revealed, what kinds of aspects one you must consider in the project in action and what kinds of surprising challenges one might face in similar projects.</p> <p>As a conclusion, it can be said that few concepts are made entirely following the plan without problems. Especially a busy schedule, misunderstandings, technical problems and unfinished plans often slow down the progress of the project and force to change the planned way of acting. During the project, it was also discovered that the nature of the concept is constantly developing and, therefore, also the concept handbook is quite strongly bound to some particular version and time.</p>	
Keywords	concept, concept planning, new media,

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Menetelmänä toimintatutkimus	2
1.2	Toimeksiantaja Vantaan kaupunki	4
2	Viestintäkonseptin kehittäminen	5
2.1	Viestintä ja sen yhteiskunnalliset tavoitteet	5
2.2	Uusmedia on entistä vuorovaikutteisempi	7
2.3	Sisällöntuottaja hioo ideasta tuotteen	9
2.4	Konseptin suunnittelu on tiimityötä	11
3	Konseptikäsikirjan suunnittelu ja toteutus	14
3.1	Lähtötilanne	14
3.2	Raakaversion työstäminen	17
3.3	Tuotteen välitestaus	19
3.4	Varsinainen konseptikäsikirja	21
4	Valmis tuote testissä	23
4.1	Käyttäjien palautetta käsikirjasta	23
4.2	Oma arvio onnistumisesta	25
4.3	Projektin haasteet	26
5	Lopuksi	28
	Lähteet	31
	Liite 1 Vantaa-kanavan konseptikäsikirja	

1 Johdanto

Opinnäytetyössäni selvitän, kuinka suunnitellaan ja toteutetaan konseptikäsikirja kunnan videopalvelun sisällöntuottajille. Tapausesimerkkinä on Vantaan kaupunki, jonka uusi Vantaa-kanava kaipasi selkeää kuvausta ohjelmista ja tuotantovaiheista. Olin mukana kanavan konseptisuunnittelussa, ja työni toiminnallisena osana toteutin käsikirjan kanavan toimitukselle.

Vantaan kaupunki aloitti [Vantaa-kanavan](#) suunnittelun keväällä 2013, koska kaupungin virallisten internetsivujen ja sosiaalisen median mahdollisuudet vaikuttavaan ja tiiviiseen tiedonvälitykseen sekä markkinointiin koettiin liian rajallisiksi. Ideana oli luoda videopalvelu, joka avaa asukkaille tiiviisti ja mielenkiintoisesti liikkuvan kuvan avulla päätöksenteon taustoja ja näyttää, mitä kaikkea mielenkiintoista kehittyvässä kaupungissa on meneillään.

Työskentelin kanavan suunnittelun aikoihin kaupungin viestinnässä kesäharjoittelijana. Syksyllä alkoi ohjelmien tuotanto, joten sisällöntuottajan käsikirja koettiin toimituksessa tarpeelliseksi. Opinnäytetyöni osui juuri oikeaan aikaan, koska yhtenäisten toimintatapojen luominen on tärkeää juuri toiminnan alkuvaiheessa, jotta tuotanto on alusta saakka laadukasta ja tehokasta.

Kiinnostuin opinnäytetyön aiheesta, koska se on todella käytännönläheinen ja Vantaan kaupungin tarve kanavan sisällön jatkojalostamiselle ja toimintatapojen ylöskirjaamiselle oli todellinen. Tarkoituksena olikin vakiinnuttaa Vantaan kaupungin uuden viestintäkanavan käytännöt ja samalla luoda perehdytysmateriaali uusille työntekijöille.

Koin työn tärkeäksi ja mielekkääksi, koska olen aiemmin itse toimittajana työskennellessäni kaivannut toimituskohtaista ohjekirjaa sisällöntuotannon avuksi. Uskon myös, että tuotanto sujuu nopeammin ja tehokkaammin, kun sisältöjä tehdään tietyn ohjenuoran mukaan eikä jokaisen videon kohdalla tarvitse käydä uudelleen keskustelua siitä, millaista lopputulosta tavoitellaan.

Kuvaan opinnäytetyössäni Vantaa-kanavan kehitysprosessia suunnittelusta valmiiksi tuotteeksi. Olin mukana suunnittelemassa sisältöjä ja koostamassa käsikirjaa ohjelmien tekijöille. Valmiissa käsikirjassa kuvaan tarkasti jokaisen ohjelmatyyppin sisällölliset ja

tekniset tavoitteet sekä tuotantoajat. Suunnittelin myös ensimmäisten kuukausien tuotannon pohjalta eräänlaisen kalenterin, jonka perusteella sisällöntuottajat voivat suunnitella aikatauluja pidemmäksi ajaksi eteenpäin. Konseptikäsikirjaan kokosin myös ohjeet julkaisujärjestelmän käytöstä ja sisältöjen markkinoinnista.

Toteutan opinnäytetyöni osittain toiminnallisena työnä, osittain kirjallisena. Toiminnallinen osio on liitteenä oleva Vantaa-kanavan toimitukselle tekemäni konseptikäsikirja ja kirjallinen osio tämä työ, jossa tutustun aiheeseen liittyviin viestinnän ja konseptisuunnittelun teorioihin. Kirjallisessa osiossa raportoin myös projektin etenemisen suunnittelusta valmiiksi tuotteeksi.

Opinnäytetyössäni keskeisintä sisältöä on käsikirjan suunnittelu- ja toteutusprosessin kuvaus. Luvussa kolme käyn läpi työni edistymistä kolmessa syklissä ja luvussa neljä arvioin projektin haasteita sekä onnistumista omien kokemuksieni ja toimituksesta keräämäni palautteen pohjalta. Lopuksi palaan vielä pohtimaan käsikirjan tekemistä yleisesti, ja teen yhteenvedon siitä, kuinka syntyy hyvä sisällöntuottajan konseptikäsikirja.

Ensin esittelen kuitenkin lyhyesti toimeksiantajani ja käyttämäni tutkimusmenetelmän. Avaan luvussa kaksi aiheen kannalta keskeisiä aihealueita, jotta lukijalle muodostuu kokonaiskuva siitä, mitä kaikkea sisällöntuotannossa, konseptisuunnittelussa ja käsikirjan laatimisessa on tärkeää ottaa huomioon.

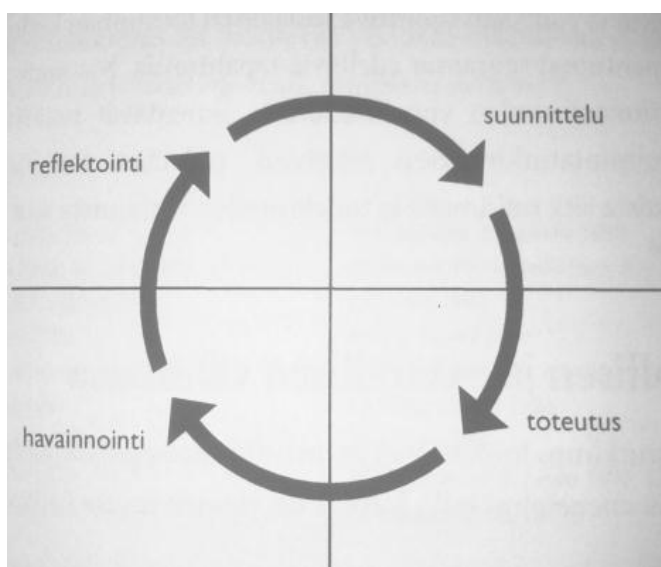
1.1 Menetelmänä toimintatutkimus

Toteutan opinnäytetyöni toimintatutkimuksena. Menetelmä sopii opinnäytteeseeni hyvin, koska toimintatutkimuksessa tutkija on osa tutkimaansa yhteisöä ja pyrkii aktiivisesti vaikuttamaan toimintatapoihin ja tuloksiin. Toimintatutkimus perustuukin intervention eli tutkijan väliintuloon. Tutkija ei tarkastele tutkimaansa yhteisöä sivusta, vaan osallistuu toimintaan ja sen kehittämiseen. Perinteisen tutkimuksen teoreettisen tiedon sijaan tavoitteena on tuottaa käytännön tietoa. (Heikkinen, Rovio & Syrjälä 2008, 19–20.)

Toimintatutkimuksen tehtävänä on muuttaa todellisuutta sitä tutkimalla ja tutkia todellisuutta sitä muuttamalla. Siinä tuotetaan tietoa käytäntöjen muuttamiseksi. (Heikkinen ym. 2008, 15.)

Keskiössä on ihmisten toiminta, erityisesti vuorovaikutukseen pohjautuva sosiaalinen toiminta. Tutkimus- ja kehittämisprojekti on tyypillisesti ajallisesti rajattu, ja sen aikana suunnitellaan ja kokeillaan uusia toimintatapoja. Tutkimus voi kohdistua yksilön työskentelyyn, ryhmään, organisaatioon tai laajemmin alueelliseen verkkoon. (Heikkinen ym. 2008, 16–17.) Omassa opinnäytetyössäni keskiössä on ryhmä, joka tuottaa sisältöä Vantaa-kanavalle. Ideana on tavata ryhmänä tasaisin väliajoin ja tarkastella ja edesauttaa yhdessä projektin etenemistä.

Heikkisen ym. (2008, 29) mukaan toimintatutkimukseen kuuluu syklisyys, joka tarkoittaa sitä, että yhteen suunnitelmaan perustuvaa kokeilua seuraa palautteen pohjalta parannettu suunnitelma. Toimintaa hiotaan vuorottelevien suunnittelu- ja kokeilusyklien avulla. Iso osa tutkijan ajasta kuluukin erilaisiin keskusteluihin ja kokouksiin, joissa suunnitellaan ja arvioidaan toimintaa. Heikkisen mukaan toimintatutkimuksen syklisyys näyttää seuraavanlaiselta:



Kuvio 1. Toimintatutkimuksen syklisyys (Heikkinen ym. 2008, 35).

Vantaa-kanavan sisällöntuotanto oli tarkoitus käynnistää vaiheittain vuoden 2013 syys-joulukuun aikana, joten myös vastuullani olevaa sisällöntuottajan konseptikäsikirjaa oli tarkoitus työstää ja täydentää useammassa erässä. Ensimmäisen kuukauden aikana (syyskuu) tein raakaversion, josta keräsin kommentteja Vantaa-kanavan tiimiltä ennen toista vaihetta. Saamani palautteen perusteella kehitin käsikirjaa eteenpäin ja paneuduin ongelmakohtiin. Marraskuun jälkeen oli jälleen vuorossa arviointikierros, jonka jälkeen tein viimeiset muutokset ja viimeistelin tuotokseni valmiiksi konseptikäsikirjaksi.

1.2 Toimeksiantaja Vantaan kaupunki

Opinnäytetyön tilasi Vantaan kaupunki. Organisaatio jakautuu viiteen toimialaan (kaupunginjohtajan toimiala, sosiaali- ja terveydenhuolto, sivistystoimi, konserni- ja asukaspalvelut sekä maankäyttö, rakentaminen ja ympäristö), jotka ovat toimineet nykyisessä muodossaan vuoden 2013 alusta lähtien. Vantaa-kanavan toiminnasta vastaa elinkeinopalveluiden viestintä, joka toimii kaupunginjohtajan toimialalla.

Elinkeinopalveluiden yhtenä toiminta-ajatuksena on kaupungin elinvoimaisuuden ja vetovoimaisuuden kehittäminen. Tavoite näkyy vahvasti myös Vantaa-kanavan toiminnassa, sillä sisältöjen tarkoitus on paitsi tiedottaa tärkeistä asioista myös rakentaa myönteistä Vantaa-kuvaa ja houkutella kaupunkiin uusia asukkaita ja yrityksiä.

Elinkeinopalveluiden viestinnässä työskentelee yhteensä noin viisitoista henkilöä, joista kuusi joko kokonaan tai osittain Vantaa-kanavan toimituksessa. Kanavan toimintaa johtaa elinkeinopalveluiden viestintäpäällikkö yhdessä kanavan vastaavan toimittajan kanssa. Heidän lisäksi kanavan toimituksessa työskentelee muun muassa graafikko, leikkaaja, kuvaaja sekä tiedottaja. Konseptikäsikirja tulee siis pienen joukon yksityiseen käyttöön, eikä sitä ole tarkoitettu julkaistavaksi.

Vantaan kaupungin ennestään käyttämiä ulkoisia viestintäkanavia ovat kaupungin internetsivut, sosiaalisesta mediasta Facebook ja Twitter sekä muutaman kerran vuodessa ilmestyvä jokaiseen vantaalaistalouteen jaettava Asukaslehti. Nämä viestintäkanavat eivät kuitenkaan tarjoa tarpeeksi mahdollisuuksia nopeaan, tiiviiseen ja vaikuttavaan tiedonvälitykseen, joten rinnalle otettiin liikkuvaan kuvaan keskittyvä Vantaa-kanava.

Vantaan kaupungin viestinnän mukaan ongelmana on aikaisemmin ollut se, että viestit eivät ole tavoittaneet asukkaita tai niiden sisältö on ollut liian laaja ja vaikeasti ymmärrettävä. Käytössä olevien viestintäkanavien keinot eivät ole mahdollistaneet byrokratian esittämistä uudella, mielenkiintoisella ja ennen kaikkea selkeällä tavalla. Vantaa-kanavan toivotaankin tuovan ratkaisun tähän ongelmaan.

Valtuustokauden strategiassa Vantaan kaupungin arvoiksi on määritelty läpinäkyvyys, innovatiivisuus, yhteisöllisyys ja kestävä kehitys. Arvot ohjaavat päätöksentekoa ja ko-

ko organisaation toimintaa, ja ne näkyvät siten myös Vantaa-kanavan sisällöissä. Uuden videopalvelun tavoitteena on saada asukkaat kiinnostumaan oman kotikaupunkinsa asioista. Samalla sisältö edistää läpinäkyvyyden periaatetta käsittelemällä laajasti päätöksentekoa eri näkökulmista.

Vantaa-kanavan kautta kaikki voivat seurata kaupunginvaltuuston kokouksia suorana. Lisäksi kanavalla on ohjelmia, joissa kaupunginjohto ja päätöksentekijät vastaavat suoraan asukkaiden esittämiin kysymyksiin ja avaavat käsiteltävien asioiden taustoja. Koska kaupungin tavoitteena on edistää yhteisöllisyyttä, myös Vantaa-kanava panostaa kaksisuuntaiseen toimintaan ja osallistaa asukkaat sisällöntuotantoon. Kanavalla on käyttäjien omille videoille tarkoitettu osio, jossa näytetään, miltä Vantaa näyttää asukkaiden silmin. Myös asukkaiden lähettämään palautteeseen reagoidaan nopeasti ja kehitysideoita otetaan jatkuvasti vastaan.

2 Viestintäkonseptin kehittäminen

Avaan tässä luvussa työni kannalta keskeisiä käsitteitä. Hahmottelen näiden käsitteiden avulla viestintäkonseptin kehittämistä ja niitä seikkoja, jotka raamittavat suunnittelu- ja toteutustyötä. Aihealueet ovat laajoja, ja niissä riittäisi asiaa enemmän kuin tässä opinnäytteessä on mahdollista käsitellä. Käsittelen aihealueita siinä laajuudessa, jossa olen Vantaa-kanavan konseptikäsi kirjan suunnittelutyötä tehdessäni joutunut asioita pohtimaan.

2.1 Viestintä ja sen yhteiskunnalliset tavoitteet

Sanaa *viestintä* on etenkin aikaisemmin käytetty sanan *tiedotus* rinnalla. Karkeasti erotellen tiedotus on kuitenkin eri asia kuin viestintä, vaikka aikaisemmin nämä on mielletty yhdeksi. Nykyään tiedotus mielletään varsin yksisuuntaiseksi toiminnaksi, siis tiedonsiirtona viestijältä vastaanottajalle. Nykyään harvemmin ajatellaan viestinnän olevan paketissa sillä hetkellä, kun viesti on saatu lähtemään eteenpäin. Viestintä-sanan latinankielinen muoto *communicare* tarkoittaa yhdessä tekemistä. Käsite kattaa siis tiedonsiirron lisäksi vuorovaikutuksen. (Juholin 2001, 25.)

Viestinnässä on aina kysymys paitsi teknisestä prosessista myös ihmisten välisistä suhteista, jolloin viestin muoto voi olla yhtä tärkeä kuin sisältö (Juholin 2001, 18).

Myös Vuokko (2003, 12) määrittelee viestinnän olevan synonyymi kommunikaatiolle. Hänen määritelmänsä mukaan viestinnällä pyritään luomaan yhteistä käsitystä jostakin asiasta eli toiminta on kahdensuuntaista, kuten myös Juholinin määritelmässä on todettu.

Viestien liikkumisen ja vuorovaikutuksen mahdollistavia välineitä, kuten lehtiä, televisiota, radiota ja internetiä, kutsutaan joukkoviestimiksi eli mediaksi. Viestinnästä puhuttaessa onkin oleellista ottaa huomioon myös viestintävälineet, sillä ilman näitä tiedonsiirto ei ole mahdollista. (Juholin 2001, 184.)

Mediaa on perinteisesti kutsuttu demokratian vahtikoiraksi. Viestintävälineet siis valvovat omalta osaltaan toiminnan läpinäkyvyyttä. Nieminen ja Pantti (2009, 27–28) listaa viestintävälineille muun muassa seuraavia tehtäviä: 1) välittää tietoa eli varustaa kansalaiset sellaisella tiedolla, että he pystyvät muodostamaan itsenäisiä mielipiteitä yhteiskunnallisista kysymyksistä, 2) toimia kriittikona eli seurata ja arvioida valtaapitävien toimia, 3) tuottaa dialogia kansalaisten ja päättäjien välille.

Viestinnällä voi olla monenlaisia tavoitteita. Esimerkiksi kaupallisella yrityksellä viestintä tähtää usein myynnin kasvuun. Kun tarkoituksena on ensisijaisesti lisätä tietoa, vaikuttaa asenteisiin ja muuttaa toimintatapoja, puhutaan yhteiskunnallisesta viestinnästä. Asiaa voidaan tarkastella myös viestin lähettäjän kannalta: yhteiskunnallista viestintää toteuttavat sellaiset tahot, jotka pyrkivät edistämään yhteiskunnan ja kansalaisten hyvinvointia tavoittelematta välitöntä taloudellista hyötyä. Viestijä siis pyrkii toimimaan oman edun sijaan yhteiskunnan hyväksi. Näin esimerkiksi valtio ja kunnat ovat vahvasti yhteiskunnallisia viestijöitä. (Högström 2002, 26.)

Yhteiskunnallisen viestinnän tehtävä on tarjota ja jäsentää hankalaa tietoa, analysoida sitä ja visioda vastaanottajille toiminnan vaikutuksia. Suurin haaste yhteiskunnallisessa viestinnässä on välittää poliitikkojen ja päättäjien käsittelemät hankalat ja globaalit asiat niin, että ihminen ymmärtää, kuinka päätökset vaikuttavat paikallisesti hänen arkeensa. Yhteiskunnallisen viestinnän tehtävä on paitsi välittää tietoa myös ylläpitää kansalaisten aktiivisuutta ja kiinnostusta yhteisiin asioihin.

Asiat ovat liian suuria ja hahmottomattomia, ja yksittäisen ihmisen mahdollisuus hahmottaa syyt ja seuraukset on vaikeaa. Myös vaikuttaminen koetaan hankalaksi. Syntyy passiivinen kansalainen, jota vähemmän ja vähemmän kiinnostaa viranomaisten toiminta. (Högström 2002, 10.)

Valtion ja kuntien hallintokulttuuri on muuttunut ja muuttuu edelleen läpinäkyvämmäksi. Viranomaisten toiminta on yhä avoimempaa ja julkisempaa. Tämä on lisännyt yhteiskunnallisen viestinnän tarvetta entisestään. Viranomaisten käsittelyssä olevista asioista kerrotaan selkeämmin, ja yksilöille tarjotaan parempi mahdollisuus osallistua keskusteluun ja vaikuttaa yhteisten asioiden hoitamiseen. Tässä oleellisessa asemassa on ylemmältä taholta saatu tieto. (Högström 2002, 15–16.)

Kaiken viestinnän lähtökohtana voidaan pitää luotettavuutta. Yhteiskunnallisessa viestinnässä tämä tarkoittaa tietolähteiden läpinäkyvyyttä, viestien ymmärrettävää muotoilua ja taustojen perusteellista selvittämistä. Viestijän täytyy ymmärtää julkisen hallinnon toimintaperiaatteet ja osata kääntää byrokratia ymmärrettävään muotoon sisältöä muuttamatta. (Högström 2002, 44–45.)

Luotettavuuden kannalta keskeistä on myös julkisyhteisön maine. Imago-käsite liitetään usein kaupalliseen yritystoimintaan, mutta myös julkisyhteisöjen on oltava tarkkoja omasta imagostaan. Ei ole täysin yhdentekevää, millainen kuva esimerkiksi kunnasta muodostuu, sillä viestinnän laatu ja sen välittämät arvot vaikuttavat viestin perillemenoon. (Högström 2002, 74–76.)

2.2 Uusmedia on entistä vuorovaikutteisempi

Uusmedia, verkkomedia, älykäs media ja mukautuva media. Muun muassa näillä sanoilla kuvaillaan uusia median olomuotoja. Viimeisen reilun kymmenen vuoden aikana perinteisten joukkoviestinten, kuten television ja sanomalehtien rinnalle on noussut uusia kaksisuuntaisia viestimiä, jotka ovat entistä vuorovaikutteisempia ja reaaliaikaisempia (Mäkäläinen 2001, 53–55). Myös Iljin (2006, 1) toteaa digitaalisen median, digitaalisen viestinnän, verkkoviestinnän ja verkkopalveluiden toimivan usein synonyymeina uusmedialle. Kaikilla näillä tarkoitetaan uusia digitaalisia viestintävälineitä.

Digitaalitekniikan kehittymistä onkin pidetty median kannalta käännteentekevä: on alettu käyttää nimitystä uusmedia tai uusi media. Kuinka sitten tehdään rajanveto uuden ja vanhan media välille? Keskeisiä tunnuspiirteitä uusmedialle ovat, kuten jo edellä

todettu, muun muassa digitaalisuus, vuorovaikuteisuus, multimediallisuus, maailmanlaajuisuus ja hyperlinkityksen mahdollisuus. (Wiio 2012, 295–296.)

Uudet mediamuodot kiteytyvät siis käsitteellisellä tasolla internetiin. Myös käytännölliseltä kannalta uusi mediamuoto tai uusmedia viittaa nettiin, johon monet perinteiset mediamuodot, kuten musiikki, tv-ohjelmat ja videot sekä verkkomediat yhdentyvät eri tavoin. (Wiio 2012, 296.)

Myös teoksessa *New Media* uusmediaan linkitetään digitaalisuus, vuorovaikuteisuus, hajaantuminen ja virtuaalisuus. Etenkin vuorovaikuteisuus nähdään keskeisenä tunnuspiirteenä uusille mediamuodoille, sillä median passiivisista vastaanottajista on tullut käyttäjiä, jotka osallistuvat ja jakavat sisältöjä. (Lister 2003, 20.)

Aikaisemmin yksityinen kohdeviestintä ja julkinen joukkoviestintä olivat selvästi erotettavissa toisistaan. Nyt eron tekeminen on vaikeaa, sillä kuka tahansa voi seurata ja tuottaa viestintää. Wiion mukaan olennaisin uudistus onkin se, että passiiviset joukkoviestinten seuraajat ovat muuttuneet aktiivisiksi sisällöntuottajiksi. Periaatteessa kuka tahansa voi uuden tietotekniikan ja avointen joukkoviestinten avulla saavuttaa yleisöä niin kotimaassa kuin ulkomailla. (Wiio 2012, 10.)

Internet tarjoaa vanhempia medioita paremmat mahdollisuudet laajaan vuorovaikutukseen ja kansalaisjournalismiin. Sosiaalisen median yhteisöpalvelut, kuten Facebook, Twitter, YouTube ja erilaiset blogit, tarjoavat mahdollisuuden osallistua ja tuoda omaa ääntä kuuluviin. Sosiaaliselle medialle keskeistä onkin käyttäjien tuottama ja jakama sisältö. (Wiio 2012, 10.)

Teknologian nopea kehitys on paitsi tarjonnut kansalaisille mahdollisuuden osallistua sisällöntuotantoon myös haastanut toimitukset muuttamaan vanhoja toimintatapoja. Laajakaistayhteyksien, kameroiden, kuvankäsittelyohjelmien ja verkkopalveluiden parantuminen ovat johtaneet siihen, että laadukkaan jäljen tuottaminen ei ole enää ainoastaan alan ammattilaisten yksinoikeus. Lukijakuvien ja kännykkävideoiden julkaiseminen esimerkiksi verkkolehtien uutisten yhteydessä on nykyään arkipäivää. (Mäenpää & Seppänen 2009, 63.)

Uuden median aikakaudesta kertoo myös se, kuinka eri välineitä käytetään. Tilastokeskuksen vuoden 2013 tutkimuksen mukaan 16–89-vuotiaista internetiä käytti 85 prosenttia. Internetiä käytettiin etenkin asioiden hoitamiseen, mutta koko ajan enenevässä määrin myös medioiden seuraamiseen. Peräti 59 prosenttia 16–89-vuotiaista suoma-

laisista oli vuonna 2013 katsonut televisioyhtiöiden netti-tv-palveluita viimeisten kolmen kuukauden aikana. Youtubea ja vastaavia videopalveluja oli käyttänyt 60 prosenttia. (Tilastokeskus)

Uusmediaa voidaan pitää viestintämuotona, joka vastaa oman aikansa keskeisiin tarpeisiin. Media on vahvasti kytköksissä teknologian kehitykseen: nopea kehitys on johtanut myös median ja sen jakeluteknologian muutokseen. Brittiläinen kulttuuritutkija Raymond Williams onkin todennut, että jokainen media on kehittynyt vastaamaan tiettyihin viestinnällisiin tarpeisiin. (Nieminen & Pantti 2009, 171.)

2.3 Sisällöntuottaja hioo ideasta tuotteen

Sisällöntuotannolla tarkoitetaan idean jalostamista valmiiksi mediatuotteeksi. Tuote voi olla esimerkiksi lehtiartikkeli, radiokuunnelma tai televisio-ohjelma. Tässä opinnäytetyössä keskityn ainoastaan liikkuvaan kuvaan.

Sisällöntuottaja joutuu esittämään kehittelyvaiheessa useita kysymyksiä. Mäkäläisen (2001, 23–24) mukaan tuottajan täytyy laadukkaasti tuotteen aikaansaamiseksi pohtia muun muassa seuraavia asioita:

- Mikä on idea? Miksi tuotetta lähdetään tekemään?
- Mitä käyttäjille tarjotaan? Mikä on keskeinen sisältö?
- Kenelle tuotetta tehdään?
- Missä tuotetta käytetään?
- Millä tavalla tuotetta käytetään? Onko kyseessä toistuva käyttö?
- Kuinka tuotanto järjestetään?
- Kuinka seurataan tuotteen käyttöä?

Sisällöntuotannon lähtökohtana on siis idea, jota lähdetään jatkojalostamaan. Sisällöntuottaja on eräänlainen ongelmanratkaisija, sillä hänen täytyy löytää ratkaisu moniin kysymyksiin ennen kuin käsissä on julkaisukelpoinen tuote. Osaava ja kokenut tuottaja saattaa päästä lopputulokseen myös vähemmällä pohtimisella, mutta perusteellisella suunnittelulla prosessista muodostuu usein helposti toistettava, sillä kehittämisprosessi ongelmien ja ratkaisujen on tiedossa ja nähtävillä. (Mäkäläinen 2001, 21–22.)

Yksi keskeinen kysymys sisällöntuottamisessa on, miten ongelmanratkaisu jalostetaan ideatuotannoksi ja miten ideatehdas pidetään kurissa niin, että lopulta syntyy loppukäyttäjille tai asiakkaille tarpeellinen tuote (Mäkäläinen 2001, 21–22).

Tarkoitus ei ole välttämättä pyrkiä aina tekemään jotain, mitä ei ole koskaan aikaisemmin tehty, vaan tehdä se entistä paremmin ja uudella näkökulmalla. Omassa projektissani tämä tarkoittaa esimerkiksi kaupungin tiedotteiden siirtämistä uuteen kanavaan ja tiiviimpään muotoon.

Sisältöä voidaan lähteä tuottamaan useasta eri lähtökohdasta. Tässä opinnäytteessä keskityn erityisesti asiakaslähtöiseen näkökulmaan. Tuotannossa ajatellaan jatkuvasti sitä, mitä ollaan tekemässä ja kenelle. Vantaa-kanavan tavoitteena on saada asukkaat kiinnostumaan päätöksenteosta ja kotikaupungin asioista, joten sisällöstä on tärkeää tehdä sellaista, että byrokratia on tavallisen ihmisen ymmärrettävissä. Nimittäin mitä paremmin tuote on tehty sopimaan käyttäjän tarpeisiin, sitä paremmin se tavoittaa asiasta kiinnostuneet ja tietoa tarvitsevat (Mäkäläinen 2001, 23).

Kohderyhmäajattelun perustana on, että tuotetta ei tehdä kaikille maailman ihmisille vaan jollekin tietylle pienemmälle ryhmälle. Kun sisältöä tuotetaan tietyn joukon tarpeisiin, se myös varmemmin houkuttelee käyttäjiä. Tällainen sisällöntuotantotapa ei kuitenkaan rajaa ulkopuolelle muita käyttäjiä, sillä sisältö saattaa toki kiinnostaa muitakin kuin ensisijaiseksi kohderyhmäksi ajateltua joukkoa. Vaikka sisältö olisi lähtökohtaisesti suunniteltu esimerkiksi keski-ikäisille hyvinvoinnista kiinnostuneille, voi se laadukkaasti tehtynä kiinnostaa myös nuorempia hyvinvoinnista kiinnostuneita.

Viestintäkanavat ovat pirstoutuneet, eikä kaikkia kohderyhmiä enää tavoiteta yhden kanavan kautta. Viestinnän suunnittelussa täytyy ottaa entistä paremmin huomioon kohderyhmä ja valita juuri tälle kohderyhmälle sopivin viestintäkanava. Näin viesti tavoittaa parhaiten halutun ryhmän ja viestintä on mahdollisimman tehokasta. (Högström 2002, 11.)

Sisällöntuottajan täytyy miettiä paitsi kohderyhmää myös sitä, missä ja miten tuotetta käytetään. Nämä ovatkin tuotteen sisällön ja ilmaisun suunnittelussa määrääviä tekijöitä. Tiivis ja yksinkertainen ilmaisu on omiaan kiireessä mobiililaitteilla sisältöjä seuraaville, moniulotteinen ja sisällöltään laajempi taas rauhalliseen ympäristöön.

2.4 Konseptin suunnittelu on tiimityötä

Sanalle konsepti ei löydy suomen kielestä yksiselitteistä ja selkeää määritelmää. Eri-laisten sanakirjamääritelmien (esimerkiksi Wikipedia) mukaan konsepti on muun muassa kirjallisen työn luonnos, suunnitelma, käsikirjoitus, raakavedos tai produktion kuvalinen luonnos.

Iljinin mukaan sanan taustalla ovat latinankieliset sanat *conseptum* ja *concipere*, jotka viittaavat sommitteluun ja kirjoittamiseen. Termi liittyy keskeneräiseen työhön, esimerkiksi käsikirjoitukseen. (Iljin 2006, 3.) Helle puolestaan määrittelee konseptin olevan malli ja idea yhteistoiminnan kohteesta. Konsepti voi pohjautua yksilön ideaan, mutta luonne on kuitenkin pohjimmiltaan yhteistoiminnallinen ja jatkuvasti kehittyvä. (Helle 2011, 107–108.)

Konsepti toimii välineenä, joka auttaa toimintojen yhteensovittamisessa ja rakentamisessa. Konsepti auttaa kytkemään kokonaisuuteen eri osat ja yksilölliset panokset ja samalla yksilöiden teot muokkaavat kokonaisuutta. Konseptin avulla voidaan hahmotella yhteisen toiminnan kohdetta rakentamaan sitoutumista yhteiseen toimintaan. (Helle 2011, 108).

Myös Iljin näkee konseptin olevan yhteisen työn tulos. Päätelmänsä hän pohjaa useille asiantuntijahaastatteluille. Hänen tekemänsä tutkimuksen tuloksista käy ilmi, että konsepti ei voi syntyä vain yhden ihmisen suunnittelutyönä, vaan työhön tarvitaan useampi henkilö. Suunnittelutyötä johtaa usein kuitenkin erikseen nimetty konseptisuunnittelija. (Iljin 2006, 6.)

Konsepteja suunnitellaan kaikilla taideteollisilla aloilla. Eri aloilla konseptin suunnitteluun liittyy kuitenkin erilaisia käytäntöjä. Keskityn tässä työssä digitaalisen viestinnän konseptisuunnitteluun, koska työni toiminnallisena osana toteutan konseptikäsikirjan verkkopalvelun sisällöntuottajille.

Digitaalisen viestinnän alalla konseptisuunnitelma on yleensä suunnitteludokumentti, jonka avulla toteutetaan käyttäjien tavoitteita ja tarpeita palveleva tuote. Omassa työssäni on myös tv-tuotannon konseptisuunnittelun piirteitä, koska kyseessä on verkon videopalvelu. Konseptisuunnitelma sisältää siis myös ohjelmaidean, jossa on otettu käyttäjien lisäksi huomioon muun muassa aikataulutus sekä tekniset ja visuaaliset elementit. (Iljin 2006, 5.)

Teoksessa *Viesti verkossa – digitaalisen viestinnän käsikirja* konseptin suunnittelussa tärkeinä ensiaskelina pidetään tavoitteiden ja kohderyhmän asettamista (Pohjanoksa 2007, 123). Tavoitteet ja kohderyhmä ratkaisevat monta muuta asiaa, kuten esimerkiksi sisällön, ulkoasun, toiminnallisuudet ja teknologiaratkaisut. Konseptisuunnittelun tarkoitus voidaan tiivistää esimerkiksi seuraavalla tavalla:

Verkkopalvelu on niin monitahoinen kokonaisuus, että konseptisuunnittelua tarvitaan myös tiivistämään ja yhtenäistämään verkkopalvelun sisältöä ja lupaus. Yhtälailla tärkeää on sovittaa konseptin toimivuus käytössä oleviin resursseihin sekä kehitysprojektin että jatkuvan ylläpidon kannalta. (Pohjanoksa 2007, 123.)

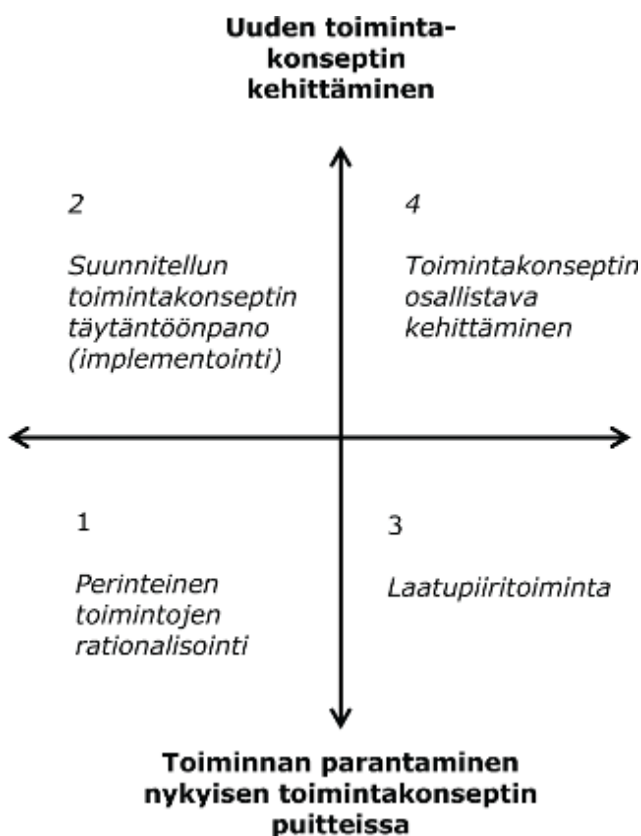
Taideteollisen korkeakoulun opettaja Maija Töyry tiivistää mediakonseptin kehittämisen kolmeen vaiheeseen. Hän puhuu erityisesti lehtien konseptisuunnittelusta, mutta käytäntöjä voi hyödyntää soveltaen myös muussa konseptisuunnittelussa. Töyryn mukaan ensimmäinen vaihe konseptisuunnittelussa on omien arvojen ja tavoitteiden sekä vastaanottajan tarpeiden määrittely. Seuraavaksi suunnitellaan edellisten pohjalta sisältöjä ja niiden vaatimia työprosesseja. Viimeiseksi siirrytään käytännön työskentelyyn eli sisältöjen tarkempaan suunnitteluun, toteutukseen ja jälkityöstämiseen. (Lappalainen 2010.)

Jos konsepti on siis eräänlainen suunnitelma tai ideakokoelma, on tiimityöskentelyn tuloksena syntyvä konseptisuunnitelma askeleen konkreettisempi. Suunnitelmat ovat usein organisaation omaan käyttöön tarkoitettuja tuotannon apuvälineenä toimivia toteutussuunnitelmia, joita ei ole tarkoitettu julkaistavaksi. Konseptin dokumentointi ajoittuu usein projektin alkuvaiheeseen, kun toimintamalleja vasta testataan ja kehitetään. Suunnitelma sisältää kaikki yksittäiset elementit koottuna. Suunnitteluvaiheessa määritellään usein tuotteen peruslähtökohdat, tarkoitus, tavoitteet, toimenpiteet tavoitteiden saavuttamiseksi, kohderyhmä, toimintamalli, visuaalinen ilme sekä keskeiset sisällöt ja rakenteet. (Iljin 2006, 11–13.)

Helteen mukaan konseptisuunnittelun ydin on seuraavanlainen:

Kyse on eri toimijoiden erilaisten intressien tunnistamisesta ja yhteisymmärryksen rakentamisesta siitä, miten strategiaa, journalistisen sisältöä ja lukijasuhteiden rakentamista käytännössä toteutetaan. Tärkeä osa analyysissä on myös yhteiskunnallisen ja kilpailutilanteen, mediamaiseman ja lukijoiden mediakäyttäytymisen ja -tarpeiden analyysillä. Kilpailu lukijoiden ajasta ja mielenkiinnosta on johtanut entistä tarkempaan mediatuotteiden sisältöön, rakenteen ja tyylin ennakosuunnitteluun. (Helle 2011, 114.)

Alla olevassa kuviossa 2 on kuvattu neljässä kentässä konseptin suunnittelu ja kehittäminen. Kentät 1 ja 3 liittyvät vanhan konseptin jatkokehittämiseen, kentät 2 ja 4 uuden konseptin suunnitteluun. Kohdalla 1 tarkoitetaan esimerkiksi toiminnan tehostamista hyödyntämällä käytössä oleva työvoima entistä paremmin. Kohta 3 tarkoittaa toiminnan laadun kehittämistä yhteistyönä. (Helle 2011, 119–120.) Kohdat 2 ja 4 puolestaan pohjautuvat yhdessä tekemiseen. Vuorovaikutuksena tapahtuva konseptisuunnittelu on vielä melko uusi ja kehittymässä oleva toimintatapa (Helle 2011, 119). Omassa työssäni kohdat 2 ja 4 toteutuvat vuorotellen suunnitelmaa käytössä testaten (kohta 2) ja yhteisten kokemusten kautta kehittäen (kohta 4). Koska kyseessä on uuden viestintäkonseptin kehittäminen, jäävät kohdat 1 ja 3 omassa työssäni taka-alalle.



Kuvio 2. Toimintakonseptin kehittäminen (Helle 2011, 120)

3 Konseptikäsikirjan suunnittelu ja toteutus

Toimintatutkimuksen menetelmään kuuluu tutkimuksen eteneminen sykleittäin, eli yhden suunnitelmaan perustuvan kokeilun jälkeen työstetään palautteen pohjalta parannettu suunnitelma (Heikkinen ym. 2008, 29). Oma tutkimukseni eteni suunnitteluvaiheesta raakaversion kirjoittamiseen, siitä edelleen välitestaukseen ja muokkaamiseen palautteen pohjalta. Valmis konseptikäsikirja onkin useamman työvaiheen tulosta. Tässä luvussa käsittelen prosessia suunnittelusta valmiiksi tuotteeksi.

3.1 Lähtötilanne

Vantaa-kanavan suunnittelu aloitettiin alun perin keväällä 2013. Varsinaisesti konseptin suunnittelu käynnistettiin kuitenkin vasta elo-syyskuussa. Ideana oli luoda tiedotukseen ja markkinointiin tarkoitettu videopalvelu, joka avaa tiiviisti päätöksenteon taustoja ja toisaalta näyttää, mitä kaikkea mielenkiintoista kehittyvässä suurkaupungissa on meneillään. Lokakuun aikana tarkoituksena oli julkaista lähinnä päätöksentekoon liittyvät ohjelmaosiot, myöhemmin syksyllä markkinointiin tähtäävät kevyemmän sisällön osiot.

Sisältöä oli tarkoitus lähteä tuottamaan yhteiskunnallisen viestinnän näkökulmasta, eli tarkoituksena oli välittää ja analysoida hankalaa tietoa, tässä tapauksessa avata tarkemmin päätöksentekoprosessia ja samalla saada asukkaat kiinnostumaan kotikaupungin asioista. Yhteiskunnallisen viestinnän tavoitteena onkin välittää politiikkojen ja päättäjien käsittelemät hankalat ja globaalit asiat niin, että ihminen ymmärtää, kuinka päätökset vaikuttavat paikallisesti hänen arkeensa. Yhteiskunnallisen viestinnän tehtävä on tiedonvälityksen lisäksi ylläpitää kansalaisten aktiivisuutta ja kiinnostusta yhteisiin asioihin. (Högström 2002, 10.)

Tavoitteeksi asetettiin siis alussa, että Vantaa-kanavan sisältö saisi ihmiset kiinnostumaan päätöksenteosta ja muista kaupungissa meneillään olevista hankkeista ja tapahtumista. Kanavalle ei lähdetty määrittelemään tarkasti yhtä tiettyä kohderyhmää, sillä eri osioiden sisällöt olivat hyvin erilaisia ja siksi katsottiin, että ennemminkin tietyllä ohjelmalla saattaa olla oma kohderyhmänsä.

Pääperiaatteena pidettiin kuitenkin, että Vantaa-kanavan sisällöllä tavoiteltaisiin etenkin kaupungissa jo asuvia, päätöksenteon aikaisemmin hankalaksi kokeneita tai oman kaupungin asioista vähemmän kiinnostuneita. Tällainen rajausta oli väljyydestään huoli-

matta tarpeellinen, sillä perustana sisällöntuotannolle on, ettei sisältöä tehdä kaikille maailman ihmisille vaan selkeästi kohdennetummin. Mitä paremmin tuote on tehty sopimaan käyttäjän tarpeisiin, sitä paremmin se tavoittaa asiasta kiinnostuneet ja tietoa tarvitsevat. (Mäkäläinen 2001, 23.)

Itse tulin mukaan kanavan suunnittelutiimiin syyskuun alussa, jolloin minulle esiteltiin kanavan tavoite, alustava idea ja ohjelmaosiot. Tehtäväkseni annettiin konseptoinnin vaiheiden dokumentoiminen (tämä kirjallinen osio) ja konseptin avaaminen sisällöntuottajille tarkoitettussa käsikirjassa (työn toiminnallinen osa).

Tavoitteeksi asetettiin, että konseptikäsikirja olisi valmiina vuoden 2013 lopussa, jolloin Vantaa-kanavan kaikkien ohjelmaosioden tuotanto olisi saatu käynnistettyä. Ideana oli koota opas, jonka jokainen osio toimisi myös itsenäisenä niin, että käsikirjaa ei tarvitse lukea läpi kokonaisuudessaan, vaan osiot on nimetty siten, että tarvittavan tiedon löytää sisällysluettelon perusteella tietystä kohtaa.

Sovimme aloituspalaverissa, että kuvaan konseptikäsikirjassa tarkasti Vantaa-kanavan toimintaperiaatteen ja tavoitteet, kunkin ohjelman sisällön, tuotantoprosessin, läpimenoajat sekä työnjaon toimituksessa. Nämä koettiin tuotannon käynnistämisen kannalta tärkeimmiksi osioiksi, mutta ajatuksena oli laajentaa konseptikäsikirjan sisältöä myöhemmin ilmenevien tarpeiden mukaan. Myös Pohjanoksa (2007, 123) pitää tavoitteen, omien arvojen sekä vastaanottajan tarpeiden määrittelyä tärkeimpinä ensiaskelina, sillä nämä seikat ratkaisevat monta muuta asiaa, kuten sisällön ja ulkoasun.

Vantaa-kanavan julkaisuun oli aloittaessani aikaa alle kuukausi, ja tuotanto oli tärkeää saada käyntiin mahdollisimman nopeasti, jotta sisältöä ehdittäisiin kerätä varastoon ensimmäisten kiireisten viikkojen ajaksi. Ohjeena oli aloittaa tavoitteiden määrittelyn jälkeen konseptikäsikirjan kokoaminen ohjelmaosioden kuvauksella ja tuotantoaikojen määrittelyllä, jotta sisällöntuottajille olisi annettavana jotain konkreettista ohjeistusta ja suunnitelmaa siitä, miltä ensimmäisten julkaistavien videoiden tulisi näyttää. Töyryn mukaan toiseksi tärkein vaihe konseptin kokoamisessa onkin sisältöjen ja työprosessien suunnittelu (Lappalainen 2010).

Ensimmäisessä palaverissa kävimme yhdessä Vantaa-kanavan päätoimittajan ja vastaavan toimittajan kanssa läpi toiminta-ajatusta ja suunniteltua ohjelmistoa. Sain käyttööni materiaalin, joka sisälsi alustavat suunnitelmat kanavan sisällöistä ja tuotannon

vaiheittaisesta käynnistämisestä loka-joulukuun aikana. Ohjelmista oli tässä vaiheessa käytännössä tiedossa ainoastaan nimet, kestot ja sisällöt suurin piirtein, ja minun tehtäväni oli alkaa laatia tarkempia kuvauksia näiden ennakkosuunnitelmien pohjalta.

Alla on esitetty taulukko, jonka sain aloituspalaverissa. Tässä vaiheessa konseptisuunnittelu oli ensimmäisessä vaiheessa (määritelty edellisessä luvussa), joten tarkempia sisältöjä tai niiden vaatimia työprosesseja ei ollut vielä listattu tässä vaiheessa.

Taulukko 1. Vantaa-kanavan ohjelmat

OHJELMA	SISÄLTÖ	KESTO	NÄKÖKULMA
Valtuusto	Suora valtuuston kokouslähetys.	1–4 tuntia	Live-näkymä poliitikkojen iltatöihin. Päätöksenteko läpinäkyväksi.
Fakta	Väite+vastaväite päätöksen-teossa olevista aiheista. Taustoitetaan valtuuston listalla olevia aiheita poliitikkojen ja valmistelijoiden haastatteluilla.	90 sekuntia	Pikakatsaus pitkiä kokouksia vaativien päätösten taustoihin.
Tapahtumat	* Kaljakellunta * BRQ * Klubit * Heureka * Elinkeinopäivä	1–5 minuuttia	Kamera kiertää paikan päällä keräämässä kävijöiden fiiliksiä.
Kaupungin kehä	Kehärata rakentaa kaupungin yhdeksi. Ihmisten tarinat eri kaupunginosista.	90 sekuntia	Tavoitteena laadukas ja yhtenäinen Vantaa. Puolustetaan julkista liikennettä.
Videoblogi	"Miksi?" Kaupungin johto vastaa valtuustoihmiin kysymyksiin. Muut bloggajat: ennakointia ja pohdintaa.	90–180 sekuntia	Inhimillinen vastaus face to face.
Future V	* Elävät mallinnukset * Suunnitelma vrt. nouseva rakennus * Matkailu * Valokuvakollaasit * Vintaget historiikit	90 sekuntia	Vantaan kasvu, poreilu ja tulevaisuus kevyesti hypetettynä.
Ugc	Käyttäjien omat videot Vantaalta.	30–90 sekuntia	Hiihto-, skeitti-, bändi-, päättäjäs- ja muut kännykkävideot.
Nostot	Nostoja YouTubesta, Vimeoista ja sosiaalisesta medias- ta upotuksina.		Kepeitä aiheita, jotka liittyvät löyhästi Vantaaseen.
Arkisto	Kaikki ohjelmat nimen ja luontiajan mukaan.		

3.2 Raakaversion työstäminen

Työssä alkuun pääseminen tuntui haastavalta. Kokemusta kirjoittamisesta ja sisältöjen suunnittelusta minulla toki oli aikaisemmista työtehtävistä, mutta nimenomaan konseptisuunnitelman tai -käsikirjan kirjoittamisesta ei. Aluksi tutustuin kanavan suunnitelmiin ja erilaisiin aikaisemmin Vantaan kaupungilla tehtyihin konseptikäsikirjoihin. Nämä käsikirjat olivat kuitenkin sisällöltään ja käyttötarkoituksiltaan niin erilaisia, ettei niistä juurikaan ollut apua oman käsikirjani suunnittelutyössä.

Ongelmallisinta aloittamisessa oli kanavan suunnitelmien väljyys. Toimituksessa ei vielä tiedetty tarkkaan, mitä ollaan tekemässä ja millaisella teholla toiminta on tarkoitus käynnistää. Myös kanavan vastaava toimittaja oli vaihtumassa juuri ennen julkaisua, joten alkuperäisiin suunnitelmiin oli odotettavissa muutoksia. Vaikka tavoite siis oli kaikille selvä, ei yksittäisten ohjelmien sisältöä vielä ollut suunniteltu kovin tarkasti.

Aloitin itselleni selkeimmästä osiosta eli kanavan ja toimituksen esittelystä. Kanavan tavoitteissa ei ollut epäselvyyksiä kuten joidenkin ohjelmien sisällöissä, joten minulle esitellyt suunnitelmat täytyi käytännössä vain kirjoittaa auki selkeästi ja hieman laajemmin kuin alustavissa suunnitelmissa. Käsikirjan ensimmäisessä osiossa esittelin tiivistetysti kanavan kantavan idean, mihin tarpeeseen uusi viestintäkanava vastaa ja kuinka sisältö heijastelee kaupungin arvoja. Toimituksen esittely ja työtehtävien määrittely olivat myös niin sanottuja helppoja tapauksia, sillä työnjako oli käyty läpi yhteisessä palaverissa ja kaikki olivat sen hyväksyneet.

Ohjelmien kuvausten aloittaminen ei käynyt yhtä sujuvasti. Sisältöjä oli alettu miettiä tarkemmin ja suunnitelmia oli jo joiltakin osin muutettu. Jo projektin alkuvaiheessa korostui konseptisuunnittelun yhteistoiminnallinen ja jatkuvasti kehittyvä luonne. Kuten Helle (2011, 108) toteaa, kaikki yksilöiden teot muokkaavat kokonaisuutta. Vantaakanavan suunnittelussa tämä näkyi esimerkiksi siten, että edellisen vastaavan toimittajan tekemät suunnitelmat eivät tuntuneet enää myöhemmin toimivilta, ja niitä koettiin tarpeelliseksi muuttaa joiltakin osin.

Useamman ohjelman kohdalla nimeämistä oli alettu miettiä uudelleen, koska alkupe-
räiset nimet eivät tuntuneet yhdenmukaisilta ja tarpeeksi sisältöä kuvaavilta. *Valtuusto* vaihdettiin jo alkuvaiheessa *Kaupunginvaltuustoksi*, *Kaupungin kehä* *Vantaan kehäksi*, *Videoblogi* *Vastaajaksi* ja epämääräinen *Ugc* yksinkertaisesti *Käyttäjien videoiksi*. Al-

kuperäisestä ohjelmavalikoimasta päätettiin jättää kokonaan pois muiden videopalveluiden sisältöihin nojaava *Nostot*, koska sen koettiin olevan liian samanlainen kuin käyttäjien videoita esittelevän osion. Kansainväliseen markkinointiin tarkoitettun *Future V:n* kohtalo ja lopullinen nimeäminen olivat edelleen mietinnässä.

Ohjelmien tarkkojen kuvausten kirjoittamista vaikeutti suunnitelmien keskeneräisyys. Jokaisesta ohjelmasta oli periaatteessa kirjattu ylös keskeinen sisältö ja tavoite, mutta esimerkiksi visuaalista ilmettä ei suunnitelmissa käyty läpi. Ennen kuin ohjelmia oli mahdollista kuvata kattavasti, täytyi tehdä tarkempia suunnitelmia muun muassa seuraavien asioiden osalta: millainen on kuvallinen tyyli, millaista ääntä ohjelmassa käytetään, kuvataanko studiovalaistuksessa vai vallitsevassa valaistuksessa ja kuinka yksittäinen jakso rakennetaan eri elementeistä.

Ohjelmakuvauksia laatiessani pyrin pohtimaan asioita sisällöntuottajan näkökulmasta. Käytin apuna Mäkeläisen (2001, 23–24) mallia, jossa on listattu ne asiat, joihin sisältöjä kehiteltäessä täytyy kiinnittää huomiota. Ohjelmakuvauksia kirjoittaessani pohdin muun muassa seuraavia Mäkeläisen listaamia kysymyksiä: mikä on ohjelman idea, mikä sen keskeinen sisältö, mihin tarkoitukseen/käyttöön ohjelma tehdään, millaiselle käyttäjälle sisältöä tehdään ja kuinka tuotantoprosessi järjestetään.

Ohjelmakuvausten oheen toivottiin määritelmää siitä, kuinka kauan kunkin ohjelman tuotantoon käytetään aikaa ja kuinka tuo määritelty aika jakautuu eri tuotantovaiheiden kesken. Vantaa-kanavan ennakkosuunnitelmissa kullekin ohjelmalle oli määritelty taulukon 2 mukaiset tuotantoajat, joita oli tarkoitus lähteä jatkojalostamaan ja jakamaan eri tuotantovaiheisiin.

Taulukko 2. Ohjelmien tuotantoajat

FAKTA	VIDEObLOGI	KAUPUNGIN KEHÄ	FUTURE V	UGC, NOSTOT
6–8 h	3–4 h	10–14 h	13–16 h	1–2 h

Tarkkojen tuotantoaikojen määrittely tuntui haastavalta, koska ohjelmia ei ollut vielä paria yksittäistä jaksoa lukuun ottamatta testattu tuotannossa, joten määritelmiä ei voinut perustaa käytännön kokeiluihin. Yhden ohjelman, *Tapahtumat*, tuotantoaika puuttui suunnitelmista kokonaan, joten tämän tuotantoajan yritin määritellä suhteutettuna muiden ohjelmien aikoihin ja työmääriin.

Tuotantoaikoja määritellessäni turvauduin toimittajan, kuvaajan ja leikkaajan apuun. Pohdin yhdessä heidän kanssaan, kuinka paljon realistisesti kunkin ohjelmaan tekoon voisi ajatella kuluvan. Jo konseptikäsitteiden kokoamisen alkuvaiheessa huomasin, että yhteistyö muiden toimituksen jäsenten kanssa on todella tärkeää. Konseptin nähdäänkin usein syntyvän nimenomaan yhteisen työn tuloksena, ei yhden henkilön työpanoksen kautta (ks. esim. Iljin 2006, 6). Toimintatutkimuksen menetelmällä tutkimusta toteuttavan aika kuluukin usein pääasiassa erilaisiin keskusteluihin ja kokouksiin, joissa suunnitellaan ja arvioidaan toimintaa yhdessä.

Yhteisten keskustelujen ja omien kokemusteni pohjalta päädyin joidenkin ohjelmien osalta hieman laskemaan alkuperäisten suunnitelmien tuotantoaikaa, joihinkin puolestaan tuntui sopivalta jättää hieman enemmän pelivaraa esimerkiksi animaatioiden tekemiselle tai taustatyöskentelylle. Periaatteena tuotantoaikojen määrittelyssä pidin sitä, että rakenteeltaan ja elementeiltään yksinkertainen ohjelma on myös ajallisesti melko nopeasti toteutettu. Siksi esimerkiksi *Faktan* ja *Vastaajan* tekemiseen käytetään vain muutamia tunteja.

3.3 Tuotteen välitestaus

Konseptikäsitteiden syntyä iteroiden eli hyödyntämällä työskentelymallia, jossa lopputuote syntyy toistamisen kautta. Iterointi on yleinen nimitys menetelmille, joissa samoja työvaiheita toistetaan niin kauan kunnes haluttu lopputulos on saavutettu. Matematiikassa iterointi tarkoittaa toistoa tai laskennan toistamista. (Wikipedia 2014) Omassa työssäni iterointi tarkoittaa tuotteen testaamista käytännössä ja sitä kautta entistä parempien käytäntöjen hiomista.

Sisältöjen tuotanto aloitettiin syys-lokakuun vaihteessa, ja Vantaa-kanava avattiin käyttäjille lokakuun alussa. Lokakuussa ensimmäinen versio konseptikäsitteistä oli jo olemassa ja ohjeistuksia oli ehditty testata käytännössä. Ensimmäisen kuukauden aikana tehtiin pääasiassa kolmea kanavan keskeisintä ohjelmatyyppeä, *Kaupunginvaltuustoa*,

Faktaa ja Vastaajaa. Lokakuun lopussa kutakin kolmea ohjelmatyyppeä oli tehty kahden tai kolmen jakson verran ja oli aika arvioida konseptikäsitteiden ensimmäisen version toimivuutta tuotannon apuvälineenä. Palaute käytiin läpi yhteisessä kanavan viikkopalaverissa.

Jokainen kanavan toimituksen jäsen oli lukenut konseptikäsitteiden ensimmäisen version ja antanut palautetta kirjallisena sähköpostitse. Tämän kirjallisen palautteen lisäksi listasin itselleni kokouksen aikana yhteisessä keskustelussa esiin tulleita kysymyksiä ja lisähuomioita. Jokaiselta oli pyydetty palautetta paitsi käsitteiden yleistä myös tarkemmin oman osaamisalueen asioista. Palautetta keräsin siis pääasiassa haastattelemalla ihmisiä sekä sähköpostitse että kasvokkain erilaisissa kokouksissa ja kahdenkeskisissä tapaamisissa. Analysoin aineistoa pääasiassa teemoitellen eli pyrin hahmotamaan, mitkä seikat toistuvat useammissa palautteissa ja nostin ne keskeisimmiksi kehityskohteiksi.

Lokakuun lopussa käsitteiden sisältö Vantaa-kanavan sekä sen toimituksen esittelyn, ohjelmaosien kuvaukset ja karkeat tuotantoajat kullekin ohjelmalle. Kanavan toimintaperiaate ja tavoitteet oli kaikkien mukaan kuvattu niin tarkasti, että myös uusi tai tilapäinen työntekijä ymmärtäisi tekstin luettuaan kanavan toimintaperiaatteen ja voisi tuottaa kanavalle tavoitteen mukaista sisältöä. Myös toimituksen työnjako oli esitetty niin, että kukin toimituksen jäsen sai selkeän kuvan siitä, mitä omiin työtehtäviin kuuluu. Mikään työtehtävä ei myöskään jäänyt listauksen ulkopuolelle ilman selvästi osoitettua vastuuta henkilöä.

Ohjelmakuvauksiin kaivattiin kuitenkin enemmän selkeyttä ja konkreettisia esimerkkejä. Konseptikäsitteiden ensimmäinen versio ei antanut kaikille selkeää kuvaa ohjelmien asiasisällöstä sekä siitä, miltä ohjelmien tulisi näyttää visuaalisesti. Tarkempaa ohjeistusta kaivattiin esimerkiksi siitä, missä suhteessa haastattelukuvaa ja kuvituskuvaa tulisi kussakin ohjelmassa käyttää.

Koska tavoitteena oli luoda ohjelmille yhtenäinen tyyli, toivottiin käsitteiden ohjeistusta myös siitä, millaista taustaa vasten ja mistä kuvakulmasta haastattelut on tarkoitus kuvata. Lisäksi kanavan toimitus toivoi konseptikäsitteiden laveampien yksittäisten ohjelmakuvauksien lisäksi tiivistä ja selkeää taulukkoa, josta ilmenee jokaisen ohjelman sisältö, näkökulma ja kesto parilla lauseella. Konseptikäsitteiden ensimmäisestä versiosta

puuttuivat visuaalisen ilmeen sekä tarkan toimintamallin ja rakenteen kuvaus, jotka kuitenkin ovat suunnitelmien keskeisimpiä elementtejä (Iljin 2006, 11–13).

Ensimmäisessä versiossa kullekin ohjelmatyypille oli määritelty suuntaa antavat tuotantoajat, joissa oli otettu huomioon taustatyöskentely, kuvaus ja editointi. Jo tuotannossa olevien kolmen ohjelman osalta määriteltyt tuotantoajat tuntuivat muutaman jakson jälkeen realistisilta, mutta toimituksessa tiedostettiin myös, että jo muutaman jakson jälkeen työvaiheet saattavat jo sujua nopeammin. Tuotantoaikojen osalta kokeilua päätettiin jatkaa vielä muutaman jakson verran ja tarkastaa aikojen paikkansapitävyys uudestaan hieman myöhemmin.

Aikataulutusta koskevaan konseptikäsikirjan osioon kaivattiin tuotantoaikojen lisäksi tarkempaa kuvausta siitä, millaisella syklillä mitäkin ohjelmaa tuotetaan. Aikataulujen suunnittelun avuksi toivottiin jonkinlaista havainnollistavaa taulukkoa, johon olisi sijoitettu yhden esimerkkikuukauden kuvaus-, editointi- ja julkaisupäivät. Tätä esimerkkitaulukkoa sisällöntuottajat voisivat käyttää apuna seuraavien kuukausien tuotantosuunnittelussa.

Välipalaverissa useampi kanavan toimituksen jäsen toivoi käsikirjan sisältävän kanavan esittelyn, työtehtävien määrittelyn, ohjelmakuvausten ja tuotantoaikataulutuksen lisäksi osion, jossa käytyäisi läpi teknisempiä asioita, kuten leikkausta ja julkaistujärjestelmän käyttöä. Sovimme yhdessä kanavan päätoimittajan kanssa, että aloituspalaverissa sovittujen osioiden lisäksi valmiiseen konseptikäsikirjaan sisällytettäisiin myös leikkausohjeistus ja napakat ohjeet sisältöjen julkaisuun. Näiden lisäksi konseptikäsikirjaan päätettiin lisätä omat osionsa kävijöiden kommenttien käsittelylle, kävijäseurannalle ja sisältöjen markkinoinnille. Verkkopalvelua suunniteltaessa onkin tärkeää ottaa huomioon myös tekniset resurssit ja palvelun ylläpito (Pohjanoksa 2007, 123).

3.4 Varsinainen konseptikäsikirja

Kanavan toimitukselta saamani palautteen perusteella lähdin muokkaamaan konseptikäsikirjaa laajemmaksi ja konkreettisemmaksi. Sekä itsestäni että myös muista toimituksen jäsenistä ensimmäinen versio tuntui hieman liian ympäripyöreältä, eikä se vielä antanut tarpeeksi tarkkaa kuvaa toiminnasta, vaikka toimintaperiaate ja tavoitteet olikin jo kuvattu toiveiden mukaisesti.

Kiinnitin tässä vaiheessa erityisesti huomiota siihen, että keskustelin entistä enemmän muun toimituksen kanssa sen sijaan, että olisin yrittänyt koota käsikirjaa täysin itsenäisesti. Toimintatutkimuksen menetelmälle keskeistä onkin, että tutkija tekee omia huomioitaan, mutta myös keskustelee niistä aktiivisesti muiden kanssa ja pyrkii ottamaan huomioon useampia näkökulmia (Heikkinen ym. 2008, 30).

Kanavan esittelytekstiin tai työnjaon kuvaukseen ei enää ollut tarvetta tehdä muutoksia, joten aloitin käsikirjan muokkauksen miettimällä, kuinka ohjelmakuvauksia voisi kirkastaa niin, että asiaan perehtymätönkin pääsisi ne luettuaan todella selville sisältötavoitteista. Lisäsin kunkin ohjelman kuvaukseen havainnollistavia esimerkkejä jo tuotetuista ja rakenteeltaan hyväksi havaituista jaksoista. Listasin jokaisen ohjelman kohdalle ohjeistuksen kuvituskuvan käytöstä suhteessa haastattelukuvaan, toivotut kuvakulmat ja taustat. Lopuksi koostin kunkin ohjelman tärkeimmät asiat tiiviiseen taulukkoon, jollaista useampi oli palautteessaan toivonut.

Tuotantoaikoja en lähtenyt tässä vaiheessa muokkaamaan, sillä ne koettiin jo tarpeeksi realistisiksi niiden ohjelmien osalta, jotka olivat tuotannossa. Aikataulutuksen suunnitteluun toivottiin jonkinlaista yksinkertaista apuvälinettä, ja päädyin toteuttamaan sen yhden esimerkkikuukauden avulla. Merkitsin taulukkoon yhden kuukauden ajalta kaikki kuvaus-, leikkaus- ja julkaisupäivät, jotta toimituksessa nähtäisiin konkreettisesti, kuinka työskentely yleensä jakaantuu viikoittain ja koko kuukauden aikana. Ideana oli, että taulukko antaisi kuvan siitä, minä päivinä tai viikkoina tekemistä tyypillisesti riittää enemmän ja milloin puolestaan on väljempää. Viikkoina, jolloin ei tehdä tiettyyn julkaisuajankohtaan sidottuja ohjelmia, voidaan toteuttaa muita suunnitelmia.

Teknisten ohjeistusten toteuttaminen oli toista versiota kirjoittaessani kaikkein haastavinta. En ollut itse vielä perehtynyt julkaisujärjestelmän käyttöön, joten minulla ei ollut selkeää kuvaa esimerkiksi siitä, kuinka valmiita videoita julkaistaan. Ohjeet laadinkin lopulta yhteistyössä toimituksen julkaisujärjestelmän ylläpitäjän kanssa ja lisäsin oheen vielä kuvia jokaisesta vaiheesta, koska minusta tuntui, ettei ohjeistus pelkkänä tekstinä olisi ainakaan omiin tarpeisiini riittävä. Koin, että omien kokemuksieni hyödyntäminen tässä muilta saadun palautteen lisäksi toi mukaan niin sanottua toimituksen ulkopuolista näkökulmaa ja auttoi tekemään ohjeistuksesta entistä paremman.

Leikkausohjeistuksen suhteen päädyin siihen ratkaisuun, että pyysin leikkaaja koostamaan yksinkertaiset ohjeet, jotka kävin vielä ennen käsikirjaan liittämistä läpi ja selven-

sin mahdollisia hankalia kohtia. Tällainen ratkaisu lisäsi samalla sopivasti projektin yhteistoiminnallista luonnetta ja osallisti myös muut tutkimukseen ja kehittämistyöhön. Toimintatutkimuksessa ideana onkin, että tutkijan lisäksi mahdollisimman moni on mukana suunnittelussa, aineiston keruussa ja toteutuksessa (Heikkinen ym. 2008, 32–33).

Kävijäseurantaa käsittelevä osio jäi lopullisessa konseptikäsittekirjassa varsin suppeaksi, sillä suunnitelmista huolimatta tarvittavaa työkalua ei saatu käyttöön toivottuun ajankohtaan. Projektin alussa olisi todennäköisesti pitänyt tehdä ulkopuoliselle julkaisualustan toimittajalle tarkemmat tarvemäärittelyt, mikä on, kuten tämän työn luvussa kaksi on useaan kertaan todettu, konseptisuunnittelun keskeinen ensiaskel. Tarkemman kävijäseurannan kuvaamiseksi ja ohjeiden laatimiseksi työkalua olisi pitänyt päästä ensin tutkimaan itse ja kirjaamaan tämän jälkeen oleelliset seikat ohjeistukseen. Kävijäseurannan aloittaminen merkittiinkin jatkokehityskohteiden listalle.

4 Valmis tuote testissä

Valmiin konseptikäsittekirjan luettuaan toimitus antoi palautetta sisällöstä ja arvioi käsittekirjan toimivuutta sisällöntuotannon apuvälineenä. Tähän lukuun olen koonnut paitsi toimituksen kommentit myös oman arvion työn onnistumisesta. Luvun lopussa kertaan vielä eniten projektin etenemiseen ja lopputulokseen vaikuttaneet haasteet.

4.1 Käyttäjien palautetta käsittekirjasta

Testaukseen ja palautteen käsittelyyn ei alkuperäisestä suunnitelmasta huolimatta jäänyt juurikaan aikaa. Konseptikäsittekirjan kokoaminen siis poikkesi hieman toimintatutkimuksen periaatteista, joiden mukaan uuden luominen ja reflektointi olisivat molemmat yhtä keskeisiä projektissa (Heikkinen ym. 2008, 78–79). Varsinaisia toimituksen yhteisiä kehitys- tai palautekeskusteluja ei viikkopalavereja lukuun ottamatta syksyn aikana käyty, mutta jokainen toimituksen jäsen osallistui tietyin väliajoin konseptikäsittekirjan kehittelyyn kommentoimalla sisältöä erityisesti oman työnkuva kannalta. Järjestely toimi hyvin, sillä jokainen todella luki käsittekirjan version läpi useammassa vaiheessa ja esitti rakentavaa palautetta.

Toimituksen työnjako, Vantaa-kanavan toimintaperiaate, sisällön tavoitteet ja ohjelmatyypit oli kaikkien kanavan sisällöntuottajien mielestä kuvattu lopullisessa käsikirjassa niin tarkasti, kuin silloisessa vielä varsin sekavassa tilanteessa oli mahdollista. Ensimmäiseen versioon verrattuna ohjelmakuvaukset olivat selkeämpiä sekä yksityiskohtaisempia ja mukana oli myös toivottuja konkreettisia esimerkkejä. Konseptikäsikirjan lukeneiden mukaan ohjelmat ja työtehtävät oli kuvattu niin kattavasti, että myös uusi työntekijä sisäistäisi tarvittaessa nopeasti, millaista sisältöä hänen odotetaan kanavalle tuottavan. Toimittajalla olisi tarvittavat tiedot taustoitusta ja haastattelua varten, kuvaajalla ja leikkaajalla puolestaan kuva siitä, miltä valmiin sisällön tulee näyttää.

Tehtävänäni oli määritellä konseptikäsikirjassa myös läpimenoajat kullekin ohjelmatyypille. Määritelmien pohjalla käytin toimittajan, kuvaajan ja leikkaajan arvioita siitä, kuinka kauan kuhunkin työvaiheeseen keskimäärin kuluu aikaa. Määrittelemäni läpimenoajat osoittautuivat kuitenkin lopulta liian suuriksi, sillä todellisuudessa leikkaamiseen ei etenkään yksinkertaisen ja pelkkää haastattelukuvaa sisältävän pariminuuttisen kohdalla kulu useampaa tuntia, kuten olin laskenut. Toimittajan tekemälle taustatyölle ja haastateltavien kontaktoinnille laskettu aika ei kuitenkaan tuntunut liian suurelta, koska kahden kuukauden tuotannon aikana oli havaittu, että tämä taustatyöskentely nielaisee yllättävän suuren ajan ohjelman teosta.

Kanavan sisällöntuottajien mukaan valmis konseptikäsikirja on kokonaisuutena selkeä ja havainnollistava. Erityisesti julkaisujärjestelmän käyttöön opastavaa kuvallista osiota pidettiin helppolukuisena ja yksinkertaisena, mutta tärkeimmät toiminnot kattavana. Julkaisujärjestelmän ylläpidosta vastaava testasi kuvallisen ohjeistuksen ja totesi uusien videoiden ja tekstien julkaisun onnistuvan sen avulla ongelmitta. Kuvia ja taulukoita oli toimituksen mielestä käytetty hyvin jäsentämään ja tiivistämään tietoa sekä elävöittämään tekstiä.

Vantaa-kanavan konseptikäsikirjaa pidettiin yleisesti onnistuneena ja kattavana työkaluna. Sen todettiin kuitenkin olevan niin vahvasti tietynhetkisiin sisältöihin ja ulkoasuun keskittyvä, että uuden kanavan kehittyessä nopeaa vauhtia käsikirja saattaa jo muuttaman kuukauden kuluttua olla joiltakin osin vanhentunutta tietoa sisältävä. On kuitenkin muistettava, että onnistuneessakin projektissa käytännöt ovat jo saattaneet muuttua projektin päättyttyä, sillä kehittämisen sykleillä ei periaatteessa ole päätepistettä, vaan uusi ja parempi käytäntö voi korvata vanhan käytännön toimintaympäristön muuttuessa. Tässä mielessä toimintatutkimus ei pääty koskaan, mutta yksittäisen tutkijan täytyy

kuitenkin lopettaa työnsä johonkin tiettyyn perusteltuun vaiheeseen. (Heikkinen ym. 2008, 29.)

Jotta Vantaa-kanavan konseptikäsikirjan sisältö pysyisi ajantasaisena, täytyisi sitä päivittää ainakin muutamien ensimmäisten kuukausien aikana, kun kehitys on kaikkein nopeinta ja sisällöt saattavat suunnitelmista huolimatta muuttaa vielä muotoaan monta kertaa. Parin vielä suunnitteluvaiheessa olevan ohjelman kohdalla myös ohjelmakuvausten laatiminen ja tuotantoaikojen määrittely vaativat tulevaisuudessa jatkokehittelyä.

Sisältöjen markkinointia ei vielä ollut ehditty miettiä perusteellisesti, joten asia käytiin konseptikäsikirjassa läpi varsin lyhyesti ja yleisellä tasolla. Sellaisenaan käsikirjan markkinointiin keskittyvä osio ei antaisi toimitukselle tarkkaa kuvaa siitä, missä kanavissa ja millä volyymillä sisältöjä tulisi markkinoida. Yhdeksi jatkokehityskohteeksi listattiinkin markkinoinnin tehostaminen. Markkinoinnin ohella tärkeäksi jatkokehityskohteeksi koettiin käyttäjien aktivointi sisällöntuotantoon. Uusmedialle keskeinen vuorovaikutteisuus ja käyttäjän näkeminen passiivisen vastaanottajan sijaan aktiivisena osallistujana ei vielä ensimmäisten kuukausien jälkeen näkynyt kanavan sisällöissä aivan tavoitteiden mukaisesti.

4.2 Oma arvio onnistumisesta

Projekti osoittautui haastavammaksi kuin olin etukäteen osannut odottaa. Kanavaa rakennettiin kiireessä, eikä konseptikäsikirjan sisällön läpikäymiseen koko toimituksen kesken riittänyt aina aikaa. Pyrin keskustelemaan säännöllisesti muiden kanavatiimin jäsenten kanssa, mutta aika ei aina riittänyt asioiden perusteelliseen käsittelyyn. Varsinaisia kirjallisia palautteita ja palavereja lukuun ottamatta keskusteluja käytiin usein pikaisesti jonkin muun tilanteen yhteydessä.

Tein työtä melko itsenäisesti työsuhteen alussa sovittujen raamien pohjalta, ja pyrin luottamaan sisällöllisissä ratkaisuissa omaan tietämykseni ja näkemykseni, jos useampia näkemyksiä ei kyseisellä hetkellä ollut mahdollista hyödyntää. Olin välillä epävarma joistakin tekemistäni ratkaisuista ja oman osaamiseni riittämisestä, mikä osaltaan hieman viivästytti oman työni etenemistä. Pienistä viivytyksistä ja alun hankaluuksista huolimatta aikataulu kuitenkin piti ja konseptikäsikirja valmistui tavoitteiden mukaisesti vuoden 2013 loppuun mennessä.

Tarvittavaa tietoa käsikirjan pohjaksi oli välillä hankalaa saada, koska sisällön suunnittelu oli toimituksessa edelleen kesken. Viikkopalavereissa pyrin tekemään tarkkoja muistiinpanoja ja kyselemään toimituksen muiden jäsenten kommentteja jo kirjoitetusta osasta. Keskustelin päivittäin kanavan vastaavan toimittajan kanssa, jotta pysyisin ajan tasalla mahdollisista muutoksista suunnitelmissa. Mielestäni toimin läpi projektin oma-aloitteisesti ja onnistumisen takana onkin osittain se, että tein rohkeasti omia ratkaisuja ja toisaalta nostin tarvittaessa asioita reippaasti yleiseen keskusteluun.

Valmis käsikirja on mielestäni helppolukuinen ja napakka. Ohjeet ovat niin yksinkertaisia, että ne luettuaan jokainen toimituksen jäsen pystyy periaatteessa hoitamaan useimpia työtehtäviä. Havainnollistavia esimerkkejä, kuvia ja taulukoita on käytetty niissä kohdissa, joissa ne tuovat selkeästi lisäarvoa ja elävöittävät ilmaisua. Kuvat ja taulukot myös kokoavat tekstissä sanottua, joten tarvittavan tiedon voi löytää myös nopealla silmäilyllä.

Onnistuin vaikeuksista huolimatta ilmaisemaan konseptikäsikirjassa selkeästi kanavan keskeisen idean ja tavoitteet sekä kuvaamaan yksittäiset elementit sellaisella tarkkuudella, että kuvauksien perusteella on mahdollista saada kaikki tarvittava tieto laadukkaan sisällön aikaansaamiseksi.

Tilaajan toiveiden lisäksi valmiissa konseptikäsikirjassa näkyy oma näkemykseni. Olen lisännyt mukaan sellaisia osioita, joita uskoisin itse tarvitsevani kanavalla työskennellessäni. Toimintatutkimuksessa tutkijan oma välitön kokemus ja tutkimastaan toimintaympäristöstä tekemät havainnot ovat keskeinen osa aineistoa (Heikkinen ym. 2008, 20). Koin, että minun ei tutkimusta tehdessäni tarvitse piilottaa itseäni passiiviseksi taka-alalla toimijaksi, vaan voin rohkeasti tuoda omia näkemyksiäni muiden rinnalle.

4.3 Projektin haasteet

Eniten haasteita konseptikäsikirjan kirjoittamiselle ja ylipäätään konseptisuunnittelulle aiheuttivat julkaisualustan tekniset ongelmat. Vantaa-kanavan sivuston toteutus tilattiin ulkopuoliselta toimittajalta, ja projektin aluksi määriteltiin tilaajan tarpeet. Kommunikaatio ulkopuolisen toimittajan kanssa koettiin kuitenkin hankalaksi, eikä tarvittavaa teknistä tukea ollut saatavilla silloin, kun sitä olisi eniten kaivattu. Myöskään sovitusta aikataulusta ei aina pidetty kiinni, minkä vuoksi joidenkin ohjelmaosioiden julkaisua jouduttiin julkaisualustan keskeneräisyyden takia lykkäämään.

Ensimmäisten kuukausien aikana sivusto näytti todella keskeneräiseltä ja tekniset ongelmat vaikuttivat valitettavasti myös julkaistujen sisältöjen toimivuuteen. Ulkopuoliselle toimittajalle huomautettiin useita kertoja esimerkiksi sivuston näkyvän eri tavalla eri selaimia käyttäville, mutta ongelmaan ei löytynyt useista huomautuksista huolimatta ratkaisua vuoden loppuun mennessä. Ongelma oli erityisen ikävä, sillä pahimmissa tapauksissa videot eivät näkyneet katsojille siinä muodossa kuin niiden olisi pitänyt. Tämä sai toimituksen pohtimaan, missä määrin laadukasta sisältöä on edes mielekästä tuottaa, jos julkaisualusta ei tue niiden esittämistä oikealla tavalla.

Julkaisualustan tekninen keskeneräisyys vaikutti työni edistymiseen siten, että muutamien Vantaa-kanavan sivuston toiminnallisuuksien tarkempi esittely ja niiden käyttöön ohjeistus oli lähes mahdotonta ennen lopullisen muodon saavuttamista. Esimerkiksi kävijäseurannasta oli mahdotonta laatia minkäänlaista ohjeistusta ensimmäiseen käsikirjan versioon, sillä koko toimintoa ei edes ollut käytössä. Näin myöskään luotettavaa kävijäseurantaa ei ensimmäisten kuukausien aikana voitu tehdä, vaikka se olisi ollut toiminnan kehittämisen kannalta ensiarvoisen tärkeää.

Teknisten ongelmien lisäksi yksi suurimmista haasteista oli kanavan konseptisuunnittelun ja tuotannon käynnistämisen pyörittäminen rinnakkain. Ihanteellisinta olisi ollut edetä valmiista suunnitelmasta tehokkaasti suoraan tuotantovaiheeseen, mutta nyt edettiin pienin askelin jonkin osion suunnittelusta käytännön toteuttamiseen. Koska valmista ja tarkkaa suunnitelmaa ei ollut ennen toiminnan käynnistämistä, toteuttaminen vei kokeiluineen huomattavasti enemmän aikaa kuin valmista suunnitelmaa seuraten.

Toimintatutkimuksen menetelmään kuuluu tuotteen kehittäminen vaiheittain, mutta toisaalta ihanteellisin ja tehokkain tapa työstää konseptia olisi edetä vaiheittain tarkoista tavoitteista sisältöjen suunnitteluun ja vasta tarkan suunnittelun jälkeen toteutukseen (Pohjanoksa 2007, 123).

Suunnitelmiin tuli matkan aikana melko paljon muutoksia alkuperäisiin verrattuna. Koko toimitus ei välttämättä ollut aina perillä viimeisimmistä suunnitelmanmuutoksista, joten välillä sattui väärinymmärryksiä esimerkiksi sisällöistä, kun uusimmat päätökset eivät olleet tavoittaneet esimerkiksi kuvaajaa tai leikkaajaa. Suunnittelu eteni välillä niin nopeaa tahtia, että edes konseptikäsitelmästä ei aina ollut apua sisällöntuottajille, sillä uusia muutoksia ei aina ollut mahdollista kirjata reaaliajassa.

Vantaa-kanavan toiminnan käynnistämiseen liittyi paljon haasteita etenkin siksi, että suunnitteluvaiheesta siirryttiin nopeasti tuotantovaiheeseen ja tilaajan ja sivuston toimitajan ajatukset ja tavoitteet eivät täysin kohdanneet. Haasteet kuitenkin opettivat omalla tavallaan eniten tässä projektissa, sillä harva vastaavanlainen projekti tuskin etenisi alusta loppuun ilman ongelmia tai väärinymmärryksiä. Kohdatuista haasteista voidaan oppia, että jatkossa suunnittelulle täytyy varata enemmän aikaa ja myös ulkopuolisten osallistujien kanssa täytyy tehdä pelisäännöt selviksi.

5 Lopuksi

Tavoitteenani oli tässä opinnäytetyössä selvittää, kuinka suunnitellaan ja toteutetaan konseptikäsikirja kunnan videopalvelun sisällöntuottajille. Olin mukana käynnistämässä Vantaan kaupungin viestintään ja markkinointiin tarkoitetun uuden Vantaa-kanavan toimintaa, ja ensimmäisten kuukausien aikana koostin konseptikäsikirjan, jonka tarkoituksena on toimia paitsi tuotannon apuvälineenä myös perehdytysmateriaalina uusille työntekijöille. Konseptikäsikirjan toivottiin edesauttavan toimintatapojen vakiintumista, jotta tuotanto olisi alusta asti laadukasta, yhdenmukaista ja tehokasta.

Opinnäytetyö toteutettiin syklisen toimintatutkimuksen menetelmällä. Toimintatutkimuksen ja perinteisen tieteellisen tutkimuksen suhde on melko ristiriitainen, sillä teoreettisen tiedon lisäämisen sijaan toimintatutkimuksen menetelmällä pyritään löytämään käyttökelpoista tietoa niin, että tutkija on osa tutkimaansa yhteisöä ja vaikuttaa aktiivisesti lopputulokseen.

Toimintatutkimusta on akateemisissa piireissä aika ajoin myös kritisoitu niin sanotun arkisen lähestymistapansa takia, mutta tämän opinnäytetyön toteuttamiseen toimintatutkimuksen menetelmä sopi erinomaisesti. Omien kokemusteni ja näkemysteni hyödyntäminen muun tutkimusaineiston lisänä mahdollisti monipuolisen kokonaisuuden syntymisen. Konseptikäsikirjaa olisi ollut todella hankala koota osallistumatta aktiivisesti tutkittavan yhteisön toimintaan.

Konseptikäsikirjan toteutus osoittautui hankalammaksi kuin olin etukäteen osannut odottaa. Kun Vantaa-kanavan suunnittelu ja tuotteen käyttöönotto tapahtuivat osittain samaan aikaan, ei yhteen vaiheeseen ehditty kiinnittää huomiota niin paljon kuin olisi ollut tarvetta. Nopea siirtyminen suunnittelusta toteutukseen aiheutti projektissani sen,

että joitakin tärkeitä seikkoja unohtui ja niitä täytyi palata pohtimaan myöhemmin. Vaikka projekti ei edennyt täysin luvussa kaksi esittelemieni kaavojen ja teorioiden mukaan, saatiin lopulta kuitenkin aikaiseksi kattava konseptikäsikirja, josta on ainakin ensimmäisten kuukausien aikana paljon apua.

Tärkeintä konseptikäsikirjan kokoamisessa on mielestäni tiivis yhteistyö muiden projektissa mukana olevien kanssa eli heidän palautteensa kuuntelu ja osaamisensa hyödyntäminen. Keskusteleminen on tärkeää, jotta valmiissa tuotteessa tulee huomioitua mahdollisimman monia näkökulmia, mutta myös siksi, että kaikki ovat tilanteen tasalla ja pystyvät toimimaan mahdollisimman tehokkaasti kohti yhteisiä tavoitteita.

Oma-aloitteisuus sekä omien näkemyksien ja kokemusten tuominen rohkeasti esille ovat ensiarvoisen tärkeitä, sillä etenkin kiireessä konseptikäsikirjan kirjoittaja joutuu tekemään sisällöllisiä ratkaisuja myös itsenäisesti. Omassa projektissani huomasin myös, että konseptikäsikirjan kirjoittaja joutuu joskus ikään kuin pakottamaan muut tekemään päätöksiä, jotta työskentelyssä päästään eteenpäin.

Konseptisuunnittelussa ja konseptikäsikirjan kirjoittamisessa voi tulla eteen haasteita, joiden ratkaisemiseen ei välttämättä voi itse vaikuttaa. Eteneminen voi joskus katketa myös oman yhteisön ulkopuolisen tahon toiminnan takia, esimerkiksi vuoropuhelun tai yhteisten pelisääntöjen puuttuessa. Yhteisen projektin alkaessa olisikin tärkeää käydä perusteellisesti läpi toivottu lopputulos ja keskustella keinoista, joilla lopputulos aiotaan saavuttaa. Kun kaikki projektiin osallistuvat puhuvat niin sanotusti samaa kieltä, on ongelmatilanteet helpompi hoitaa jo alkuvaiheessa ennen kuin ne pääsevät kasvamaan järjettömän isoiksi.

Kuten todettu, projekti oli haasteellinen ja suunnitelmiin tuli runsaasti muutoksia. Ongelmat saatiin kuitenkin ratkottua yhteistyöllä, ja olenkin tyytyväinen omaan panokseeni ja työni jälkeen. Koen tehneeni parhaani olosuhteissa, jotka vaativat oma-aloitteisuutta ja pitkäjänteisyyttä. Mielestäni valmis konseptikäsikirja täyttää työnantajan asettamat tavoitteet ja huomioi toimituksen puolelta tulleet toiveet. Konseptikäsikirjaa kootessani mietin myös, mitä tietoa itse tarvitsisin, jos työskentelisin kanavan toimituksessa, joten käsikirja ottaa huomioon myös toimituksen ulkopuolisen näkökulman.

Osaamiseni konseptikäsikirjan laatimiseksi osoittautui kattavaksi. Miellän itseni ensisijaisesti toimittajaksi, ja vahvuuteni on sisältöjen suunnittelussa ja toimittamisessa. Näis-

tä taidoista olikin paljon apua käsikirjaa laatiessani, ja osallistuin käsikirjan kirjoittamisen lisäksi tarvittaessa myös sisältöjen toimittamiseen. Koen kuitenkin, että televisio- ja radiotyön opinnot ovat tällaisen projektin onnistumisen kannalta ensiarvoisen tärkeitä, koska työssä täytyy tuntea myös liikkuvan kuvan tuotannon periaatteita. Valmis konseptikäsikirja ottaa mielestäni tasapuolisesti huomioon niin toimittajan/tuottajan, kuvaajan, leikkaajan kuin julkaisujärjestelmän ylläpitäjän.

Mielestäni Vantaa-kanavan konseptikäsikirja toimii hyvänä tuotannon apuvälineenä. Koska kyseessä on vasta muutaman kuukauden toiminnassa ollut palvelu, avoimia kysymyksiä ja jatkokehityskohteita riittää kuitenkin pitkä lista. Pahimmaksi ongelmaksi on toimituksessa koettu julkaisualustan keskeneräisyys. Vuoden alussa Vantaa-kanava näytti edelleen keskeneräiseltä, eikä kaikkia suunniteltuja toimintoja vielä ollut käytössä. Tässä vaiheessa tärkeintä onkin saada tekniset ongelmat ratkaistua, jotta palvelu on käyttäjäystävällinen ja tuotettu materiaali pääsee oikeuksiinsa.

Uskon konseptikäsikirjan toimivan alussa hyvänä apuvälineenä koko toimitukselle ja perehdytysmateriaalina uusille työntekijöille. Yhtenä tavoitteena oli edesauttaa Vantaa-kanavan toimintatapojen vakiintumista. Uusi konsepti kuitenkin elää ja muuttuu ensimmäisten kuukausien aikana jatkuvasti, joten toimintatapojen vakiinnuttaminen kaikilta osin oli varsin kova tavoite.

Lähteet

Heikkinen, Hannu, Rovio, Esa & Syrjälä, Leena 2008. Toiminnasta tietoon – Toimintatutkimuksen menetelmät ja lähestymistavat. Helsinki: Kansanvalistusseura.

Helle, Merja 2011. Toimitustyö muutoksessa – Toiminnan teoria ja mediakonseptin käsite tutkimuksen ja kehittämisen kehyksenä. Tampere: Tampereen yliopisto. tam-pub.uta.fi/handle/10024/66695. (Luettu 22.12.2013)

Högström, Anne 2002. Yhteiskunnallinen viestintä. Helsinki: Inforviestintä.

Iljin, Jonna 2006. Mitä on konseptisuunnittelu. http://mlab.taik.fi/~apaterso/projects/eee/pori/iljin_konseptisuunnittelu_2006.pdf. (Luettu 22.12.2013)

Juholin, Elisa 2001. Communicare!: viestintä strategiasta käytäntöön. Helsinki: Inforviestintä.

Lappalainen, Elina 2010. Konsepti on työkalu ja lupaus lukijalle. Suomen Lehistö, 3/2010. <http://www.suomenlehisto.fi/blog/2010/03/17/konsepti-toimituksen-tyokalu-ja-lupaus-lukijalle/> (Luettu 27.11.2013)

Lister, Martin 2005. New media: a critical introduction. London: Routledge / Taylor & Francis Group.

Mäenpää, Jenni & Seppänen, Janne 2009. Lehtikuvan digitaalinen murros. Teoksessa Väliaverron, Esa (toim.) Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus.

Mäkäläinen, Jarmo 2001. Abc digi: sisällöntuottajan käsikirja. Helsinki: Edita.

Nieminen, Hannu & Pantti, Mervi 2009. Media markkinoilla – Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen. Helsinki: Loki-Kirjat.

Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo 2012. Suomen mediamaisema. Tampere: Vastapaino.

Pohjanoksa, Iiro, Kuokkanen, Eevi & Raaska, Timo 2007. Viesti verkossa - digitaalisen viestinnän käsikirja. Helsinki: Infor Oy.

Ramonet, Ignacio 2012. Mediaräjähdys: journalismi hajonneen viestinnän aikakaudella. Helsinki: Into.

Tilastokeskus 2013: Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö –tutkimus. <http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/index.html>. (Luettu 5.4.2014)

Vantaan kaupungin kotisivut. www.vantaa.fi

Vuokko, Pirjo 2003. Markkinointiviestintä: merkitys, vaikutus ja keinot. Helsinki: WSOY.

Wikipedia

Vantaa-kanavan konseptikäsikirja

Meri Hämäläinen
20.12.2013

Sisällys

1	Mikä on Vantaa-kanava?	3
1.1	Toimitus ja työnjako	4
2	Ohjelmat	4
2.1	Kaupunginvaltuusto	5
2.2	Fakta	6
2.3	Vastaja	8
2.4	Vantaan kehä	9
2.5	Wow!	10
2.6	Käyttäjien videot	11
2.7	Tapahtumat	12
3	Tuotantoajat ja aikataulut	13
3.1	Fakta	14
3.2	Vastaja	14
3.3	Vantaan kehä	14
3.4	Wow!	15
3.5	Käyttäjien videot	15
3.6	Tapahtumat	15
3.7	Ohjelmien tuotanto- ja julkaisusykli	15
4	Videoiden leikkaus ja julkaiseminen	17
4.1	Lataaminen OVP:hen	17
4.2	Artikkelin luominen Wordpressillä	18
5	Muuta huomioitavaa	21
5.1	Palaute ja keskustelu	21
5.2	Sisältöjen markkinointi	21
5.3	Kävijäseuranta	22
5.4	Kanavan lanseeraus	22
6	Jatkossa kehitettävää	23

1 Mikä on Vantaa-kanava?



Vantaa-kanava on videopalvelu, jonka tarkoituksena on viestiä ajankohtaisista asioista ja päätöksenteosta sekä rakentaa myönteistä kuvaa kasvavasta ja kehittyvästä Vantaasta. Ohjelmia tehdään sekä viestintä- että markkinointinäkökulmasta.

Vantaan kaupungilla on ennestään ulkoisessa viestinnässä käytössä kaupungin internetsivut, sosiaalisen median kanavista Facebook ja Twitter sekä muutaman kerran vuodessa ilmestyvä Asukaslehti. Sisäisessä viestinnässä käytetään edellisten lisäksi intranet Avainta ja henkilöstölehti Vautsia.

Nämä viestintäkanavat eivät kuitenkaan tarjoa tarpeeksi mahdollisuuksia tiiviiseen ja herättävään viestintään. Vantaa-kanava tarjoaakin uudenlaisen väylän kaupungin asioihin, sillä sisältö on vastapainoa pitkille asialistoille ja tiedotteille. Liikkuvan kuvan avulla voidaan näyttää, mitä Vantaalla on meneillään ja myös visioida, millainen on tulevaisuuden suurkaupunki joukkoliikenteen risteyskohdassa.

Kanavan kautta päätöksenteko popularisoidaan ja tehdään paitsi seurattavaksi myös helposti lähestyttäväksi. Kanava haluaa herättää keskustelua ja kuulla käyttäjiään, joten videoiden yhteydessä on keskustelumahdollisuus. Katsojien kommentteihin ja palautteeseen vastataan nopeasti, mikä vaatii keskusteluosioden aktiivista seuraamista. Käyttäjillä on myös mahdollisuus tuottaa sisältöä kanavalle ja näyttää, millainen Vantaa on asukkaiden silmin.

Vantaa-kanavalle ei ole määritelty yhtä tiettyä kohderyhmää. Sisällöt vaihtelevat kategorioittain, joten kullakin ohjelmatyypillä tai jopa yksittäisellä videolla voidaan ajatella olevan oma kohderyhmänsä. Näin korostuu videoiden jakaminen tietyille kohderyhmälle esimerkiksi sosiaalisessa mediassa.

1.1 Toimitus ja työnjako

Vantaa-kanavan koko tuotannosta ja suunnittelusta vastaa kaupunginjohtajan toimialan viestintä. Muut toimialat eivät päästä tai tuota sisältöjä. Kanavan toimituksessa työskentelee kuusi henkilöä. Useimmilla on Vantaa-kanavan lisäksi myös muita töitä. Vastuualueet on jaettu yhteisessä palaverissa seuraavasti:

- Päivi Rainio: Kanavan päätoimittaja.
- Vastaava toimittaja: Kanavan konseptin ja viikoittaisten ohjelmasisältöjen suunnittelu ja toimittaminen, materiaalin editointi yhdessä leikkaajan kanssa, yhteydenpito haastateltaviin ja kuvauspaikkajärjestelyjen hoitaminen, palautteisiin vastaaminen yhdessä markkinointitiedottajan kanssa sekä tiedotteiden kirjoittaminen vantaa.fi:hin ja medioihin.
- Markkinointitiedottaja: Julkaisujärjestelmän ylläpito, kanavan tekstien laatiminen ja valmiiden videoiden julkaiseminen, kanavan alkuvaiheen lanseeraus, sisältöjen markkinointi sosiaalisessa mediassa ja palautteisiin vastaaminen.
- Mediatekniikan koordinaattori: Kuvaus, kaupunginvaltuuston lähetykset/muut suorat lähetykset ja niihin liittyvä tekniikka.
- Graafikko: Ulkoasun suunnittelu, animaatiot, julkaisujärjestelmän ylläpito, kaupunginvaltuuston lähetykset / muut suorat lähetykset ja niihin liittyvä tekniikka. Tarvittaessa myös kuvaus ja leikkaus.
- Lisäksi yksi henkilö keskittyy ainoastaan leikkaukseen.

2 Ohjelmat

Vantaa-kanavan ohjelmat jakautuvat kahteen ryhmään: päätöksentekoon liittyvät ja markkinointinäkökulmasta tuotetut. Päätöksentekoon liittyvät Kaupunginvaltuusto, Fakta ja Vastaaja ovat tiukempaa asiasisältöä. Positiivisen Vantaa-kuvan rakentamiseen tarkoitettua Vantaan kehä, Tapahtumat, Wow! ja Käyttäjien videot ovat puolestaan kevyempää ”fiilistelyä”. Suoria valtuustolähetyksiä ja yksittäisiä suorina lähetettäviä tapahtumia lukuun ottamatta sisältö on etukäteen tuotettua.

Sisältöä tuotetaan asukaslähtöisesti eli ohjelmia tehdään nimenomaan vantaalaisille. Tarkoituksena on saada ihmiset kiinnostumaan asuinpaikkansa asioista ja vaikuttamisesta sekä hahmottamaan, kuinka ja missä tulevaisuuden Vantaata rakennetaan. Vantaa-kanava ei ole ainoastaan palvelu ennestään kaupungissa asuville ja yrittäville. Tarkoitus on etenkin markkinointia varten suunnitelluilla Vantaan kehällä ja Wow!:lla houkutella myös uusia asukkaita ja yrityksiä

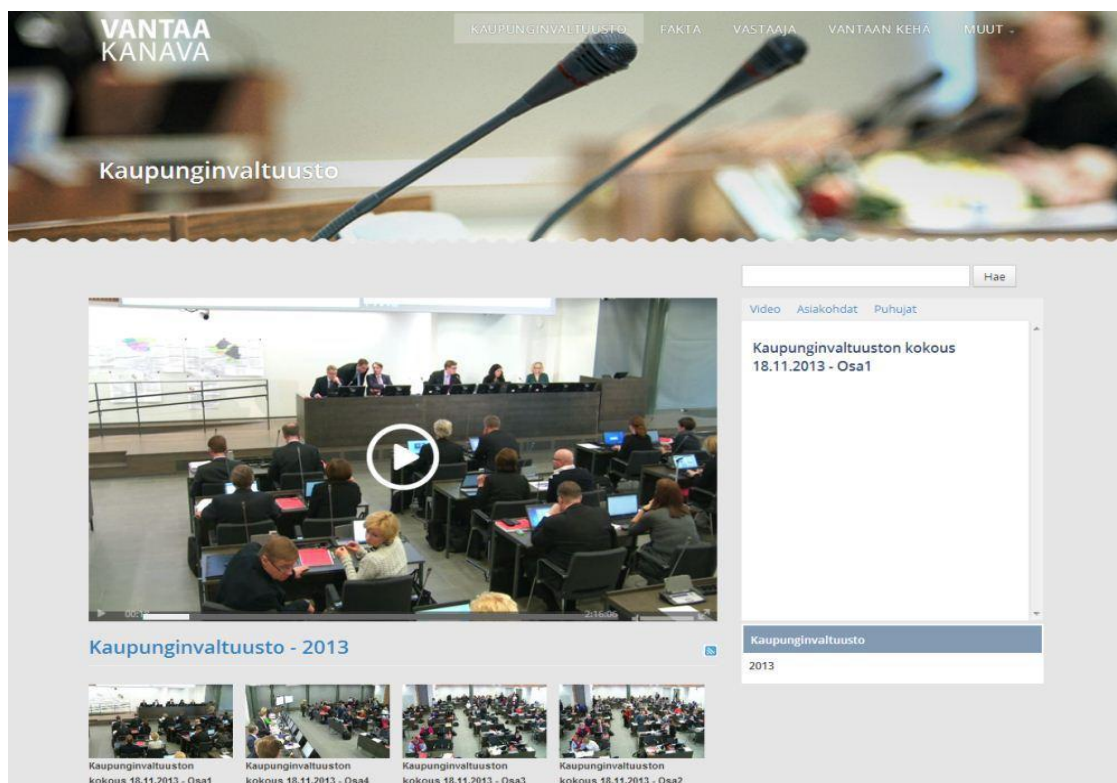
alueelle. Vantaa on kansainvälinen liikenteen keskus ja kasvaa edelleen, joten myös kansainväliseen markkinointiin panostetaan Wow! –osiolla.

OHJELMA	SISÄLTÖ JA NÄKÖKULMA	KESTO
Kaupunginvaltuusto	Suora kokouslähetys. Päättöksenteko läpinäkyvämmäksi.	1-4 h
Fakta	Valtuustoihden taustoitus. Erilaisia näkökulmia vantaalaisilta poliitikoilta.	~ 2 min
Vastaaja	Päätöksen jälkipyykki. Viranhaltijat kertovat, mitä seuraa käytännössä.	~ 3 min
Vantaan Kehä	Ihmiset ja alueet yhdistävä kehittyvä joukkoliikenne. Liikuttavat vantaalaisten tarinat eri alueilta.	~ 3min
Wow!	Animaatioita ja kuvakollaaseja tulevaisuuden Vantaasta. Introja maailmalle vietäväksi.	~ 2min
Käyttäjien videot	Vantaa asukkaiden silmin. Videoita tapahtumista, henkilöistä ja mielenkiintoisista paikoista.	~ 2min
Tapahtumat	Kamera kiertää tapahtumissa ja kerää kävijöiden fiiliksiä. Esim. Elinkeinopäivät, BRQ-festarit, Heurekan tapahtumat ja asukastapahtumat.	max. 5 min

2.1 Kaupunginvaltuusto

Vantaa-kanavan yhtenä tavoitteena on tarjota asukkaille suora yhteys päätöksentekoon ja lisätä läpinäkyvyyttä päätöksenteossa. Kaupunginvaltuuston kokoukset näkyvät kanavalla suorina, ja jälkikäteen lähetykset voi katsoa arkistosta joko kokonaan tai tietyn puheenvuoron tai käsiteltä-

vän asian kohdalta. Taltiointi toteutetaan viidellä kameralla kerran kuussa. Suora lähetys vaatii kahden henkilön työpanoksen. Kokouksen kesto on tunnista neljään tuntiin.



Myös valtuuston selostustilaisuudet eli valtuustoinfot lähetetään suorina, jos kyse on isosta asiasta (aikaisemmin esimerkiksi budjettiesityksen julkaiseminen ja valtuutettujen kysymykset siihen liittyen). Pääsääntönä on, että kaikki yleisölle avoimet tilaisuudet voidaan kuvata ja lähettää. Lähetysaikataulu julkaistaan sivustolla kausittain.

Kaikki suoraan lähetykseen myös aiemmin liittyneet kommentit näkyvät kaupunginvaltuustosivulla jokaisen uuden lähetyksen yhteydessä. Kommentit eivät siis ole videokohtaisia valtuustosivulla.

Oheishjelmat: Fakta on sisäänajo kunkin valtuustokokouksen keskeiseen aihepiiriin ja Vastaja on puolestaan kokouksen ”jälkipyykki” eli pohdinta päätöksen seurauksista.

2.2 Fakta

Faktassa taustoitetaan valtuuston listalla olevia aiheita. Aiheet valitaan uutiskriteerien mukaan niin, että isoin ja asukkaiden kannalta vaikuttavin asia taustoitetaan ensimmäisenä. Aiheenvaihdossa painotetaan myös myönteisen kaupunkikuvan edistämistä. Tarvittaessa asian voi myös

jakaa useampaan Faktaan, jos aihe on niin laaja, ettei sitä saa avattua kattavasti parissa minuutissa.

Yksi jakso on 2-3 minuuttia, joten ilmaisun täytyy olla tiivistä. Fakta voidaan tehdä kahdella tavalla: 1) asiantuntija kertoo ensin, mistä on kyse ja sen jälkeen kaksi vantaalaista poliitikkoa esittävät oman näkemyksensä käsiteltävästä asiasta, tai 2) koko video keskittyy poliitikkojen näkökulmien esittelyyn. Useimmiten Fakta toteutetaan kahden poliitikon vuoropuheluna. Asiantuntijan rooli korostuu silloin, kun asia on monimutkainen ja kaipaa tarkempaa selittämistä.



Ensimmäisellä tavalla toteutettuna ohjelmassa on ensin lyhyt, noin puolen minuutin mittainen puheenvuoro, jossa asiantuntija selittää vaikeaselkoisen asian kansantajuisesti ja ytimekkäästi. Ideana on tiivistää asian ydin muutamaan lauseeseen ja jättää kaikki turha byrokratia ja sana-helinä pois. Haastattelijan kysymys leikataan pois, joten haastateltavaa täytyy ohjeistaa aloittamaan puheenvuoronsa niin, että käsiteltävä asia käy heti katsojalle selväksi, esimerkiksi "Ympäristöohjelman tarkoituksena on..." Tämän jälkeen haastateltava kertoo tärkeimmät asiat parilla lauseella.

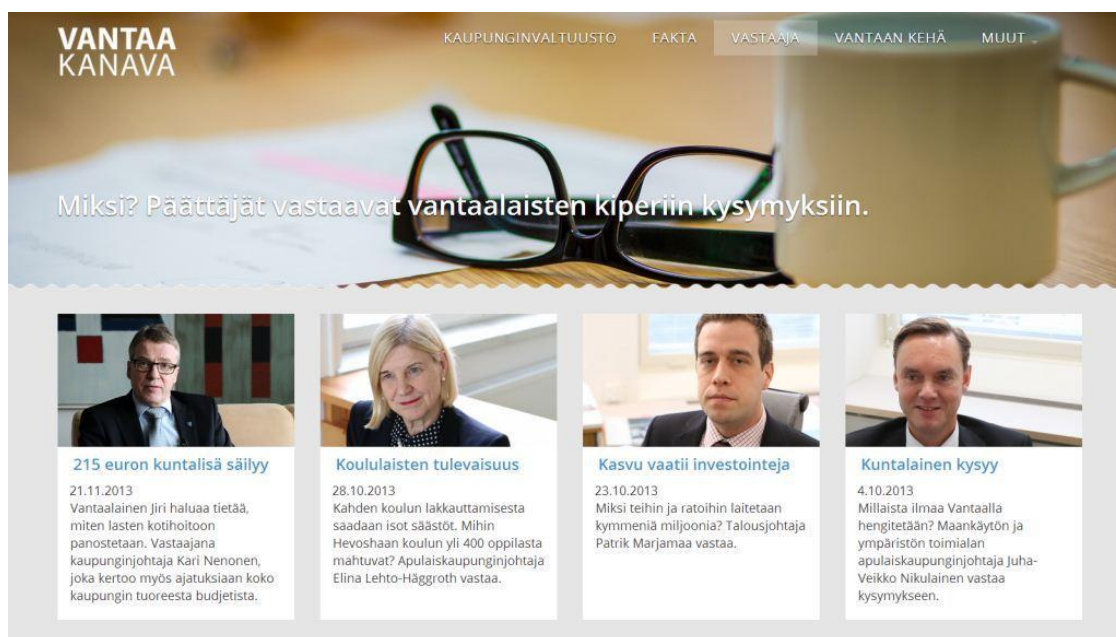
Asiantuntijan jälkeen Faktassa annetaan puheenvuoro kahdelle vantaalaiselle poliitikolle, jotka kertovat oman näkemyksensä käsiteltävästä asiasta. Kysymys voi olla esimerkiksi "Mikä uudessa ympäristöohjelmassa on hyvää ja mikä ei toimi?" Ideana on saada vastakkain kaksi eri puolueen edustajaa, joilla on myös erilaiset näkemykset käsiteltävästä asiasta. Molemmilla poliitikoilla on noin minuutti aikaa olla äänessä. Vaikka kanavalla annetaan puheenvuoro poliitikoille, ei kanava itse ota poliittisesti tiettä kantaa asioihin. Kaikille puolueille tarjotaan mahdollisuus

esittää oma näkemyksensä sopivan asian yhteydessä, ei kuitenkaan missään tietyssä järjestyksessä.

Vantaa-kanavan ei ole tarkoitus näyttää tv-kanavalta. Ideana on välttää studiomaisuutta ja kuvata vallitsevassa valossa käsivaralla. Asiantuntijahaastattelu toteutetaan lähikuvina ja poliitikot profiilissa vastakkaisiin suuntiin. Ihanteellisinta on, jos poliitikot saadaan oikeasti samaan tilaan väittelemään. Jos poliitikot kuitenkin täytyy tiukan aikataulun takia kuvata erikseen, on kysymysten oltava täsmälleen samat, jotta poliitikot puhuvat samasta asiasta ja heidät on mahdollista leikata peräkkäin esittämään näkemyksensä.

Leikkauksessa on sallittua poistaa kuvasta suoraan turhia pätkiä välistä. Ääni on pääosin haastatteluääntä, lukuun ottamatta lyhyttä ja tyyliiltään neutraalia ohjelman tunnaria. Kuvituskuvaa ja tekstiblansseja voidaan käyttää, jos se on asian selkeyden kannalta tarpeellista, mutta tavoitteena on pitää tyyli mahdollisimman yksinkertaisena ja katsojan huomio puhujassa.

2.3 Vastaaja



The screenshot shows the 'VANTAA KANAVA' website. The navigation bar includes 'KAUPUNGINVALTUUSTO', 'FAKTA', 'VASTAAJA', 'VANTAAN KEHÄ', and 'MUUT'. The main banner features a pair of glasses and a cup with the text 'Miksi? Päättäjät vastaavat vantaalaisten kiperiin kysymyksiin.' Below the banner is a grid of four video segments:

215 euron kuntalisen säily	Koululaisten tulevaisuus	Kasvu vaatii investointeja	Kuntalainen kysyy
21.11.2013 Vantaalainen Jiri haluaa tietää, miten lasten kotihoitoon panostetaan. Vastaajana kaupunginjohtaja Kari Nenonen, joka kertoo myös ajatuksiaan koko kaupungin tuoreesta budjetista.	28.10.2013 Kahden koulun lakkauttamisesta saadaan isot säästöt. Mihin Hevoshaan koulun yli 400 oppilaasta mahtuvat? Apulaiskaupunginjohtaja Elina Lehto-Häggroth vastaa.	23.10.2013 Miksi teihin ja ratoiin laitetaan kymmeniä miljoonia? Talousjohtaja Patrik Marjamaa vastaa.	4.10.2013 Millaista ilmaa Vantaalla hengitetään? Maankäytön ja ympäristön toimialan apulaiskaupunginjohtaja Juha-Veikko Nikulainen vastaa kysymykseen.

Vastaaja on Faktan jatko-osa, mutta sävy on pohdiskelevampi. Ohjelmassa viranhaltijat vastaavat päätöksen jälkeen kysymyksiin *miksi näin päätettiin ja mitä tulee tapahtumaan käytännössä*. Kysymykset tulevat asukkailta ja ne leikataan videon alkuun. Yhdessä Vastaajassa voidaan käsitellä kerralla myös kaksi kysymystä, jos ne käsittelevät samaa aihepiiriä ja sama henkilö voi vastata molempiin kysymyksiin.

Kysymyksiä kerätään kuntalaisilta mahdollisuuksien mukaan ennakoon muiden juttukeikkojen ja tapahtumien yhteydessä eri alueilta. Kuntalaista voidaan pyytää esittämään vapaasti kysymys valtuustossa päätettävään asiaan liittyen tai rajata kysyttävä teema tarkemmin. Kysyjä voi esiintyä halutessaan pelkällä etunimellä, mutta tavoitteena on mainita myös sukunimi ja asuinalue. Kerätyistä kysymyksistä vastataan niihin, jotka toimivat parhaiten ja ovat ajankohtaisimpia.

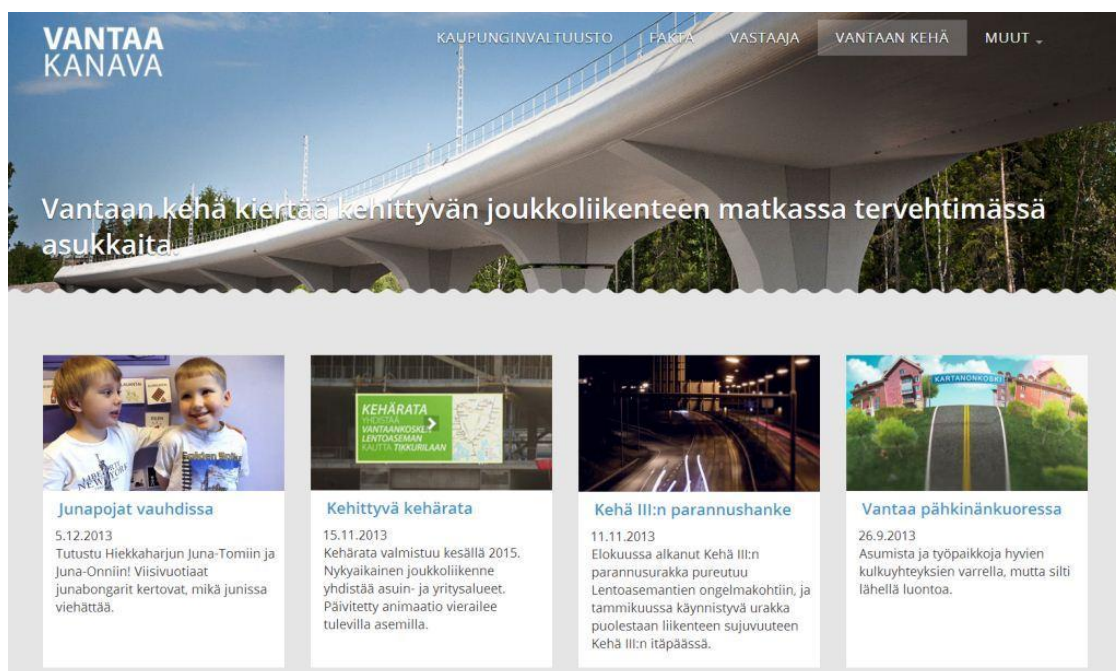
Vastaajan puheen ei ole tarkoitus kuulostaa ennalta opetellulta. Tärkeintä on, että henkilö kuulostaa uskottavalta ja todella tietää, mistä puhuu. Yhden vastaajan kesto on 2-3 minuuttia, joten puhujaa on hyvä ohjeistaa kiteyttämään tärkeimmät asiat ja esittämään asiansa selkeinä ja lyhyinä lauseina. Myös kuntalaisen kysymys toimitetaan vastaajalle ennakoon kirjallisena, jotta tämä tietää, millä asialla hän puheensa aloittaa. (Liitteenä lyhyt ohjeistus vastaajalle)

Vastaaja on tarkoitus toteuttaa mahdollisimman yksinkertaisesti: kamera on valmiina aina tietyssä viestinnän huoneessa, jotta puhuja saadaan kuvattua lyhyellä varoitusajalla. Tausta on neutraali vaalea. Kuvattava henkilö asetetaan kameran eteen katseen suunta suoraan kameraan, jotta katsojalle tulee tunne, että henkilö vastaa juuri hänelle. Ohjelmassa ei käytetä kuvituskuvaa tai tekstiä, jotka veisivät katsojan huomion pois puhujasta.

2.4 Vantaan kehä

Ohjelman ydinajatuksena on "Vantaan kehä liikuttaa ja yhdistää". Yhtenä lähestymistapana on kehittyvä joukkoliikenne ja erityisesti pian valmistuva Kehärata, joka yhdistää ihmisiä paitsi Vantaalla myös muualle Suomeen ja lentokentän kautta maailmalle.

Ideana on myös kertoa asukkaiden tarinoita eri kaupunginosista. Näiden tarinoiden avulla näytetään, millaisia erilaisia ja kiinnostavia ihmisiä Vantaalla liikkuu ja miten tuleva rata yhdistää heidät. Yhden ohjelman kesto on 2-3 minuuttia ja se voi olla joko gallup usealta eri alueelta tai yksittäisen ihmisen ajatuksia joltain tietyltä alueelta.



Keskeisiä kysymyksiä ovat: Mitä kehärata ja uudet alueet merkitsevät vantaalaisille? Millaista elämää kaupungin eri puolilla eletään? Millaisia tarinoita alueisiin ja siellä asuviin ihmisiin liittyy? Millaista asuminen kasvavilla asema-alueilla on?

Vantaan kehässä esitellään Liikkeessä-minisarjassa neljä mielenkiintoista vantaalaista. Yhdessä kolmen jakson kokonaisuudessa seurataan viisivuotiaita junafaneja Onnia ja Tomia. Junapoikien lisäksi Vantaan kehän Liikkeessä-sarjassa ovat mukana tanssia harrastava nuori vantaalainen Essah Lawrence ja huippu-uimari Emilia Pikkarainen. Myös heistä molemmista tehdään kolme jaksoa.

Ajatuksen "Vantaan kehä liikuttaa" voi siis käsittää usealla eri tavalla. Joukkoliikenne liikuttaa paikasta toiseen, yksittäiset tarinat liikuttavat mieltä ja haastateltavien unelmat liikuttavat heitä eteenpäin.

2.5 Wow!

Wow! on kanavan kansainväliseen markkinointiin tarkoitettu ohjelmaosio. Ohjelmien tyyli on huolitellumpi kuin esimerkiksi käsivaralla kuvatussa Faktassa. Ideana on luoda kuvaa kasvavasta ja kehittyvästä tulevaisuuden Vantaasta esimerkiksi animaatioilla ja kuvakollaaseilla. Ajatus on, että Wow!-videot nähtyään katsoja ajattelee Vantaan olevan tulevaisuuden suurkaupunki joukkoliikenteen risteyskohdassa.

Tässä osiossa puheen osuus on vähäinen, sillä ideana ei ole välittää tietoa asiantuntijahaastatteluin. Lyhyet ohjelmien kuvaukset tehdään myös englanniksi. Jos video sisältää puhetta, video myös tekstitetään englanniksi. Wow!-osioon tuotetaan sisältöä kolmesta näkökulmasta:

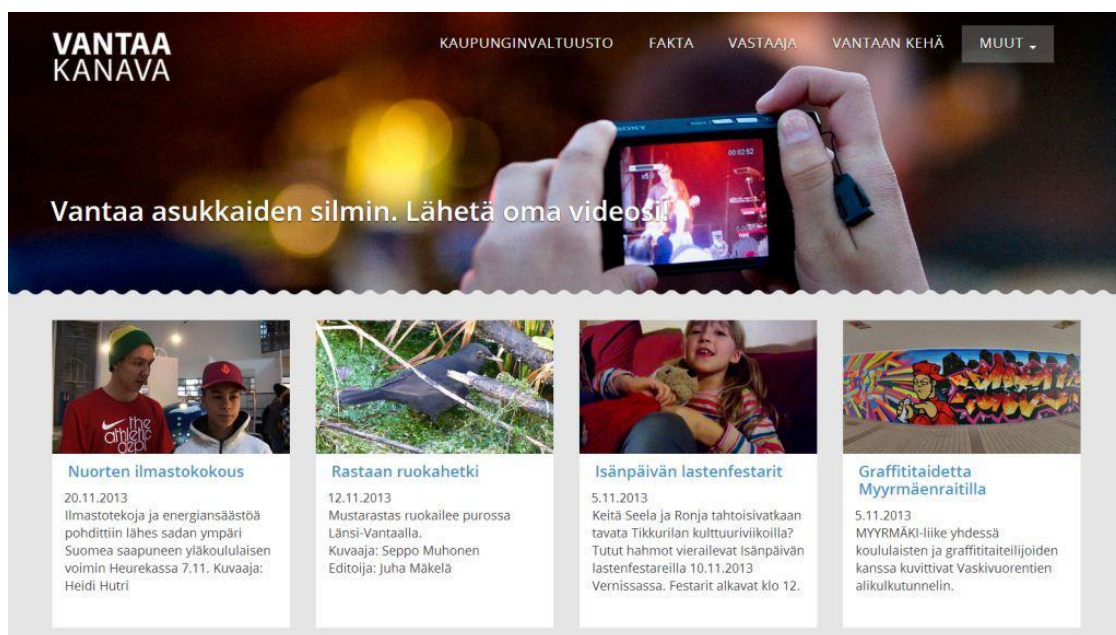
- *Vantaa visualized.* Tarkoitus on luoda käteviä ja visuaalisia introja Vantaan esittelyyn maailmalla. Näiden introjen kärjet nousevat elinvoimaohjelmasta ja tulevasta Vantaan brändityöstä. Esittelyvideoita tehdään rohkealla otteella eli pyritään erottumaan muiden kaupunkien esittelyvideoiden massasta.
- *Vantaa visited.* Tässä osiossa nostetaan maailmankartalle Vantaan lippulaivat Heurekasta Flamingoon ja lentokentästä Dixiin ja Silkkiin. Matkailu- ja vierailukohteiden aateisiin nousevat asuntomessut, barokkikonsertit ja sellaiset erikoisuudet kuin Kaljakellunta ja avantouinti savusaunan kera. Ideana on tuoda esille monipuoliset mahdollisuudet nähdä ja kokea Vantaalla.
- *Vantaa envisioned.* Mallinnukset, animaatiot ja kollaasit siitä, mitä tuleman pitää.

Wow!:ssa voidaan julkaista myös kaupungin Heurekalle tuottamaa materiaalia. Tällöin käyttöoikeudet täytyy määritellä niin, että videoita saa käyttää myös Vantaa-kanavalla. Oman tuotannon lisäksi Wow!:ssa on tarkoitus hyödyntää opiskelijoille järjestetyn kilpailun kautta saatua materiaalia. Opiskelijat ohjeistetaan visioimaan, miltä Vantaa näyttää vuonna 2025. Mallinnukset perustuvat kaupungin avoimeen dataan.

2.6 Käyttäjien videot

Vantaa-kanavan tavoite on osallistaa asukkaat sisällöntuotantoon. Kommentointi- ja jakomahdollisuuden lisäksi käyttäjät voivat lähettää omia videoita tai linkkejä esimerkiksi Youtubeen lataamiinsa videoihin, joita julkaistaan osiossa Käyttäjien videot. Kanavan sivuilta löytyy foote-rista lomake, jonka käyttäjä täyttää lähettäessään videon. Lomakkeessa määritellään, millaisia videoita haetaan. Käyttäjien videoiden enimmäispituudeksi määritellään viisi minuuttia.

Videoiden saaminen käyttäjiltä on osoittautunut hankalaksi, joten lähettämistä on tarpeen helpottaa niin, että se onnistuu suoraan kanavan kautta. Näin kynnys osallistua sisällöntuotantoon madaltuu ja videon lähettäminen onnistuu myös niiltä, joiden taidot eivät riitä videon lataamiseen ensin muuhun videopalveluun. Videoiden saamisen helpottamiseksi kaupungin toimijoille järjestetään koulutusta, jossa opastetaan tekemään videoita.



Tarkoituksena on, että videoiden leikkaamiseen ei enää käytetä toimituksessa aikaa. Käyttäjä siis toimittaa valmiin videon. Videon tulee liittyä Vantaaseen, esimerkiksi tapahtumaan, ihmiseen tai paikkaan. Sisällön täytyy olla asiallista eli se ei saa halventaa ketään, sisältää sopimattonta kieltä tai päihteitä. Lähettäessään videon tai linkin siihen käyttäjä hyväksyy samalla käyttöehdot ja ottaa täyden vastuun videonsa sisällöstä.

Esimerkiksi valmiiden musiikkivideoiden lähettäjiä ohjeistetaan kuvaamaan alkuun lyhyt esittely esiintyjästä ja videosta, jotta katsoja ymmärtää videon olevan nimenomaan käyttäjältä tullut, ei suoraan tuotantoyhtiöltä.

2.7 Tapahtumat

Kamera kiertää paikan päällä Vantaalla järjestettävissä tapahtumissa esittelemässä ohjelmaa ja keräämässä kävijöiden fiiliksiä. Tapahtumat-osiossa näkyvät esimerkiksi Elinkeinopäivä, Heureka-tapahtumat, BRQ-festivaalit, Asuntomessut, Kaljakellunta, urheilutapahtumat, musiikkitaapahtumat ja asukastilaisuudet. Pääsääntöisesti tapahtumista kuvatut videot ovat 1-5 minuuttia, mutta esimerkiksi suorana esitettävät asukastilaisuudet (ja muut mahdolliset suorat lähetykset tapahtumista) ovat luonnollisesti pidempiä.

Tapahtumissa julkaistaan kanavan toimituksen omaa tuotantoa, joten käyttäjien lähettämät videot, vaikka ne tapahtumista olisivatkin, julkaistaan Käyttäjien videoissa. Poikkeuksena tapahtumavideot, jotka toimitus on tilannut esimerkiksi tilaisuuden järjestäjiltä ja joiden sisällöstä on annettu tekijälle tarkempi ohjeistus. Tilatut omat videot toimitus voi leikata.



Tapahtumavideoissa käytetään ainoastaan kyseisestä tapahtumasta kuvattua materiaalia. Kuvi-
tuskuvaa ei lähdetä erikseen kuvaamaan, mutta tarvittaessa pitkää haastattelupätkää voi kuvit-
taa esimerkiksi yleisöstä tai esityksestä otetulla kuvalla. Myös tapahtumapaikan kuva toimii
kuvituskuvana tarpeen mukaan.

3 Tuotantoajat ja aikataulutus

Vantaa-kanavan sisältöä tuotetaan pienellä toimituksella, joten tuotantoaikataulu täytyy suunnitella tarkkaan ja siinä täytyy myös pysyä, jotta ohjelmat saadaan julkaistua aiottuna päivänä. Jokaiselle ohjelmalle on määriteltävä tuotantoaika, jossa on otettu huomioon taustatyöskentely, kuvaus ja editointi. Aikarajoissa pysytään, kun kuvaajalla ja haastattelijalla on selkeä kuva siitä, millaista ohjelmaa he ovat tekemässä ja kuvaus on suunniteltu etukäteen hyvin.

Eniten aikaa kuluu Vantaan kehän ja Wow!:n tuotantoon, sillä nämä ohjelmat ovat tyyliltään viimeistellympiä. Oheisessa taulukossa on esitetty suuntaa-antavat tuotantoajat jokaiselle ohjelmatyypille.

SUUNTAA-ANTAVAT TUOTANTOAJAT					
Fakta	Vastaja	Vantaan kehä	Wow!	Käyttäjien videot	Tapahtumat
6 h	4 h	8 h	10-16 h	1h	4 h

3.1 Fakta

Fakta julkaistaan maanantaiaamuna. Ideana on, että aamulla ilmestyvässä ohjelmassa avataan illan valtuustolähteyksen aiheita. Maanantaina julkaistavan ohjelman täytyy siis käytännössä olla valmiina viimeistään perjantai-iltapäivänä. Haastateltavat ja haastatteluajankohdat täytyy lyödä lukkoon viikkoa aiottua julkaisua aikaisemmin.

Kuvaus sovitaan viimeistään julkaisua edeltävälle torstaille ja kuvaamiseen käytetään aikaa yhteensä tunnista kahteen: useimmiten aikaa menee puoli tuntia asiantuntijan haastatteluun ja noin tunti poliitikkojen ”väättelyyn”. Jos Fakta toteutetaan ilman asiantuntijaa, kuvaamiseen riittää hyvin tunti.

Leikkaukseen käytetään aikaa noin neljä tuntia. Ideana on löytää poliitikkojen vuoropuhelusta erilaisia näkökulmia ja leikata niitä peräkkäin väite–vastaväite -periaatteella. Kuvituskuvaä käytetään todella harvoin, joten sen kuvaamiseen ja käsittelyyn ei tarvitse käyttää aikaa.

3.2 Vastaja

Vastaja julkaistaan valtuustokokouksen jälkeen loppuviikosta, yleensä keskiviikkona. Kuvaus hoidetaan alkuviikosta heti päätöksen jälkeen.

Vastaja on rakenteeltaan yksinkertaisin ja sen tekemiseen käytetään aikaa noin neljä tuntia. Kysymykset pyritään kuvaamaan muiden keikkojen yhteydessä. Varsinaisen päättäjän vastauksen kuvaamiseen käytetään puoli tuntia. Aikarajassa pysytään, kun vastaajalle on annettu etukäteen tarkka ohjeistus (katso liite 1) ja kuvauspaikka on aina valmiina. Kuvituskuvaä Vastajaan ei kuvata.

Leikkaukseen käytetään noin kolme tuntia. Alkuun leikataan kuntalaisen kysymys ja perään vastaus, jota leikataan tarvittaessa kevyesti. Tärkeintä on, että vastaja pysyy koko ajan asiasa, joten turhaa ja haparoivaa puhetta voi leikata välistä pois.

3.3 Vantaan kehä

Vantaan kehän ohjelmat ovat tyyliltään viimeistellympiä kuin Faktan ja Vastajan. Aikaa yhden jakson tekemiseen käytetään noin kahdeksan tuntia.

Vantaan kehän ohjelmissa käytetään haastatteluiden lisäksi myös kuvituskuvaä. Haastatteluiden ja kuvituksen kuvaamiseen käytetään yhteensä kaksi tuntia. Leikkaukseen on käytettävissä

reilummin aikaa (noin kuusi tuntia), koska materiaalia on enemmän ja videon rakennetta täytyy pohtia tarkemmin kuin tietyn kaavan mukaan etenevissä Faktassa ja Vastaajassa.

3.4 Wow!

Tämän ohjelmaosion tekemiseen kuluu eniten aikaa, koska sisällöissä panostetaan näyttävyyteen. Aikaa yhden jakson tekemiseen käytetään 10-16 tuntia riippuen siitä, onko kyseessä animaatio, haastattelu vai kollaasimainen esittelyvideo.

3.5 Käyttäjien videot

Käyttäjien videoiden käsittelyyn ei käytetä toimituksessa tuntia enempää. Periaatteena on, että aikaa käytetään ainoastaan videon lataamiseen ja julkaisemiseen. Käyttäjiä on ohjeistettu toimittamaan valmiiksi leikattu video, joka ladataan videopalvelusta ja viedään OVP:hen ja sen jälkeen julkaistaan Wordpressillä. Käsittely helpottuu entisestään, kun käyttöön saadaan lataustoiminto suoraan kanavan kautta.

3.6 Tapahtumat

Tapahtumavideoiden tekoon käytetään aikaa noin neljä tuntia. Tapahtumista kuvataan yleisuvaa ohjelmasta ja yleisöstä sekä haastatellaan osallistujia tai asiapitoisemmissa tapahtumissa esimerkiksi puhujia.

Kuvaamiseen käytetään aikaa tunti. Tässä ajassa hoidetaan haastattelut ja kuvituskuva. Kuvituskuvaa ei lähdetä kuvaamaan erikseen muualta. Leikkaamiseen jää aikaa noin kolme tuntia, mutta esimerkiksi kovin asiapainotteisen tapahtuman leikkaamiseen voi kulua aikaa hieman enemmän.

3.7 Ohjelmien tuotanto- ja julkaisusykli

Alla oleva taulukko on esimerkki eniten aikaa vievien ja tiettyyn julkaisuajankohtaan sidottujen ohjelmien tuotantosyklistä kolmelta viikolta. Tuotanto on vakiintunut niin, että kaupunginvaltuuston kokousta edeltävällä viikolla tehdään Fakta, joka julkaistaan kokousviikon maanantaina. Kokousta edeltävällä viikolla aikaa täytyy varata myös mahdollisen valtuuston infon suoraan lähetykseen.

Kokousviikolla aikaa vievät paitsi maanantain kaksi ihmistä työllistävä valtuuston kokouksen suora lähetys myös Vastaajan kuvaus ja leikkaus. Vastaaja julkaistaan yleensä valtuustoviikon keskiviikkona.

Kokouksettomilla viikoilla tehdään yleensä Fakta tai edellisen kokouksen päätöksiin liittyvä toinen Vastaaja, jos valtuuston listalta on noussut useampi taustoittamista tai jälkipyykkiä vaativa asia. Käytännössä kokousviikon jälkeiset viikot ovat tiettyyn julkaisuajankohtaan sidottujen ohjelmien kannalta hiljaisempia, joten nämä viikot ovat parhaita Vantaan kehän, Wow!:n ja Tapah-
tumien tekemiseen. Myös käyttäjien videoita voi säästää näille viikoille, kun muuta julkaistavaa ei välttämättä aina ole.

KOKOUSTA EDELTÄVÄ VIIKKO					
	Maanantai	Tiistai	Keskiviikko	Torstai	Perjantai
Kaupunginvaltuusto					
Fakta					
Vastaaja					

KOKOUSVIIKKO					
	Maanantai	Tiistai	Keskiviikko	Torstai	Perjantai
Kaupunginvaltuusto					
Fakta					
Vastaaja					

VIIKKO, JOLLOIN EI KOKOUSTA					
	Maanantai	Tiistai	Keskiviikko	Torstai	Perjantai
Kaupunginvaltuusto					
Fakta					
Vastaaja					

	Kuvaus
	Leikkaus
	Julkaisu

4 Videoiden leikkaus ja julkaiseminen

Vantaa-kanavan leikkauksessa suositellaan käyttämään Final Cut Pro -ohjelmistoa, sillä osa materiaalista on Final Cut -projektin muodossa.

Canonin järjestelmäkameroilla kuvattu materiaali kopioidaan koneelle ja käännetään esimerkiksi MPEG Streamclip -ohjelmalla Apple ProRes 422 -muotoon kuvatus (alkuperäisen, 720p/1080p) resoluution mukaan, jolloin sitä ei tarvitse enää erikseen renderöidä Final Cut -ohjelmalla. Sony EX3 -materiaali käännetään Final Cutin "Log and Transfer" työkalulla muotoon XDCAM EX. Alkuperäinen materiaali kannattaa siirtää koneelle ennen "Log and Transferia", sillä suoraan kamerasta käännettäessä tiedostoihin saattaa jäädä kuvissa näkyviä bittivirheitä.

Lower Third -nimipalkit haastateltaville löytyvät Vantaan kaupungin aineistopankista (<http://aineistopankki.vantaa.fi>) → Kajo → Aineistot → Vantaa-kanava → Lower Third. Samasta kansioista löytyy myös Final Cut -projekti, jossa nimipalkki on tehty oikean mittaiseksi ja lisätty ristihäivyty (cross dissolve) tekstikentän alkuun ja loppuun.

Uudelleenmuokattavassa läpinäkyvässä Photoshop-tiedostossa on paikka haastateltavan nimelle ja tittelille. Tiedosto on vain pohja, josta tallennetaan aina erikseen uusi versio, kun halutaan tehdä uusi nimipalkki. Tiedoston teksti on Myriad Pro Bold SemiCondensed Italic (Etunimi Sukunimi: 60pt, titteli: 36pt). Tekstin asetteluun eikä fonttiin tule koskea.

Vantaa-kanava -tunnukset videoiden alkuun löytyvät aineistopankista → Kajo → Aineistot → Vantaa-kanava → Vantaa-kanavatunnarit. Kansioista löytyy Faktalle ja Vastaajalle omansa ja kaikille muille ohjelmille tarkoitettu yleinen Vantaa-kanava -tunnus (Apple ProRes 422 -codec). Videoiden lisäksi kansioista löytyy Final Cut -projekti, jossa videot on leikattu oikean pituisiksi.

Aineistopankissa sijaitsevista Lower Third- ja Vantaa-kanava -Final Cut -projekteista löytyvät tiedostot on uudelleen yhdistettävä Final Cutissa (reconnect media) siihen kansioon, johon tiedostot on aineistopankista tallennettu.

4.1 Lataaminen OVP:hen

Leikkauksen valmistuttua materiaali exportataan Quicktime Moviena (current settings) ja muutetaan muotoon H.264.mp4 esimerkiksi Adobe Media Encoder -ohjelmalla.

Tämän jälkeen kirjaututaan Qbrickin OVP -sivustolle (<http://ovp.qbrick.com/>) → videonhallinta → lisää uusi media → lisää tiedosto. Videon konversion valmistuessa voidaan videolle antaa

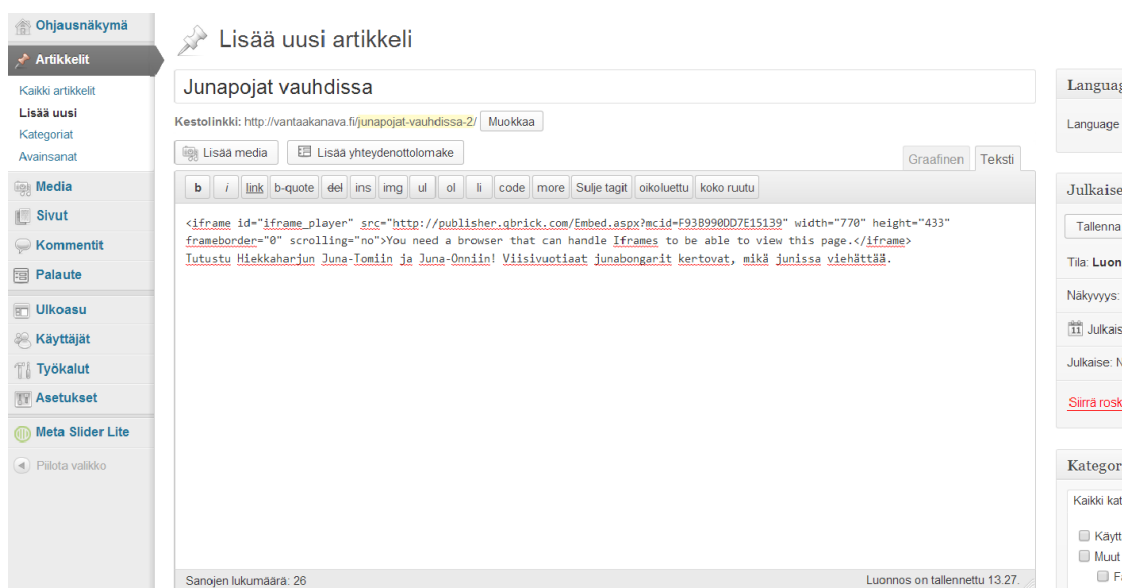
otsikko, joka näkyy ainoastaan, kun kursori viedään nettisivulla videon päälle. Videolle voidaan antaa myös kategoria, esimerkiksi Fakta tai Vastaaja, joka näkyy vain OVP:ssä.

Videosta viedään erillinen thumbnail-aloituskuva tai screenshot png:nä Wordpressiin (640x360px). OVP:n Upota-valikosta valitaan seuraavat asetukset:

- Normaalit kontrollit: ”jaa” ja ”täyskuva” valittuina (”download” ei valittuna)
- Erikoiskoko: ”770x433px”
- Kuinka video ladataan: ”automaattialoitus”

4.2 Artikkelin luominen Wordpressillä

Leikkauksen ja OVP:hen lataamisen jälkeen videon iframe-linkki kopioidaan Wordpress-julkaisujärjestelmään. Wordpressistä valitaan vasemmanpuoleisesta sivupalkista ”Artikkelit” ja ”Lisää uusi”. Ylimpänä olevaan otsikkokenttään kirjoitetaan lyhyt ja mahdollisimman hyvin sisältöä kuvaava nimi videolle. Tekstikenttään liitetään ensimmäiseksi leikkaajalta saatu videon iframe-linkki. Seuraavalle riville kirjoitetaan lyhyt ja ytimekäs kuvaus videosta. Sopiva pituus kuvaustekstille on noin 140-170 merkkiä.

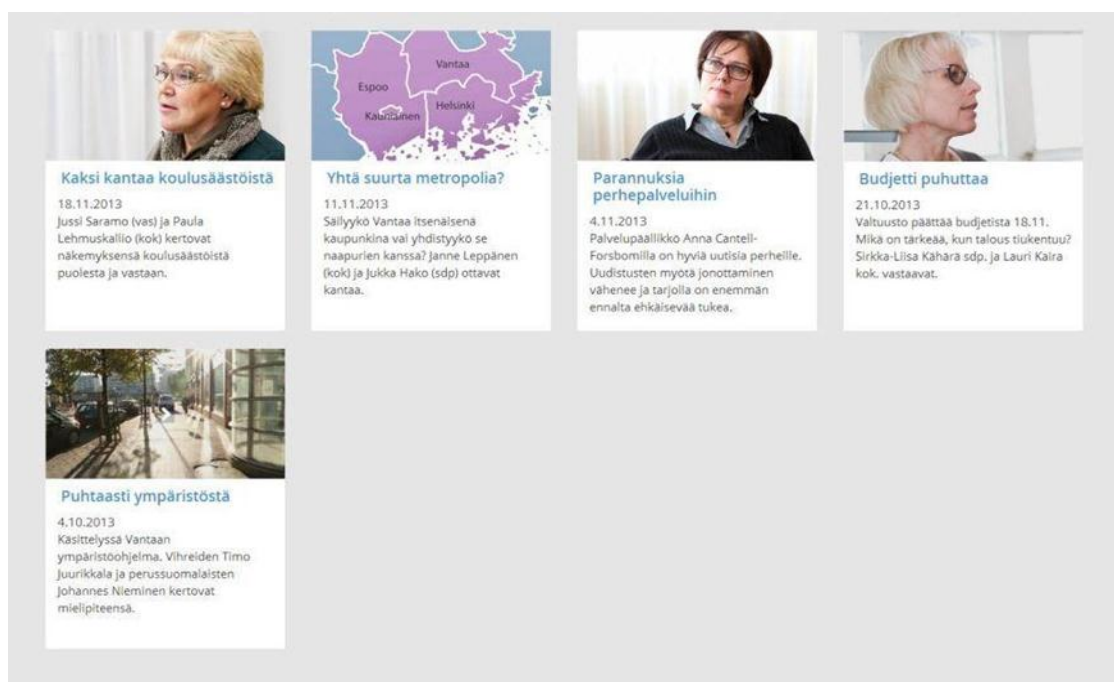


Sama lyhyt kuvausteksti kopioidaan tekstikentän alapuolella olevaan kohtaan ”Ote”. Tähän kenttään kirjoitettava teksti näkyy kategorian sivulla yksittäisen videon pikkukuvan alla. Kun pituus on 140-170 merkkiä, mahtuu teksti neljälle riville. Tarkoituksena on pitää kaikki tekstit yhtä pitkinä, jotta sivu näyttää yhtenäiseltä.

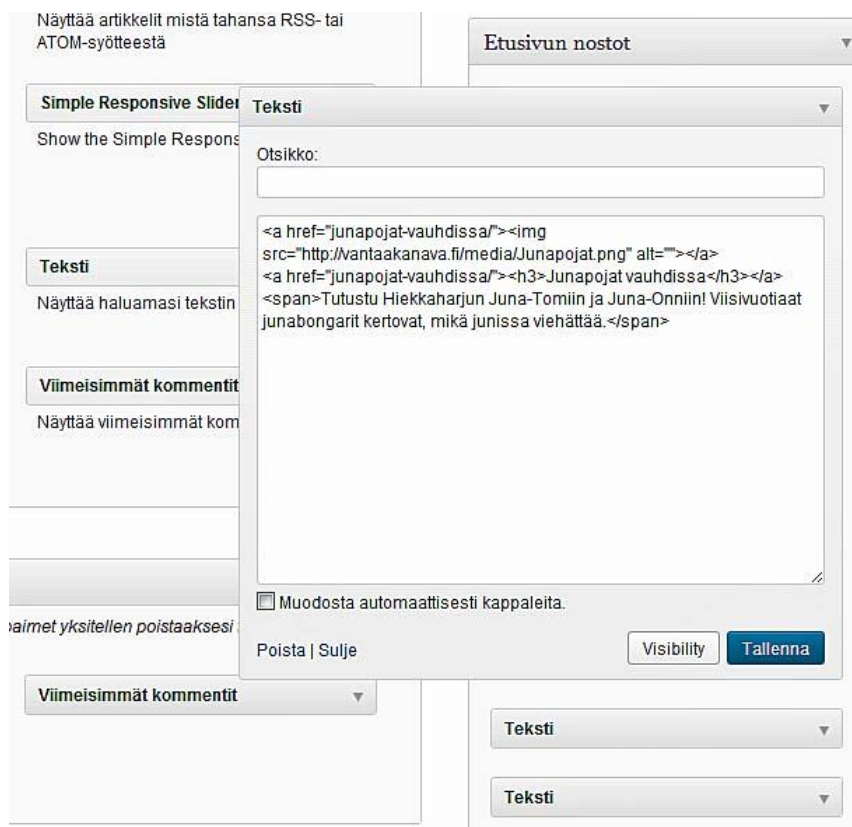
Seuraavaksi valitaan oikeanpuoleisesta sivupalkista ohjelman kategoria (Kaupunginvaltuusto, Fakta, Vastaaja, Vantaan kehä, Tapahtumat, Käyttäjien videot, Future V). Lopuksi lisätään ar-

tikkelikuvaksi leikkaajan toimittama kuva videosta. Kuva ladataan koneelta ja tämän jälkeen valitaan kohta "Aseta artikkelikuvaksi". Tämän jälkeen video voidaan julkaista joko heti tai asettaa ajastimeen haluttu julkaisuajankohta.

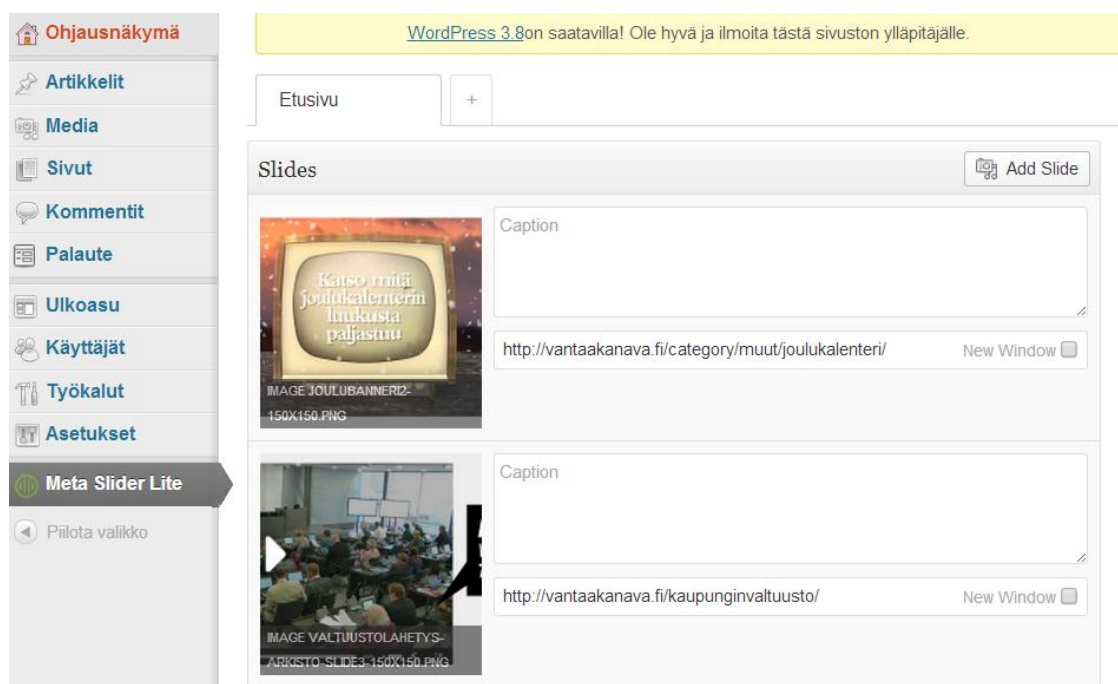
Videoiden aloituskuvat eli thumbnailit täytyy valita niin, ettei koostesivu näytä kokoelmalta poliitikkojen rintakuvia. Kasvokuvien lisäksi thumbnailiksi voidaan valita myös esimerkiksi maisemakuva tai kuva jostakin kiinnostavasta yksityiskohdasta. Näin saadaan variaatiota, eikä jokainen video näytä katsojan silmään samanlaiselta (katso alla oleva kuva). Valtuustosivun videon aloituskuvassa täytyy olla valokuva, jotta se hahmottuu nopealla silmäyksellä heti videotallenteeksi.



Uusimmat videot näkyvät oman kategoriansa lisäksi etusivun nostopaikoilla. Nostot tehdään manuaalisesti menemällä vasemmanpuoleisen valikon kohtaan "Ulkoasu" ja "Vimpaimet". Oikealla sivupalkissa näkyy kohta "Etusivun nostot". Nostopaikkoja on kuusi ja uusin nosto on aina ensimmäisenä. Nostopaikat löytyvät otsikoiden "Teksti" alta. Alla olevassa kuvassa näkyvät neljä kohtaa, joihin täydennetään videon tiedot.



Etusivun slideriin tehdään nosto valitsemalla julkaisujärjestelmän vasemmanpuoleisesta valikosta kohta "Meta slider lite" ja "Add slide". Tämän jälkeen lisätään slideriin haluttu kuva ja linkin osoite alla olevan esimerkin mukaisesti.



5 Muuta huomioitavaa

5.1 Palaute ja keskustelu

Vantaa-kanavan sivuilla on palautelomake ja lähetyslomake käyttäjien omille videoille. Molempien lomakkeiden viestit ohjautuvat kanava@vantaa.fi sähköpostiin, johon kaikilla kanavan toimituksen jäsenillä on käyttöoikeudet. Aktiivisesti sähköpostia seuraa markkinointitiedottaja, joka myös vastaa viesteihin. Mikäli palaute vaatii tarkempaa perehtymistä tai asiantuntemusta, lähettää hän viestin joko kanavan vastaavalle toimittajalle tai kyseisen toimialan viestintäpäällikölle.

Kussakin ohjelmaosiossa on kommentointimahdollisuus videon yhteydessä. Tarkoituksena on seurata kommentointia päivittäin ja reagoida kysymyksiin ja palautteisiin heti. Kanavaa koskeviin kommentteihin vastataan toimituksessa, mutta osa kysymyksistä voi olla sellaisia, ettei vastauksia löydy toimituksen sisältä. Ohjelman aihealueeseen liittyvä kysymys lähetetään kyseisestä asiasta vastaavan toimialan viestintäpäällikölle ja tämä etsii tahon, jolta vastaus saadaan. Tämän jälkeen toimitus muotoilee ja julkaisee vastauksen. Esimerkiksi Kehärata-osiossa esitettiin kysymys liityntäbussilinjojen suunnittelusta, johon saatiin liikenneinsinööriltä vastaus.

Kaikkiin mahdollisiin kaupunkia koskeviin kysymyksiin kommenttiboksissa ei kuitenkaan vastata, sillä se ei ole tarkoituksenmukaista eikä mahdollista resurssien puitteissa. Kysymys, joka ei liity videoon tai sen aiheeseen ohjataan vastaavan toimialan viestintäpäällikölle, joka lähettää vastauksen suoraan kysyjälle sähköpostitse. Tämän jälkeen kysymys poistetaan kanavan kommenttiboksista.

5.2 Sisältöjen markkinointi

Vantaa-kanavan sisältöjä markkinoidaan seuraavissa viestintäkanavissa:

- Kaupungin Facebook ja Twitter, myöhemmin mahdollisesti myös Vantaa-kanavan oma Twitter
- Vantaa.fi:n etusivu
- Sähköposti
- Asukaslehti
- Vautsi
- Henkilöstön intranet Avain
- Tilaa kanavan videot/ tilaa RSS/ podcast –mahdollisuudet otetaan käyttöön

Kaupungin etusivulla julkaistaan tiedotteita uusista sisällöistä ja suorista lähetyksistä muutaman kerran kuukaudessa. Sosiaalisessa mediassa markkinointi ja sähköpostitiedottaminen medialle ja sidosryhmille on tiheämpää.

Tiiviitä videoita voidaan sopimuksen mukaan kuvata myös asukaslehden juttukeikoilla, mikäli jotain tiettyä aihetta on mahdollista laajentaa videon keinoin. Samoja asioita ei tule tarjota kahdessa välineessä vaan tarkoitus on tuottaa lisäarvoa. Näitä videoita julkaistaan kanavalla osioissa Vantaan kehä ja Tapahtumat. Kun tällaisia juttuja tehdään, sekä lehdessä että videon esittelytekstissä vinkataan, mistä ko. aiheesta on luettavissa/katsottavissa lisää. Tämä on markkinointia puolin ja toisin. Videonostot sovitaan ja suunnitellaan aina etukäteen ennen juttukeikoja.

5.3 Kävijäseuranta

Kävijäseuranta oli tarkoitus aloittaa heti kanavan auettua, mutta luotettavaa työkalua seurannan tekemiseksi ei vielä lokakuussa ollut saatavilla. Kahdelta ensimmäiseltä kuukaudelta ei näin ollen ole kattavaa tietoa esimerkiksi sivulla vietetystä ajasta, katsotuimmista sisällöistä, uniikeista kävijöistä tai siitä, mitä kautta Vantaa-kanavalle on päädytty. Joulukuun alussa on saatu käyttöön Google Analytics, joka mahdollistaa jatkossa tarkemman kävijäseurannan sekä tarjoaa tietoa, jonka perusteella palvelua voidaan kehittää toimivammaksi.

5.4 Kanavan lanseeraus

Vantaa-kanavan toiminta käynnistetään vaiheittain. Aluksi sisältöjä markkinoidaan maltillisemmin ja varsinainen lanseeraus ajoitetaan marraskuun puoliväliin. Lanseerauskampanjana on kanavan joulukalenteri, jossa julkaistaan joka päivä yksi käyttäjän lähettämä jouluaiheinen video (esimerkiksi lahjavinkki, paras joulumuisto, hyvä resepti). Ideana on lahjoittaa jokaisesta julkaisusta videosta pieni summa (5-40 euroa) hyväntekeväisyyteen Kirkon Ulkomaanavun Toisenlaisen lahjan tai Pelastakaa lapset ry:n kautta. Lisäksi eniten tykätystä videosta lahjoitetaan 250 euroa tekijän valitsemalle viralliselle suomalaiselle hyväntekeväisyyskohteelle.

Videoiden kerääminen aloitetaan marraskuun puolivälissä. Kampanjan alkaessa joulukalenteria mainostetaan seuraavissa omissa viestintäkanavissa: Facebook, Twitter, Asukaslehti, Vautsi, Avain ja Vantaa.fi etusivu. Näiden lisäksi ostetaan mainostilaa Vantaan sanomien printtiversiosta ja nettisivuilta. Tieto joulukalenterista pyritään saamaan jakoon myös useiden eri tahojen kautta. Erityisen tärkeässä roolissa tässä ovat valtuutetut, joilla on laaja seuraajaryhmä.

Lanseeraus alkaa virallisesti sunnuntaina 17. marraskuuta, jolloin ilmestyy Vantaan sanomien mainos. Samalla avataan Vantaa-kanavan sivuille Joulukalenteri-sivu, jossa on tarkemmat ohjeet videoiden lähettämiseen. Joulukuun aikana käyttäjiä innostetaan lähettämään omia jouluvideoita pääasiassa Facebookissa ja Twitterissä. Myös jo julkaistuja käyttäjien videoita nostetaan esille esimerkiksi. Nostoja ja joulukalenterin markkinointia tehdään kerran tai kaksi viikossa.

Kanavan lanseerauksessa hyödynnetään myös muita tahoja ja yhteistyökumppaneita. Kirkon ulkomaanavun toisenlainen lahja ja Pelastakaa lapset ry jakavat tietoa joulukalenterista omissa Facebook-profiileissaan. Myös esimerkiksi aktiivisesti sosiaalisessa mediassa toimivaa Myyrmäkiliikettä, Järjestörinkiä sekä kaupungin aluekoordinaattoreita on pyydetty levittämään tietoa kanavasa ja joulukalenterista. Kouluja ja aikaisemmin omia videoita lähettäneitä puolestaan on kannustettu osallistumaan joulukalenteriin omalla jouluaiheisella videolla.

6 Jatkossa kehitettävää

Vantaa-kanavan konsepti on rakennettu tiukalla aikataululla tuotannon jo pyöriessä vauhdilla. Ohjelmatyypit ovat pääasiassa löytäneet muotonsa ja toimintatavat vakiintuneet. Jatkossa täytyy kuitenkin miettiä vielä seuraavia asioita:

- Ohjelmien kuvausten kirkastaminen ja kategorioiden välinen raja selvemmäksi (Vantaan kehä/Wow! ja Tapahtumat/Käyttäjien videot)
- Wow!:n sisältöjen jatkokehittäminen (kuinka esim. esittelyvideoista saadaan muiden kaupunkien videoista erottuvia)
- Tarkempi suunnitelma siitä, millaisella syklillä ohjelmia tuotetaan
- Sisältöjen markkinoinnin tehostaminen ja erilaisten kanavien käyttöönotto (esim. maksettu media, Instagram) uusien kohderyhmien tavoittamiseksi
- Sivun tekniset ongelmat kuntoon
- Tulevien ohjelmien aikataulu paremmin näkyville (nyt pienellä footerissa)
- Lanseerauksen jatkosuunnittelu
- Kävijäseurantaan panostaminen, tavoitteiden asettaminen ja kanavan kehittäminen infon perusteella (välitsekkaus vuoden päästä)
- Käyttäjien aktivointi sisällöntuotantoon (oman videon lähetyks/lataus helpommaksi, koulutusta videon tekemisestä kaupungin toimijoille)
- Kilpailun järjestäminen korkeakouluopiskelijoille, sisältöä osioihin Vantaan kehä ja Wow! (tarkka aiheen ja pituuden rajaus)
- Uusien sisältöjen tilaaminen mahdolliseksi
- Valtuutettujen aktivointi sisältöjen levittämiseen