

# IN THE MIDDLE OF SNOWHERE

## Brändivideon toteutus Sallan hiihtokeskukselle

Lahden Ammattikorkeakoulu  
Viestinnän koulutusohjelma  
Mutimediatuotannon opinnäytetyö

Kevät 2015  
Jukka Pehkonen





# **IN THE MIDDLE OF SNOWHERE**

## **Brändivideon toteutus Sallan hiihtokeskukselle**

Lahden Ammattikorkeakoulu  
Viestinnän koulutusohjelma  
Mutimediatuotannon opinnäytetyö

Kevät 2015  
Jukka Pehkonen

Lahden Ammattikorkeakoulu  
Viestinnän koulutusohjelma

JUKKA PEHKONEN: In the Middle of Snowhere:  
Brändivideon Toteutus Sallan Hiihtokeskukselle

Multimedia tuotannon opinnäytetyö, 46 sivua  
Kevät 2015

## TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyöni aiheena on brändivideon toteuttaminen Sallan hiihtokeskukselle. Asiakas toivoi videon tuovan esille hiihtokeskuksen parhaat puolet ja erot kilpaileviin suurempiin hiihtokeskuksiin. Videon haluttiin tukevan Hiihtokeskuksen brändiä, joka kiteytyy sloganiin “in the middle of snowhere”. Sallan hiihtokeskus kokeilee ensimmäistä kertaa videomarkkinointia. Video on suunnattu mainostukseen sosiaalisen median kautta.

Kirjallinen osa on prosessikuvaus toteuttamani videon eri tuotantovaiheista. Kerron kuvaus- ja jälkituotantovaiheessa tehdyistä ratkaisuista ja käytän kirjallisia lähteitä tehtyjen päätösten tukena.

Valmis video vastasi asiakkaan odotuksia. Video julkaistiin hiihtokeskuksen Facebook -sivulla ja asiakas oli tyytyväinen saamaansa palautteeseen sekä videon herättämään huomioon.

Avainsanat: Videotuotanto, Prosessikuvaus, Videomarkkinointi

Lahti University of Applied Sciences  
Degree Programme in Visual Communication

JUKKA PEHKONEN: In the Middle of Snowhere:  
Brand Video Production for Salla Ski Resort

Bachelor's Thesis in Multimedia Production, 46 pages  
Spring 2015

## ABSTRACT

This Bachelor's thesis covers the production of the brand video made to the Salla ski resort. The customer wanted the video to display the pros of Salla ski resort in comparison to competing ski resorts. The video was meant to contribute the brand of the ski resort which summarise in the slogan "in the middle of snowhere". This is the first videomarketing experience to the customer. The video targeted social media marketing.

This written part of the thesis is a description of a process of the video production. It covers the decisions made in different phases of the production.

The ready-made video carried out the expectations of the customer. The video was published on Salla ski resort's Facebook page. The customer was delighted at the feedback on the video and the attention the video got.

Keywords: Video production, Process description, Video marketing

# SISÄLLYSLUETTELO

<b>JOHDANTO</b>	<b>8</b>
<b>YHTEISTYÖSSÄ LUMIPALLO.FI</b>	<b>9</b>
Lisäarvoa asiakkaalle	9
<b>ASIAKAS: SALLAN HIIHTOKESKUS</b>	<b>10</b>
Asiakkaan tavoitteet	10
<b>ESITUOTANTO</b>	<b>11</b>
Alustava suunnitelma joulukuussa 2014	11
Näyttelijät/Esilaskijat	12
Referenssien puute haasteena	12
Kalusto ja ohjelmistot	13
Suunnitelma asiakkaan näköiseksi	14
<b>KÄSIKIRJOITUS</b>	<b>15</b>
Synopsis	15
Kuvaussuunnitelma	16
Kuvakäsikirjoitus	16
<b>KUVAUS</b>	<b>18</b>
Kameran asetukset	18
Ensimmäinen kuvauspäivä	19
Kisarinne	19
Maisemakuvausta / tykkylumi	20
Toinen kuvauspäivä	21
Vuokraamo	21
Myymälä	21
Kolmas kuvauspäivä	22
Aamukohtaus mökillä	22
Off-piste -laskua pohjoisrinteillä	23
Tlme-lapse rinteiden huollosta	23

Neljäs kuvauspäivä	24
Hiihtokoulu	24
Rinnelaskut	24
Ravintola	25
Auringonlaskuun	26
Iltanuotiolla	27
Kylpylä	27
Viides kuvauspäivä	28
Hiihtokuvaukset ja ilmakuvaa	28
Lumikengillä tunturin huipulle	28

## JÄLKITUOTANTO 30

Raakaleikkaus	30
Musiikin valinta	30
Hienoleikkaus	31
Leikkaustyyli	31
Lyhyt video	32
Pitkä video	34
Värimääritys	36
Värikorjaus	36
Värimääritys	38
Alku- ja loppukuvat Afterissa	40
Foley-äänet	41

## JOHTOPÄÄTÖKSET 42

Kaksi asiakasta, kaksi mielipidettä	43
Tavoitteet ja niiden toteutuminen	44

## LÄHTEET 45

# JOHDANTO

Tein opinnäytetyönäni brändivideon Sallan hiihtokeskukselle. Videosta tehtiin kaksi versiota asiakkaan erilaisiin käyttötarkoituksiin. Videoiden tavoitteena oli vahvistaa hiihtokeskuksen asiakkaille mielikuvaa Sallan rauhallisuudesta ja tukea Sallan slogania “in the middle of nowhere”. Videotuotannon kaikki vaiheet olivat kokonaan vastuullani.

Opinnäytetyön aihe lähti hahmottumaan lumilautailu-harrastukseni pohjalta. Katsoessani lumilautailuelokuvaa päätin, että haluan tehdä opinnäytetyökseni laskemiseen liittyvän videon. Kartoitin millaiselle videolle voisi olla tarvetta ja asiakaskunta löytyi melko nopeasti – hiihtokeskusten mainostus internetissä pohjautui pääasiassa vain valokuviin. Hyödyntämällä liikkuvaa kuvaa hiihtokeskukset voisivat näyttää kohteesta paljon enemmän ja antaa asiakkailleen kattavamman kuvan kohteen mahdollisuuksista.

Tavoitteenani oli projektin avulla oppia luovempaa kuvausta ja syventää osaamistani videon jälkituotannossa. Lisäksi halusin oppia myymään osaamistani paremmin ja luoda tärkeitä työelämän kontakteja. Koska halusin opinnäytetyöni palvelevan myös hiljattain perustamani yrityksen etuja, tärkeää oli saada aikaiseksi tuote, jolle olisi ostaja.

Tämä opinnäytetyöni kirjallinen osuus on prosessikuvaus Sallan hiihtokeskuksen brändivideon synnystä. Käyn kirjallisessa osuudessa läpi kaikki videon tuotantovaiheet. Olen painottanut tekstissä jälkituotantovaiheita, jotka olivat minulle opettavaisimmat ja mielenkiintoisimmat osuudet prosessista.



# YHTEISTYÖSSÄ LUMIPALLO.FI

Lumipallo.fi on suomalainen sivusto, joka esittelee hiihtokeskuksia ympäri maailmaa ja myy valmiita laskettelumatkoja. Talvikaudella 26.10.2014 – 26.3.2015 – 5 kuukauden aikana sivustolla vieraili 230 000 eri kävijää. Kävijämäärät kasvavat noin 50% vuodessa. (Hurskainen 2015)

Idea hiihtokeskusvideoista esiteltiin Lumipallon toimitusjohtajalle ja mainostoimisto Redlandille, joka on Lumipallon pääomistaja. Lumipallo osallistuu videoiden markkinointiin hiihtokeskuksille ja lisää valmiit videot osaksi hiihtokeskusesittelyjä sivuilleen.

Lumipallon tavoite on tuottaa lisää kiinnostavaa sisältöä sivustolle. Tulevaisuuden tavoitteena on myydä videon toteutus isoon osaan Suomen hiihtokeskuksia. Tärkeää on kehittää tuotteesta pienellä työryhmällä toteutettava ja taloudellisesti kannattava.

## Lisäarvoa asiakkaalle

Halusin Lumipallo.fi –sivuston yhteistyökumppaniksi projektiin, jotta asiakkaalle on selkeää hyötyä tuotteesta, eikä näkyvyys jää vain asiakkaan omien kanavien varaan. Toimiva markkinointi on sekoitus erilaisia lähestymistapoja. Mitä enemmän mahdollisia kosketuspisteitä on asiakkaisiin, sen tehokkaampaa on viestin perille saaminen (Springer 2009, 6.).

Lumipallo.fi tavoittaa runsaasti kohderyhmää, jolle hiihtokeskukset haluavat mainostaa.

Videon saaminen sivustolle osaksi hiihtokeskusesittelyä parantaa hiihtokeskuksen näkyvyyttä ja tuo mahdollisuuden vaikuttaa asiakkaan ostopäätökseen. Lukijatutkimuksen mukaan 93% kävijöistä etsii lumipallo.fi –sivustolta ideoita seuraavaksi lomailu- ja laskukohteekseen. (Hurskainen 2015.)

# ASIAKAS: SALLAN HIIHTOKESKUS

Sallan hiihtokeskus esittelee itsensä suomalaisen hiihdon synnyinsijana, joka sijaitsee keskellä ei mitään, tykkylumisten havupuiden ympäröimänä. (Salla.fi 2015) Sallan kohderyhmää ovat lapsiperheet ja aktiiviset hiihtoharrastajat. Kotimaisten asiakkaiden lisäksi Sallassa vierailee paljon turisteja Englannista ja Hollannista. Sallan Hiihtokeskuksessa on 8 hissiä ja 15 rinnettä. Hiihtokeskus valittiin kaudella 2013/2014 Lumipallo.fi –sivustolla parhaaksi perheille suunnatuksi hiihtokeskukseksi.

Sallan hiihtokeskus käyttää markkinoinnissaan pääasiassa Facebookia sekä omia verkkosivujaan.

## Asiakkaan tavoitteet

Sallan hiihtokeskuksen tärkeimpänä tavoitteena on elävöittää markkinointiaan sosiaalisessa mediassa liikkuvan kuvan avulla. Videomateriaalia tarvittiin myös asiakkaan messuosastoille sekä hiihtokeskuksen näytöille herättämään mielenkiintoa. Asiakas haluaa saada itsensä näköisen videotuotteen, joka tuo esille Sallan parhaat puolet.

# ESITUOTANTO

Esituotanto on oleellinen osa tuotantoa, koska ilman kunnollista taustatyötä ja suunnittelua tuotanto ei toimi tehokkaasti. 90% tuotannosta tulisi olla esituotannon suunnitelman toteuttamista. (ets.berkeley.edu 2014.)

Videon esituotantovaiheessa tekijän on hyvä kysyä itseltään:

- Mikä on videon tavoite?
- Mikä on videon kohderyhmä?
- Mitä henkilöstöä/kuvauspaikkoja/resursseja tarvitaan tavoitteiden saavuttamiseen?
- Mikä on videon budjetti?
- Mihin käyttöön video tulee? (Aaltonen 2003, 16-21.)

## Alustava suunnitelma joulukuussa 2014

Ensimmäinen tapaaminen pidettiin 04.12.2014 Lumipallon ja mainostoimisto Redlandin kanssa. Tässä vaiheessa suunnitelmaa tehtiin vielä ilman asiakasta. Tuotteen myymistä varten tarvittiin selkeä konsepti, mitä olisi helppo markkinoida hiihtokeskuksille.

Suunnitelmassa päädyttiin kokonaisuuteen, joka sisältää kaksi videota:

1. Pitkä video, maksimissaan viisi minuuttia.
  - Yrityksen omaan käyttöön.
  - Kattava, informatiivinen sisältö.
  - Voice over tai infografiikka sisällytettynä.
2. Lyhyt video, noin minuutti.
  - Mainosmaisempi, näyttävä sisältö.
  - Yrityksen omaan käyttöön, sekä Lumipallo.fi –sivustolle.

Alustavan suunnitelman mukaan pidempi versio videoista on luonteeltaan rauhallinen ja tuo esille faktatietoja hiihtokeskuksesta. Videon suunniteltiin ilmaisevan rinteiden ja hissien lukumäärät, sekä esittelevän hiihtokeskuksen

oheispalveluita. Videossa käytetään voice overia tai infografiikkaa faktojen kertojana, liikkuvan kuvan tukena. Kohderyhmä on esimerkiksi hiihtokeskuksen yritysasiakkaat ja yhteistyökumppanit.

Lyhyempi versio suunniteltiin palvelemaan hiihtokeskusten tarvetta mainostaa toimintaansa. Tärkeimpänä kohderyhmänä videolle ovat laskulomaa suunnittelevat harrastajat ja perheet. Lyhyen keston vuoksi se sopii hyvin käytettäväksi esimerkiksi sosiaalisessa mediassa.

Netissä markkinointivideot on syytä pitää lyhyenä, sillä youtube.com:n tilastojen mukaan keskimäärin 1/3 katsojista lopettaa katselun jo 30 sekunnin kohdalla. Puolet katsojista ovat lopettaneet katselun reilun minuutin jälkeen. (videobrewery.com)

## Näyttelijät / esilaskijat

Videolle haluttiin näyttelijät toimimaan esilaskijoina, joka helpottaa videoon samaistumista ja konkretisoi toiminnan mahdollisuuksia hiihtokeskuksessa. Hyvä laskutaito oli tärkeä vaatimus, jotta toiminta videolla näyttää sujuvalta.

Salla -videolle esilaskijat löytyivät hiihtokoulun opettajista. Toteutukseen saatiin mies ja nainen, kuten oli toivottukin, jotta myöskään sukupuoli ei rajoita samaistumisen kokemista.

## Referenssien puute haasteena

Hiihtokeskusesittelyvideon suunnittelu aloitettiin täysin puhtaalta pöydältä, ilman vastaavien videoiden vaikutteita, koska laadukkaita hiihtokeskusesittelyvideoita oli mahdotonta löytää. Tämän takia myös idean myyminen hiihtokeskuksille oli Lumipallon mukaan haastavaa, koska referenssinä esiteltävää tuotetta ei ollut.

## Kalusto ja ohjelmistot

### Kamera:

Canon 5D mk3

### Objektiivit:

Tokina 11-16mm f2.8

Samyang 35mm f1.4

Canon 50mm f1.4

Canon 100 – 400mm f4.5-5.6

### Lisävarusteet:

Sachtler kolmijalka kinopäällä.

Sachtler dollyrenkaisto

100cm slider.

### Ilmakuvaus:

Dji phantom –kuvauskooperi

GoPro HD Hero 3+

### Jälkituotanto-ohjelmat:

Adobe Premiere

Adobe After Effects

Davinci Resolve

Adobe Audition

Kuvauksiin käytin omaa kamerakalustoa ja koululta lainattuja lisävarusteita. Videoon haluttiin kamera-ajaja ja ilmakuvaaja, jotka tuovat lisäarvoa tuotantoon. Slider ja dollyrenkaat lainattiin koululta kamera-ajaja varten. Sulavien kameraliikkeiden toteuttamiseksi tarvittiin laadukas kinopää ja tukeva kolmijalka, jotka löytyivät myös koulun kalustosta.

Adobe Premiere ja After Effects valikoituivat käytettäväksi ohjelmistoiksi oman osaamiseni pohjalta. Värimäärittelyyn käytettiin Davinci Resolvea. Davinci Resolve on yksi alan käytetyimmistä ohjelmista värimäärittelyyn, joten halusin oppia ohjelman käytön tulevaisuuden varalle.

## Suunnitelma asiakkaan näköiseksi

Sallan hiihtokeskus oli ensimmäinen videon tilannut asiakas. Alustavaan suunnitelmaan, joka oli laadittu ennen asiakkaan kuulemistä, tuli muutamia korjauksia. Hiihtokeskuksen pääasiallinen tarve oli saada video sosiaalisen median markkinointia varten, joka tulisi myös mainokseksi matkanjärjestäjille. Toinen video tulee käyttöön ainakin asiakkaan messuosastoille ja hiihtokeskuksen omille näytöille.

Koska Sallan hiihtokeskus ei kilpaile rinteiden lukumäärissä Pohjois-Suomen isojen hiihtokeskusten kanssa, videon ei haluttu sisältävän rinnetietoja. Videosta haluttiin muutenkin karsia pois infografiikka ja voice over – nämä eivät palvelleet käyttötarkoitusta. Videon toivottiin olevan enemmän näyttävä ja tunteisiin vetoava, kuin informatiivinen kuvaus kohteesta.

Videon toivottiin huokuvan Sallan henkeä, joka kiteytyy sloganissa ”in the middle of nowhere”. Videolla haluttiin korostaa Sallan vahvuuksia: rauhallisuutta, helppoutta ja koskematonta talven kauneutta. Videon toivottiin olevan helposti samaistuttava.



# KÄSIKIRJOITUS

Asiakkaan pyynnöstä kuvaukset aloitettiin vain kahden päivän varoitusajalla, joten käsikirjoittamiselle ei jäänyt paljon aikaa. Käsikirjoittaminen etukäteen oli muutenkin tässä tapauksessa haastavaa, koska kuvauspaikat ja asiakkaan näkemykset olivat ennalta tuntemattomia. Idea sisällöstä oli kuitenkin jo suunniteltu ensimmäisessä tapaamisessa Lumipallon kanssa, joten suunnitelma oli ehtinyt muotoutua ajatuksissa jonkinlaiseksi kokonaisuudeksi.

Käsikirjoituksen roolin merkitys kasvaa, mitä suuremmista tuotannoista on kyse. Se on sujuvan tuotannon perusta ja siihen kannattaa panostaa. Käsikirjoitus työllistää parhaimmillaan vain yhden henkilön ja on näin ollen halpa toteuttaa. Kunnollisen käsikirjoituksen pohjalta on helppo tehdä kuvaussuunnitelma ja se nopeuttaa kuvauksen lisäksi myös jälkituotantoa, jotka ovat tuotannon kalleimpia vaiheita.

Sallan videossa olin itse vastuussa kaikista tuotantovaiheista, joten käsikirjoittajalla ja kuvaajalla oli automaattisesti sama visio. Olisin voinut kuvata videon vain ajatuksieni pohjalta, mutta aiemmista kokemuksistani oppineena tein kuvaussuunnitelman ja kuvakäsikirjoituksia kohtauksittain. Monet kirjaamattomat ideat unohtuvat helposti, kun setissä on jatkuvasti tekemistä ja paljon ajateltavaa.

Videon sisällön kannalta käsikirjoittaminen auttaa rajaamaan aiheen ja luomaan oikean rakenteen. Jos näitä ei ole tehty ennen kuvausta, lopputulos on todennäköisesti jäsentymätön ja sekava. (Aaltonen 2003, 13.)

## Synopsis

Video esittelee katsojalle päivän Sallan hiihtokeskuksessa, jonne päähenkilöt, Eetu ja Aino, ovat tulleet hakemaan elämyksiä. Päähenkilöiden lisäksi nähdään myös muiden tunturissa vierailijoiden tapoja nauttia talvesta. Eetu ja Aino haluavat löytää Sallasta koskematonta lunta ja kauniita maisemia. Pitkä laskupäivä vaatii taukoja rinneravintolassa ja nuotion äärellä. Illalla Eetu ja Aino rentoutuvat ja rauhoittuvat muistelevaan onnistunutta päivää.

## Kuvaussuunnitelma

Ensimmäisenä päivänä Sallassa pidimme palaverin asiakkaan kanssa, jossa esiteltiin synopsis ja käytiin läpi hiihtokeskuksen kuvauspaikkoja. Palaverissa teimme kuvaussuunnitelman, mitä aiheita videolle tullaan kuvaamaan.

Kuvaussuunnitelma palaverin pohjalta:

- Vuokraamo
- Myymälä
- Off-piste -laskua
- Kisarinne/kisalaskut
- Hiihtokoulu
- Rinneravintola
- Rinnelaskua
- Moottorikelkkailu
- Hiihtoa
- Lumikenkäilyä
- Nuotiomakkaranpaistoa
- Porot
- Kylpylä
- Mökki

Jaoin kuvaussuunnitelman aiheet eri päiville arvioimalla kuvausten vaativuuden ja keston. Kuvaussuunnitelmaa toteutettiin sää-olosuhteiden mukaan.

## Kuvakäsikirjoitus

Kuvakäsikirjoituksen tekeminen auttaa visualisoimaan kohtauksia jo ennen kuvaustilannetta. Tässä vaiheessa hahmotellaan millaisella kuvakerronnalla sisältö saadaan parhaiten esitetyä katsojalle. Mitä kuvakokoja ja kuvakulmia käytetään, ja onko kamera paikallaan vai liikkuuko se? (Aaltonen 2003, 138)

Kuvakäsikirjoitus selkeyttää paitsi kuvaustilanteessa toimimista myös leikkaamista jälkikäsitelyssä. Sillä, kuinka taitavasti kuvat on toteutettu, ei ole mitään väliä, kunhan ajatus välittyy. Oma kuvakäsikirjoitukseni oli hyvin suuntaa antava, eikä vaatinut tarkkoja muistiinpanoja kuvaukseen liittyen, koska yhden hengen kuvausryhmässä tälle ei ollut tarvetta. Projektissani kuvakäsikirjoituksen esittäminen näyttelijöille ennen kohtauksen kuvausta auttoi myös heitä hahmottamaan paremmin, miten toimia kameran edessä.



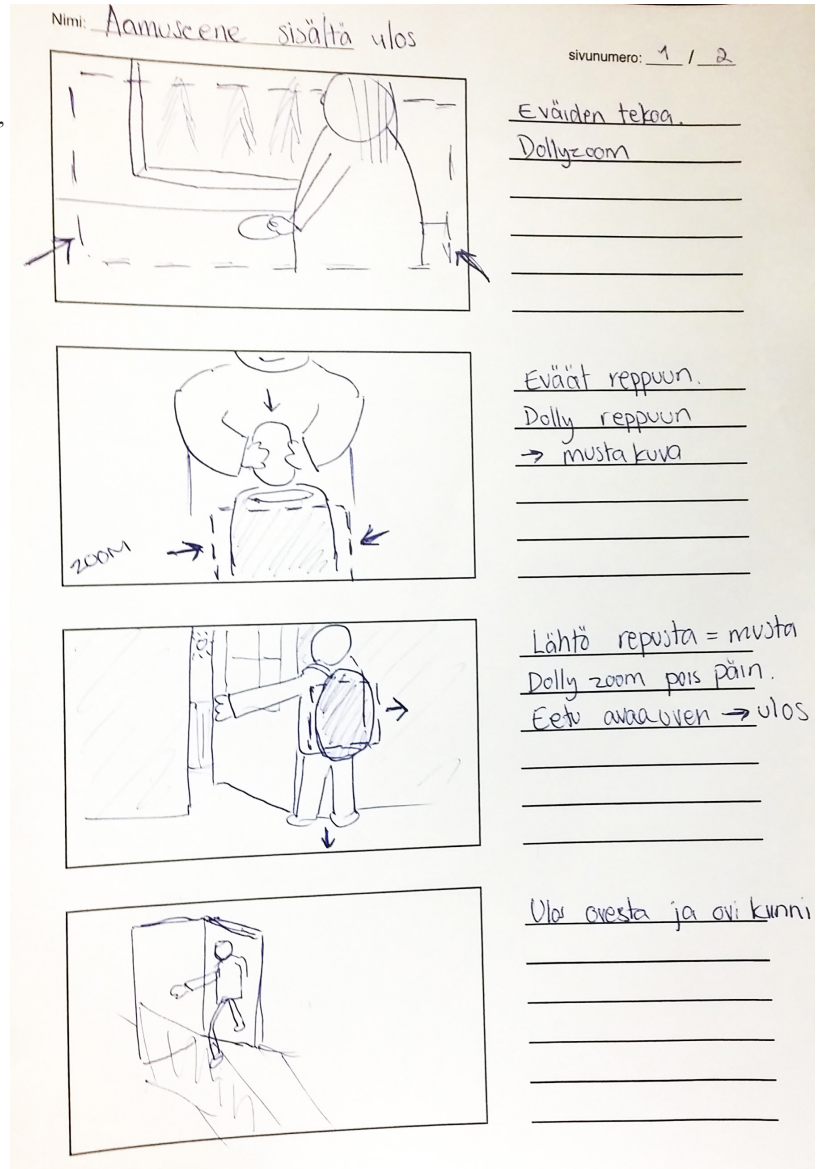
Tiukasta aikataulusta johtuen tein kuvakäsikirjoituksen yleensä kuvauksia edeltävänä iltana. Kuvakäsikirjoitus tehtiin vain vaativimpia kohtauksia varten. Laskukohtaukset ovat pääosin kuvauspaikalla hetkessä tehtyjen suunnitelmien mukaisia. Kuvakäsikirjoitusta hyödynnettiin myös helpottamaan sujuvien siirtymien suunnittelua kohtauksien välillä.

### Kuva 1.

Kuvakäsikirjoitus lyhyen videon aamukohtauksesta.

Yksinkertainenkin kuvakäsikirjoitus auttaa hahmottamaan, millaista kuvakerrontaa kuvatessa tavoitellaan.

Kuvakäsikirjoituksista oli myös hyötyä leikkauksen suunnittelussa.



# KUVAUS

## Kameran asetukset

Video haluttiin kuvata tarkimmalla mahdollisella kaluston sallimalla resoluutiolla 1920 x 1080p. Canon 5D mk3 kykenee kuvaamaan tällä tarkkuudella PAL-asetuksilla 25 kuvaa sekunnissa (fps) tai vaihtoehtoisesti NTSC-asetuksilla 30 kuvaa sekunnissa. Päädyin käyttämään 25 fps kuvataajuutta, koska olen mieltynyt elokuvamaiseen liiketoistoon. Suurin osa elokuvista on kuvattu 1920-luvun lopulta lähtien käyttäen 24 kuvaa sekunnissa kuvataajuutta. (vanillavideo.com 2015) Nopeammat kuvataajuudet tekevät kuvasta mielestäni liian sulavan näköistä, joka tuo liiketoistoon halvan kotivideomaisen vaikutelman.

Nopeampaakin kuvataajuutta tarvittiin kuvauksissa. Kohtaukset, joissa käytettiin hidastusta on kuvattu 50fps kuvataajuudella. Näin video voidaan toistaa puolet hitaammin, jolloin tuloksena on sulavasti toistuva, hidastettu, 25fps klippi. Kuvauksissa käytetty kamera mahdollistaa 50 fps kuvauksen vain HD-tarkkuudella 1270 x 720p, joten kuvat täytyi jälkikäsitellyssä skaalata Full HD –resoluutioon.

Käytin kuvauksissa kameran Neutral-kuvaprofilia. Kameran valkotasapaino-asetuksia säädettiin aina kuvaushetken mukaan.

# Ensimmäinen kuvauspäivä

## Kisarinne

Ensimmäinen päivä aloitettiin kuvaamalla alppihiihtokilpailua Sallan kisarinteessä. Audi Cupin kilpailun ajankohta oli syy siihen, miksi varoitusaika kuvauksille oli niin lyhyt. Asiakas halusi saada tapahtumasta harrastajiin ja hiihtoseuroihin vetoavaa materiaalia ja esitellä lajille suotuisan kisarinteen.

Kilpailun kuvaamista varten ei ollut käsikirjoitusta, vaan kuvasin tapahtumaa mahdollisimman monipuolisesti eri kuvakulmia ja kuvakokoja käyttäen. Koska laskemisen kulkuun ei voinut mitenkään vaikuttaa ja käytössä oli vain yksi kamera, eri vaiheissa oli kuvattava eri laskijaa. Kuvasin mahdollisimman monta ottoa joka vaiheesta, jotta leikkauksessa säästyisi suurimmilta klaffivirheiltä.

Asiakas kertoi meille rinteen olevan profiililtaan omiaan alppihiihtoon, sen jyrkkyyden vaihtelun takia. Halusin, että tämä näkyy myös videolla. Rinteessä oli selkeä kohta, josta loiva osuus taittuu jyrkäksi. Kuvasin tältä kohdalta ottoja sekä rinteen yläsuunnasta että alhaalta päin, jolloin ero tulee selvästi esille.

Laskusta kuvattiin myös hidastuskuvaa. Hidastukset ovat mielestäni erityisen paikallaan silloin kun kuvataan toimintaa, joka on normaalisti nopeaa. Tällöin kontrasti normaalin ja hidastetun kuvan välillä tuntuu suuremmalta ja herättää enemmän mielenkiintoa. Halusin videoon myös pätkän, jossa hidastus viedään äärimmilleen ylinopeuskuvauksen tyyliin. Koska kamera ei sallinut 50fps nopeampaa kuvaustaajuutta, hidastus täytyi tehdä sulavaksi jälkikäsitteilyssä ohjelmistopohjaisesti. Tätä varten kuvasin muutaman oton käännöksistä siten, että laskijan tausta on mahdollisimman rauhallinen.

## Maisemakuvausta / tykkylumi

Tykkylumisia puita kuvattiin kuvituskuvaksi ilman malleja, jolloin näistä saisi hyviä siirtymäkuvia kohtauksesta toiseen. Ilman toimintaa kuvista tulee myös hyvin rauhallisia, joka tuo kokonaisuuteen pyydettyä Sallan tunnelmaa. Ottoja kuvattiin staattisena, pannauksilla ja kamera-ajoja hyödyntäen. Leikkausvaiheessa olisin toivonut, että kuvakokoja olisi ollut enemmän. Lähikuvaa ja erikoislähikuvaa ei kuvattu kuin muutamasta kohteesta.



## Toinen kuvauspäivä

### Vuokraamo

Ensimmäiset kuvaukset päähenkilöiden, Eetun ja Ainon, kanssa aloitettiin hiihtokeskuksen vuokraamossa. Kumpikaan ei ollut aiemmin esiintynyt kameralle, joten olin yllättynyt rennosta ja luontevasta toiminnasta kuvaustilanteessa.

Vuokraamokohtaus oli edellisenä iltana suunniteltu ja toteutus noudatti kuvakäsikirjoitusta. Lopullinen kohtaaminen videolla jätettiin kuitenkin reilusti lyhyemmäksi ja osia karsittiin pois, koska kokonaisuuden kannalta niillä ei ollut kerrontaan suurta merkitystä. Käyttämättä jäivät esimerkiksi monojen sovitukset ja kiristys.

Kohtauksessa haluttiin tuoda esille Sallan hiihtokeskuksen merkittävä yhteistyökumppani, välinevalmistaja Atomic. Merkkiä ei tarvinnut sen enempää korostaa, koska se tuli hyvin esille vuokravälineitä esittelevän kuvituskuvan kautta. Kuvituskuvassa käytettiin kameraliikkeitä elävöittämään kuvaa, koska laskuvälineet kuvauskohteena ovat staattisia.

### Myymälä

Hiihtokeskuksen myymälään suunniteltiin kohtaaminen, jossa päähenkilöt käyvät sovittamassa itselleen Salla-huppareita. Kohtaamisen tarkoituksena oli esitellä Sallan hiihtokeskuksen oheistuotteita.

Myymälässä kuvattiin Eetun ja Ainon sisääntulo, josta kamera lähti seuraamaan heitä Dollyrenkaiston avustamalla kamera-ajolla. Eetu jäi kamera-ajon varrelle katselemaan laskulaseja, Aino jatkaessa kohti vaaterkkejä. Tästä oli luonnollinen siirtymä lähikuviin vaatteista. Seuraavaksi kuvattiin Aino, puolikuvassa, sovittamassa peilin edessä hupparia, jonne myös Eetu saapui uuden pipon ja hupparin kanssa.

Tätä kohtausta ei käytetty lopullisella videolla. Olimme asiakkaan kanssa yhtä mieltä siitä, että lomalainen kyllä löytää myymälän vieraillessaan kohteessa, eikä se ole houkutus, mikä pitäisi videolla esitellä.

# Kolmas kuvauspäivä

## Aamukohtaaminen mökillä

Aamulla satoi lunta, joten päätimme kuvata mökillä lyhyemmän videon aloituskohtauksen. Kohtauksen ideana on esittää, kuinka helppoa ja nopeaa on Sallassa rinteeseen siirtyminen. Kuvakäsikirjoitus kohtauksesta on esitelty luvussa 5.4 Kuvakäsikirjoitus. (kts. Kuva1)

Ensimmäinen kuva, Aino tekemässä eväitä ikkunan äärellä, tuotti haasteita olemattoman valaisun kanssa. Vastavalo ikkunasta teki kuvauskohteesta vain tumman siluetin. Kamera-assistenttini avustuksella keittiön kattovalo suunnattiin kohteeseen, joka tasapainotti ulko- ja sisätilan valaistuksen eroa riittävästi.

Toisessa kuvassa kamera liikkuu kohti Ainon reppua, jonne hän laittaa eväät. Kamera-ajon avulla kuva loppuu siihen, että reppu täyttää koko kuva-alan. Kolmas kuva alkaa repusta ja päättyy Eetun oven avaukseen. Kolmannessa kuvassa on kameraliike taaksepäin dollyn avulla. Kameraliikkeen avulla ympäristö aukeaa paljon nopeammin, kun kohteen liike kamerasta poispäin korostuu. Siirtymää repun kautta haluttiin käyttää luomaan vaikutelmaa nopeudesta – eväät reppuun ja rinne kutsuu.

Kohtauksen päätöksessä Eetu laskee mökin rappuset alas, josta leikataan suoraan rinnelaskuun.

## Off-piste -laskua pohjoisrinteillä

Aamun kuvausten jälkeen sää alkoi selkenemään, mutta tuuli oli niin kova, että oli järkevää siirtyä kuvaamaan tuulelta suojaan Pohjoisrinteille. Suurimpana haasteena oli matalalta paistava aurinko, joka jätti rinteiden alaosat täällä puolella varjoon. Ilman suurempia suunnitelmia etsittiin näyttäviä kuvauspaikkoja, joista tuuli ei olisi vielä puhaltanut irtolunta pois.

Kuvaus yhdellä kameralla laittoi mallit koetukselle. Ottoja täytyi kuvata useita ja laskujen jatkuvuutta lavastaa. Koskemattoman lumen kohdalla täytyi varoa klaffivirheitä, joita jäljet lumella, toisista ostoista, voisivat aiheuttaa.

## Time-lapse rinteen huollosta

Halusin kuvata videolle myös rinteen huoltotöitä. Rinnekoneet ajavat rinteet vasta keskuksen suljettua, joten valo oli suurin haaste. Kokeilimme kuvata rinnekoneita työssään ensin perherinteessä, keskuksen valojen avulla. Tämä ei tuottanut toivottua tulosta, koska rinnevalaistus oli sekoitus eri värilämpötiloja tuottavia valaisimia, jotka värjäisivät lumen laikukkaaksi. Rinteen päävalaisimet sammutettiin, mutta ilman niitä valoa oli liian vähän videokuvaa varten.

Ratkaisuksi päädyin kuvaamaan joukon stillkuvia, joista tehtiin time-lapse -video. Yksittäisen kuvan valotusaika oli 5 sekuntia, joten liikkuvan rinnekoneen valot muodostivat kuvaan valojuovan matkalta, jonka kone ehti liikkua tässä ajassa. Kamera laukoi kuvia samoilla asetuksilla 220kpl. Kun nämä kuvat yhdistettiin 25fps kuvasekvenssiksi, oli lopputulos 8,8 sekuntia pitkä video.

# Neljäs kuvauspäivä

## Hiihtokoulu

Aamulla kuvattiin hiihtokoulun toimintaa päärinteessä. Tuuli oli onneksemme kääntynyt sen verran, että päärinteen alaosa oli suojassa ja vihdoinkin aurinko paistoi pidempään kuin vain hetken pilvien lomasta.

Hiihtokoulun opetusta ei tehty kuvauksen ehdolla, vaan kuvaaminen oli jälleen tapahtuman dokumentointia. Tarkoituksenani oli saada kuvattua opettajan ja oppilaan välistä kanssakäymistä ja onnistumisen tunteita. Tämä edellytti pitkiä ottoja ja tilanteen seuraamista. Ettei kuvaaminen vaikuttaisi opetukseen, kuvasin melko kaukaa pitkällä polttovälillä. En halunnut häiritä oppituntia ja halusin opetuksen säilyvän mahdollisimman luonnollisena.

Auringonpaiste houkutteli rinteeseen useampiakin ihmisiä ja Hiihtokeskuksen toimitusjohtaja sai idean laittaa keskuksen maskotin rinteeseen. Maskotin ja lasten yhteistä tekemistä kuvattiin tietenkin myös videoon.

## Rinnelaskut

Kun sää mahdollisti vihdoinkin kuvaamisen etelärinteillä pääsimme kuvaamaan Eetun ja Ainon rinnelaskua. Laskua kuvattiin pari ottoa rinteiden alapuolelta eri polttoväleillä ja pari ottoa follow cam –tekniikalla (camera follow), kameran seuraten laskijoita rinteessä.

Follow cam –otokset kuvattiin laajakuvana 16mm polttovälillä. Tämä helpotti kohteiden seuraamista rinteessä. Laajakuja vie kuitenkin paljon vauhdin tuntua pois laskusta, joten otoissa laskettiin niin lujaa kuin kameran kanssa pystyi. Kuvan rajaaminen ja kameran tasapainottaminen kovassa vauhdissa oli haastavaa. Vauhdin tunnetta ei ainakaan kuvaajalta puuttunut.



## Ravintola

Rinnelaskujen jälkeen vuorossa oli ravintolan kuvaus. Sisätilan kuvaaminen ei toiminut aurinkoisena päivänä ilman valokalustoa, joten päädyimme kuvaamaan kaakaohetken Keloravintolan terassille. Taukokuva terassin pöydässä näytti mielestäni liian tavalliselta, eikä erottaisi kuvauspaikkaa mistään muusta terassista. Saadakseni aikaan yksilöllisemmän kohtauksen, halusin sisällyttää kuvaan ravintolan kyltin. Päähenkilöt istuivat terassin kelohirrestä tehdyille kaiteelle hörppimään kaakaota ja kyltti asetui kuvan etualalle. Tämä asetelma toi kuvaan syvyyttä, joka korostuu vielä kameraliu'un avulla. Kuvauspaikka mahdollisti paljon mielenkiintoisemmat kuvakulmat ja kohtauksesta tuli yksi omista suosikeistani.

Sisäkuvat ravintolasta kuvattiin illalla auringon laskettua, jotta tilaan saatiin tasaisempi valotus. Kelohirrestä valmistetut valaisimet ovat ravintolan erikoisuus, joten niitä haluttiin korostaa videolle. Nostin kameran katon rajaan ravintolan penkkien avulla, että valaisinten kuvaukseen saatiin normaalista perspektiivistä poikkeavaa kuvaa.



## Auringonlaskuun

Aurinko alkoi hiljalleen vetäytyä ja päätimme kuvata niin kauan kuin valoa riittää. Kuvaussuunnitelman ja käsikirjoituksen johdattelmana päädyimme kuvaamaan videon loppupuolelle sijoittuvaa päätöslaskua.

Olimme kuvanneet tuulen takia enimmäkseen pohjoisrinteillä, joten tutustuimme ensin uusiin kuvauspaikkoihin. Etsimme sopivat laskulinjat ja paikan, jossa pysähtyä katselemaan auringonlaskua.

Kun kuvauspaikat olivat selvillä, tiesimme että aikaa toteuttaa suunnitellut kuvaukset oli tasan yhden laskun verran – aurinko laskee vauhdilla. Ensimmäisenä kuvasimme huipulla materiaalin introa varten, jossa Eetu ja Aino ohittavat kameran kumpikin omalta puoleltaan. Idea introon, jonka aikana paljastetaan myös logot, oli suunniteltu jo ensimmäisessä tapaamisessa.

Siirtyminen rinteestä koskemattomalle lumelle toteutettiin Eetun hypyllä tuulen muodostamasta lumilipasta. Kuvasin kohtauksen lumilipan vierestä alamäen suuntaan laajakuvalla, mikä tuo nopeasti etäisyyttä laskijaan, kun hän ohittaa kameran. Ratkaisu lisää vauhdintuntua ja toisaalta paljastaa mahdollisimman paljon maisemaa.

Matkalla auringonlaskun kuvauspaikalle kuvattiin yksi otto, jossa molemmat laskijat ohittavat kameran ja kameraliike seuraa laskijoita, kunnes he katoavat kuvasta puiden taakse. Tämän jälkeen siirryin alaspäin kuvaamaan puiden alapuolelta oton, jossa laskijat ilmestyvät puiden takaa ylämäen suunnalta ja jatkavat kameran ohi. Vaikka kohtaus on kuvattu osissa, jatkuvuuden tunteen luominen onnistui mielestäni hyvin ja lasku näyttää lopputuloksessa yhtäjaksoiselta.

Viimeisenä kohtauksena kuvattiin saapuminen jyrkänkeelle, jolle Eetu ja Aino jäävät ihailemaan auringonlaskua. Kohtauksen jälkeen valoa oli vielä sopivasti kuvituskuvien kuvaamista varten. Tähän tarkoitukseen kuvasin puita ja niiden yksityiskohtia auringonlaskun toimiessa taustavalona.

## Iltanuotiolla

Illalla kuvattiin makkaranpaistoa päärinteen alla sijaitsevassa kodassa. Päärinteeseen jätettiin valot päälle, jotta se näkyy taustalla ja sitoo tapahtumat kohteeseen. Nuotiokuvausten haasteena oli ahdas tila, joka vaikeutti kuvakulmien toteuttamista. Myöskään rinteen valaistuksen ja nuotion valon tasapainottaminen ilman lisävalaistusta ei ollut helppoa ja kuvat jäivät mielestäni hieman tummiksi.

## Kylpylä

Asiakkaan toiveissa oli tuoda monipuolisesti esille lähipalveluita, joihin kuului myös hotellin kylpylä - näköetäisyydellä päärinteestä. Rinteen läheisyys oli tärkeää näkyä myös videolla.

Kylpylän valaistus ja ikkunan heijastus olivat kuvauksen suurimmat haasteet. Matala kuvakulma toi parhaiten esille rinteet taustalla ja auttoi kuvaajan piiloutumaan ikkunan heijastuksista. Altaan valaistuksen ja tilan valaistuksen värilämpötilojen erot näyttivät kameranruudulla haastavilta korjata. Kylpylästä kuvattiin vielä tunnelmakuvaa ilman näyttelijöitä vain altaan valoilla, jos valaistuksen tuomat ongelmat olisivat koituneet liian suureksi jälkikäsitellyssä. Vaikka värit olivatkin korjattavissa, päätyivät kuvituskuvatkin kuitenkin käyttöön.



## Viides kuvauspäivä

### Hiihtokuvaukset ja ilmakuvaa

Viimeinen kuvauspäivä aloitettiin hiihtokuvauksilla Sallatunturin pohjoispuolella. Jouduimme jälleen hakeutumaan tuulen suojaan, koska tarkoituksena oli kuvata hiihtoa lintuperspektiivistä radio-ohjattavan kopterin avustamana. Kopteri ja sen kannattelema GoPro-kamera ovat niin kevyt kokonaisuus, että sen lennättäminen ei ole suositeltavaa yli 4m/s tuulessa. Halusin kuitenkin ehdottomasti hyödyntää ilmakuvauksen mahdollisuuden, koska se antaa videolle lisäarvoa ja katsojalle tavanomaisesta poikkeavan kuvakulman.

Kuvaus toteutettiin tunturia kiertävällä ladulla. Kuvakulma valittiin siten, että tunturi esiintyy kuvissa taustamaisemana. Hiihtomallin kanssa sovittiin matka, jota hän hiihtää edestakaisin kunnes tarvittava materiaali on saatu kuvattua. Kuvasimme hiihtoa kopterilla noin kymmenen minuutin ajan, vaihdellen lentokorkeutta ja kuvakulmaa.

Kopterin GoPro-kamerassa ei ole mahdollisuutta vaikuttaa syväterävyyteen ja kuva on hyvin laaja. Siksi ilmakuvauksen lisäksi hiihtoa kuvattiin myös maan tasalta, että kuvakokoihin ja syväterävyyteen saatiin vaihtelua. Näin katsoja ei kyllästy ilmakuvaan, vaan se toimii pienenä, mutta merkittävänä lisänä kuvakerronnalle.

### Lumikengillä tunturin huipulle

Lumikenkäily ei alun perin kuulunut asiakkaan kanssa tehtyyn kuvaussuunnitelmaan. Ihastuimme kuitenkin itse lajiin, kun saimme viikon ajaksi lumikengät helpottamaan liikkumista kuvauspaikoilla. Tästä syntyi myös idea ottaa se osaksi videon esittelemiä harrastusmahdollisuuksia. Lajin esittely oli myös asiakkaan mieleen, koska sen mainostaminen unohtuu helpolla, vaikka hiihtokeskus vuokraakin välineitä halukkaille.

Kohtauksen sisältö oli yksinkertainen: lumilautailija nousee koskematonta reittiä pitkin vuoren huipulle lumikengillään, ihailee huipulla saavuttamaansa maisemaa ja lähtee laskemaan alas. Kohtauksen oli tarkoitus viestittää sitä, että polulta poikkeaminen erämaassa ja oman reitin etsiminen voi olla palkitsevaa. Hissi ei ole ainoa tie huipulle.



# JÄLKITUOTANTO

Jälkituotantovaihe alkoi heti kuvausreissulta kotiuduttua. Ensimmäiseksi materiaali purettiin muistikorteilta koneelle ja varmuuskopioitiin ulkoiselle kovalevyllä. Raakamateriaalia oli kuvattu lähes kahden tunnin verran, joka voi kuulostaa paljolta lopullisten videoiden, neljän ja yhden minuutin, arvioituun keston suhteutettuna. Kaikki raakamateriaali täytyi katsoa läpi ja valita onnistuneimmat otot leikkausta varten.

## Raakaleikkaus

Ensimmäisessä leikkausvaiheessa kohtaukset leikattiin käsikirjoituksen mukaiseen järjestykseen aikajanelle, sisältäen toiminnan kokonaisuudessaan sellaisena kuin se on kuvattu. Tässä vaiheessa ei vielä kiinnitetty huomiota kuvituskuviin, kuvakokoihin eikä myöskään leikkausrytmiin. Raakaleikkausvaiheessa saadaan ensimmäinen kuva kokonaisuudesta ja sen kerronnallisesta jatkuvuudesta. Raakaleikkaaminen tehtiin silmällä pitäen pidempää versiota videosta, koska lyhyt video, sen alkukohtausta lukuun ottamatta, on kooste pidemmän version parhaista paloista.

Jo raakaleikkausvaiheessa paljastui ongelma; videon alku oli pitkävetäinen. Tämä johtui kahdesta hyvin samantyylisestä peräkkäisestä kohtauksesta. Käsikirjoituksen mukaan päähenkilöt jatkavat vuokraamosta suoraan myymälään, jossa he sovittavat Salla –vaatteita. Kaksi peräkkäistä sisäkohtausta, tylsässä miljöössä, sijoitettuna videon alkuun olivat mielestäni huono ratkaisu. Yritin etsiä myymäläkohtaukselle vaihtoehtoisia kohtaa videolla, mutta se ei istunut järkevästi mihinkään väliin. Teimme asiakkaan kanssa yhdessä päätöksen poistaa kohtaus kokonaisuudessaan. Näin video etenee nopeammin rinteille ja katsojaystävällisempään toimintaan.

## Musiikin valinta

Asiakkaan toiveiden mukaisesti molempien videoiden taustalle tuli musiikki. Lyhyessä videossa äänillä on huomattavasti tärkeämpi rooli. Pitkä versio taas tulee käyttöön äänettömänä ainakin messuosastoille, mutta ääniraitaa voi tarvita muita tulevia käyttötarkoituksia varten. Musiikin valinta tehtiin ennen lopullista leikkausta, jotta leikkaus istuu rytmillisesti taustamusiikkiin.

Taustamusiikissa hyödynsin muusikkoystäväni osaamista. Hän kuuntelutti minulla useita sävellyksiään, joista löysin ensi kuulemalta sopivan teoksen lyhyen version musiikiksi. Pidemmän version mahdollinen käyttötarkoitus oli niin laaja, että annoin asiakkaalle vapauden valita taustamusiikin. Asiakas teki valinnan neljästä esivalitusta vaihtoehdosta. Molemmat kappaleet leikattiin kestoaltaan videoiden mukaisiksi.

Musiikin ei tulisi koskaan olla videon merkityksetöntä täytettä, vaan sitä tulisi käyttää harkiten, sen kerronnallista voimaa hyödyntäen (Pirilä, Kivi 2008, 78). Lyhyen version musiikkivalintaan olen tyytyväinen, koska se tukee omalla rakenteellaan kerrontaa, eikä ole rytmiltään liian yksitoikkoinen. Pidemmän version rytmi on mielestäni tylsä ja tasatahtinen, mutta sävelkulku ja rakenne sopii videoon hyvin.

## Hienoleikkaus

Tässä vaiheessa videolle luotiin rytmi, ajoitukset, jatkuvuus ja painotukset. Raakaleikkauksen otot leikattiin oikeaan kestoonsa ja kerrontaa tarkentamaan lisättiin vaihtoehtoisia kuvakokoja, kuvakulmia ja kuvituskuvaa. Tallennetusta todellisuudesta pyrittiin muokkaamaan mahdollisimman hyvin haluttua elämystä tukeva kerronnallinen illuusio.

## Leikkaustyylit

Lopulliset videot ovat leikkaustyyliltään yhdistelmä kohtauskerrontaa ja fragmenttikerrontaa. Kohtauskerronnassa juoni ja tarina ovat vahvasti läsnä. Yleisiä kohtauskerronnan elementtejä ovat esimerkiksi keskustelu- ja ruokailukohtaukset, koska kohtaaminen on näennäinen hetki elämänmenoa. Kohtauksissa on selkeä sama aika ja paikka. (Pirilä & Kivi, 2008, 45)

Fragmenttikerronnassa otokset sidotaan yhteen yhdistävällä teemalla. Selkeä aiheen ja ajatuksen jatkuvuus ovat kerronnan pääroolissa, kun taas ajan ja paikan jatkuvuutta rikotaan yleensä tarkoituksellisesti. Tämä helpottaa katsojaa erottamaan onko kyse kohtaus- vai fragmenttikerronnasta. Kerrontatilasta toiseen siirryttäessä on käytettävä tarpeeksi suurta siirtymää, että katsojan on helppo vakuuttua esimerkiksi ajan ja paikan muutoksista. (Pirilä & Kivi, 2008, 46)

## Lyhyt video

Asiakas halusi tiivistää koko päivän tarinan myös lyhyempään videoon. Tästä syystä sen leikkaaminen oli mielestäni pitkää videota vaativampaa. Periaatteessa sama tarina täytyi tuoda näyttävästi esille noin kolmasosassa pitkän videon kestosta. Lyhyellä videolla pyrittiin käyttämään vain näyttävimmät ja kerronnan kannalta oleelliset kohtaukset.

Halusin tehdä alkukohtaukseen tavanomaisesta poikkeavan leikkauksen, joka kikkailee aikahypyillä ja herättää tällä katsojan mielenkiinnon jatkaa videon katsomista loppuun asti. Leikkauksessa on selkeät suuret siirtymät, joten aikahypyt eivät klaffivirheen tavoin vaikeuta katsojan kokemusta. Kohtaus etenee nopeasti, eikä toivon mukaan kyllästytä katsojaa, jota ei missään nimessä toivo tapahtuvan heti videon alussa.

Yhdeksi haasteeksi muodostui alkukohtauksesta siirtymä rinnekuviin, joka jouduttiin toteuttamaan suunnitelmasta poiketen. Portaiden lasku, josta tulee nopea crossfade rinteeseen oli suunniteltu tehtäväksi siten, että laskija täyttää feidin aikana koko kuva-alan. Tätä varten porraslasku-kohtaus oli kuvattu myös eri kuvakulmasta, joka mahdollistaa laskemisen kameran ohi. Kamera seuraa laskijaa panorointiliikkeellä ohituksen aikana. Rinteessä kuvattiin vastaavanlainen ohitus, mutta leikkauspöydällä huomasin panoroinnin nopeuden olevan liian hidas, eikä näitä kuvapareja saatu leikattua tarkoituksenmukaisesti yhteen. Liikkeestä leikattaessa edellisen otoksen liike tai liikevaikutelma tulee jatkua samana otosten liitoskohdan jälkeen (Pirilä & Kivi, 2008, 86).

Alkukohtauksen jälkeen video on pääasiassa fragmenttikerronnan avulla toteutettua toiminnan esittelyä hihtokeskuksessa. Leikkaus sisältää ajoittain todella nopeita siirtymiä kuvien välillä. Minulle oli tärkeää, että tämä tapahtuisi mahdollisimman huomaamatta, että katsojan huomio säilyisi jatkuvasti vangittuna videon sisältöön. Tästä syystä leikkauksessa on kiinnitetty paljon huomiota siihen, että kuvan huomiopiste on keskenään leikkaavissa otoksissa mahdollisimman samalla kohdalla. Huomiopisteen hyödyntäminen oli mielessä jo kuvausvaiheessa; pyrin kuvaamaan otokset käyttäen sommittelussa kolmanneksen sääntöä. Näin leikkausvaiheessa oli paljon ottoja, joiden huomiopisteet olivat jo valmiiksi kohdallaan.

Viereisellä sivulla on esimerkki videolta, kahden kuvan leikkauskohdasta, miten pyrin luomaan jatkuvuutta, vaikka aihealue vaihtuu toiseen. Toiminta ja liike jatkuu samanlaisena toisesta kuvakulmasta, vain laji vaihtuu.





## Pitkä video

Videon tarkoitus on esitellä päähenkilöiden päivä Sallan hiihtokeskuksessa. Video etenee kronologisesti aamusta iltaan.

Halusin aloittaa videon, intron jälkeen, näyttävillä kuvituskuvilla. 4 minuuttia on mainosmaiselle esittelyvideolle pitkä kesto, joten alkuun on hyvä sijoittaa jotain sellaista, mikä herättää katsojan mielenkiinnon. Kun katsojan kiinnostus on herännyt on hyvä jatkaa itse tarinaan.

Lyhyemmän videon lailla, myös pitkä versio on pääasiassa fragmenttikerrontaa. Se sisältää ajoittain myös kohtauskerronnan elementtejä, jotka mielestäni selkeyttävät tarinan kulkua ja tuovat videoon rauhallisempia osuuksia. Yksi esimerkki kohtauskerronnallisesta leikkaamisesta on alkukohtaus vuokraamossa. Tässä kohtauksessa ensimmäiset leikkaukset ovat selkeästi jatkuvuudeltaan lineaarisia ja edellyttävät ajan ja paikan jatkuvuuden illuusiota. Vuokraamokohtauksessa siirrytään kuvituskuvien kautta nopeampaan fragmenttikerrontaan.

Fragmenttikerronta oli itsestään selvä valinta leikkauksen pääasialliseksi tyyliksi, koska hiihtokeskuksen potentiaali täytyi esitellä lyhyessä ajassa mahdollisimman monipuolisesti. Tämä johti siihen, että video sisältää paljon hyppyjä aihealueesta toiseen, joiden vahvana yhdistävänä teemana on hiihtokeskuksen aktiviteetit.

Leikkauksessa kiinnitin paljon huomiota sujuvuuteen ja pyrin välttämään huomattavia klaffivirheitä. Alppihiihtokilpailu –kohtauksessa klaffivirheet olivat väistämättömiä. Yhden kameran kuvaus pakotti kuvaamaan eri kuvakulmat ja kuvakoot eri laskijoiden laskuista. Suurimman haasteen toivat jokaisen kilpailijan uniikin väriset kisa-asut. Mielestäni lopputulos kohtauksesta on kuitenkin yllättävän hyvä, eikä asujen värin vaihtuminen harhauta katsojan huomiota. Koekatsojat sekä asiakas ei huomannut vaihteluita ollenkaan ennen mainintaa.

Pitkän version leikkaaminen sai minut ajoittain turhautumaan. Lyhyempi video oli selkeästi asiakkaalle merkittävämpi tuote, jolla oli myös tarkasti suunniteltu käyttötarkoitus. Pitkälle videolle oli monia tulevaisuuden suunnitelmia, joista konkreettisoin oli messukäyttö. Videoon täytyi saada musiikki, mutta sen tuli toimia myös äänettömänä.

Päädyin leikkaamaan videon istumaan rytmisesti musiikin tahtiin, jonka huomasin hyvin pian olevan harmillisen rajoittava tekijä. Äänettömässä käytössä kuvien kestot tuntuivat ajoittain liian lyhyiltä, kun taas musiikin kanssa hidas leikkaustahti vaikutti tylsältä. Leikkausrytmi ei kuitenkaan häirinnyt asiakasta, jolle lähetin alustavan version arvioitavaksi, joten jatkoin samaan malliin.



Kuva. Näyttävät kuvituskuvat kiinnittävät katsojan huomion.

## Värimäärittely

Värimäärittely, color grading, oli itselleni kiinnostavin jälkituotantovaihe. Kiinnostus värimäärittelyä kohtaan on syntynyt valokuvausharrastukseni myötä. Olen jo kauan halunnut opetella muokkaamaan myös liikkuvan kuvan värejä, mutta kokeilut esimerkiksi Adobe Premieren three way color correctorilla ovat jääneet lyhyeen – en ole ollut tyytyväinen efektin rajallisiin ominaisuuksiin ja suorituskykyyn. Aiemmat kokemukseni videon värimäärittelystä perustuvat lähinnä koulun Post production basics –opintokurssin sisältöön. Tämän projektin värimäärittelyä varten halusin opiskella käyttämään Davinci Resolve –ohjelmaa, joka on yksi alan käytetyimmistä värimäärittelyohjelmista. Aloitin ohjelmaan perehtymisen videotutoriaalien avulla jo ennen videon kuvauksia.

## Värikorjaus

Värimäärittely aloitetaan lähes aina värikorjaamalla videoklipit. Tässä vaiheessa videomateriaalista pyritään tekemään mahdollisimman yhtenäisen näköistä ja neutraalia. Pääasiassa klipeistä korjataan valotuksen, kontrastin ja valkotasapainon eroja. Tämä on hyvä lähtökohta värimäärittelylle, jossa värejä, valoisuutta ja kontrastia säätämällä kuvaan luodaan haluttu tunnelma. (Hullfish & Fowler 2009, 1)

Sallan videoita kuvattiin useana päivänä erilaisissa valaistuksissa, eri aikaan päivästä ja sisä- sekä ulkotiloissa. Vaikka videoiden värilämpötila pyrittiin pitämään neutraalina jo kuvausvaiheessa, klipeissä oli huomattavia värieroja, jotka tuli värikorjata.

Ulkokuvien suurin haaste oli saada lumesta mahdollisimman valkoista. Kuvatessa ylivalotin videota yhden aukon verran. 0-valotuksella lumi näytti todella siniseltä ja lievä ylivalotus teki siitä valkoisempaa. Tämä ei vielä aiheuttanut valkoisen läpipalamista. Myös valon värilämpötilan vaihtelut näkyvät lumen sävyssä todella helposti – iltapäivän aurinko loi lumeen punertavan sävyn. Päivällä ulkokuvauksessa kameran valkotasapaino säädettiin 5500 kelviniin, joka mukaillee keskipäivän auringon värilämpötilaa (Hullfish & Fowler 2009, 239).

Tykkäsin Davinci Resolven mahdollisuuksista säätää värejä halutessani vain tietyillä valoisuusalueilla. Esimerkiksi lumen värin sai korjattua muuttamalla värien tasapainoa vain kirkkaimmissa sävyissä (gain), jolloin keskisävyt

(gamma) ja varjot (lift) eivät muutu. Premieressä valoisuusarvoja kuvataan termein: shadows, midtones ja highlights. Davinci Resolve käyttää nimityksiä: lift, gamma ja gain.

Sisäkohtauksissa värimaailma taittui liikaa keltaiseen. Tasapainotin värin neutraaliksi vähentämällä punaisen ja vihreän kylläisyyttä suhteessa siniseen. Vaaleat sävyt olivat yhä liian lämpimiä, joihin auttoi sinisen nosto gain-alueella.

Kuva ennen värikorjausta. Keltainen sävy tekee kuvasta luonnottoman ja tunkkaisen. Kuvaushetkellä väärin asetettua valkotasapainoa oli mahdoton nähdä kameran näytöltä.



Kuva värikorjauksen jälkeen. Valkoinen näyttää nyt valkoiselta ja muutkin sävyt toistuvat luonnollisesti. Lopputulos on neutraali kuva, jota on helppo lähteä viemään kohti haluttua lookkia värimäärityksessä.



## Värimäärittely

Halusin Sallan videon olevan väreiltään raikas ja erottuva, mutta kuitenkin säilyttävän luonnollisuutensa.

Aloitin ensimmäiseksi säätämällä kuvan valotuksen ja kontrastin mieleisekseni. Tekemilläni muutoksilla halusin maksimoida lumen vaalean kirkkauden, kuitenkin siten, ettei se vaaleimmissakaan kohdissa pala puhki. Tein säädöt aina pitäen silmällä keskenään leikkaavien kuvien yhteensopivuutta. Valotuksen, kontrastin tai värien muutos kohtauksen sisällä tekee helposti leikkauksesta tökkivän, epäsujuvan, näköistä (Hurkman 2014, 511).

Aloitin värien määrittelyn nostamalla vain kevyesti värikylläisyyttä, jottei se pilaa kuvan luonnollisuutta. Halusin ohjata katsojaa seuraamaan toimintaa, joten nostin yleisen värikylläisyyden säädön jälkeen punaisen tasoja. Tällä säädöllä sain päähenkilöiden oranssinpunaiset takit nousemaan paremmin esiin. Värikontrastin luomiseksi korostin punaisten lisäksi kevyesti myös sinisiä sävyjä. Kuvasta saadaan monesti silmää miellyttävämpi ja mielenkiintoisempi nostamalla enemmän esille värikontrasteja, kuin värikylläisyyttä kokonaisuudessaan ( Hurkman 2014, 262).

Viimeistelin kuvan lookin lisäämällä kokonaisvärihin hyvin pienen määrän lämpöä, koska talvikuvat näyttävät usein kylmiltä sinisissä sävyissään. Mielestäni tämä toi kuvaan lämpimän keväisen auringon vaikutelman, vaikka kuvauspäivinä lämpötila olikin lähes 20 astetta pakkasen puolella.



Kuva värikorjauksen jälkeen, ennen värimäärittelyä.



Lopullinen kuva värimäärittelyn jälkeen.

## Alku- ja loppukuvat Afterissa

Suunnittelimme intron jo ensimmäisessä tapaamisessa Lumipallon ja Mainostoimisto Redlandin kanssa. Introa varten oli kuvattu oma laskuotto, jossa Eetu ja Aino ohittavat kameran ristikkäin toisiinsa nähden. Logot paljastuvat ja pyyhkiytyvät pois laskijoiden mukana. Tein Sallan hiihtokeskukselle ja Lumipallolle oman näköisensä introt, omilla logoillaan.

Toteutin logopyyhkäisyä yksinkertaisesti animoimalla maskia tekstilayerin päällä laskijan etenemisen mukaisesti. Ratkaisu oli toimiva, mutta työläs tehdä frame kerrallaan.

Sallan loppukuva oli asiakkaan toiveiden mukaan vain feidi logoon, joka on mustalla taustalla.

Lumipallon loppukuva sisälsi Mainostoimisto Redlandin tekemää grafiikkaa ja Lumipallo.fi -logon. Asetin ”alamäki alkaa täältä” -tekstigrafiikan ja Lumipallon logon talvisen stock-valokuvan päälle ja animoin kameraliikkeen, joka kääntyy tekstigrafiikasta logoon. Lisäsin liike-epäterävyyden kameraliikkeeseen motion blur:in avulla. Taustakuva näytti mielestäni liian staattiselta, joten tein kuvaan vielä animoidun lumisateen käyttäen After Effectsin omaa Particular -plugin:ää.



## Foley-äännet

Viimeisenä mausteena lyhyeen videoon ja introon lisättiin vielä jälkiäänitetyt foley-äännet. Aikataulu ei antanut periksi työstää ääniä koko videoon, joten niitä aseteltiin vain valittuihin paikkoihin, joissa ne toimivat hyvin yhteen kuvakerronnan kanssa.

Kokeilimme nauhoittaa ääniä kuvauksen yhteydessä, mutta tuuli ja etäisyys kuvattavaan kohteeseen eivät tuottaneet toivottua lopputulosta. Foley-ääniä laskukohtauksiin nauhoitettiin myöhemmin Messilän hiihtokeskuksessa, Hollolassa. Introssa on käytetty myös tuulen ääntä, joka löytyi netin ilmaissoundbankeista. Laskijoiden ja rinnekoneiden ohituksia on tehostettu matalan taajuuden efektiäänellä, jonka tein Adobe Audition –ohjelmassa.

Foley-äännet tuovat yllättävän paljon lisätunnelmaa videon katselukokemukseen. Kun toiminta saa äännet, se luo katsojalle paremman läsnäolon tunteen.

# JOHTOPÄÄTÖKSET

## Kaksi asiakasta, kaksi mielipidettä

Kahden asiakkaan dilemma oli moneen kertaan läsnä videon tuotannossa. Lumipallon kanssa tehdyt alustavat suunnitelmat, eivät kohdanneet Sallan hiihtokeskuksen tarpeita sellaisinaan. Lumipallolle olisi sopinut paremmin esittelevämpi video, jonka avulla sivuston vierailijat saisivat konkreettista tietoa keskuksesta. Sallan hiihtokeskus taas kaipasi enemmän kiinnostuksen herättävää mainosvideota. Alustavan suunnitelman mukaan myytävä tuote sisältää kaksi videota: toinen oli suunnattu tuotteeksi vain hiihtokeskukselle, toinen myös lumipallon käyttöön. Olisiko siis ollut oikein, että toinen videoista olisi enemmän Lumipallon toiveiden mukainen? Tuotteella oli kuitenkin vain yksi maksava asiakas: Sallan hiihtokeskus.

Olisin tehnyt mielelläni toisen videon esittelevämmällä toteutuksella. Tämä olisi tuonut selkeää vaihtelua videoiden välille. Esittelyvideo olisi voinut sisältää esilaskijoiden laskumateriaalin lisäksi esimerkiksi lyhyitä satunnaisten laskijoiden mielipidehaastatteluita kohteeseen liittyen. Infografikat olisi voinut upottaa träkäten videokuvaan ja voice over vahvistaisi viestin perille saamista. Tässä tapauksessa oli kuitenkin tärkeintä kuunnella maksavan asiakkaan mielipidettä.

Ensimmäisen toteutuksen pohjalta olen tehnyt tuotekehittelyä, joka vastaa molempien asiakkaiden tarpeisiin. Pääperiaate olisi jatkossa täysin sama: videotuotteen ostanut hiihtokeskus saa lisänäkyvyyttä Lumipallo.fi –sivuston kautta. Tulevaisuudessa tuote voisi sisältää kolme videota: kaksi hiihtokeskuksen omiin tarpeisiin ja yksi esittelyvideo Lumipallolle. Esittelyvideo tulisi käyttöön vain Lumipallo.fi –sivustolla ja Hiihtokeskus saisi edelleen rahoilleen vastinetta kahdella videolla.

Tuotteen hinnan pidän yrityssalaisuutena, mutta mielestäni kolmen videon toteutus nykyisellä hinnalla on täysin mahdollista. En usko työ määrän kasvavan merkittävästi, koska uusi toteutustapa mahdollistaisi sisällön suunnittelemisen selkeämmin.

Haluaisin jatkossakin säilyttää myytävän tuotteen yhtenä kokonaisuutena. Toinen vaihtoehto olisi myydä yksittäisiä videoita erilaisilla hinnoitteluilla.

## Tavoitteet ja niiden toteutuminen

Sallan hiihtokeskuksen toimitusjohtaja Kari Koskimaa oli tyytyväinen lopullisiin videoihin, joten voin olla myös itse tyytyväinen omaan työpöytätyöni. Hiihtokeskus julkaisi videon omalla Facebook -sivullaan 24.3.2015, jolloin kiireisin laskusesonki on jo ohi. Video keräsi viikossa yli 22 000 katselua. Se oli samalla myös sivun jaetuin julkaisu. Yllätyin videon katsojamäärästä, koska Sallan hiihtokeskuksen Facebook-sivulla on 2700 tykkääjää. Näiden numeroiden valossa, videon voi todeta tuoneen asiakkaalle tavoiteltua lisänäkyvyyttä sosiaalisessa mediassa jo nyt. Odotan innolla, mitä Sallan hiihtokeskus saa aikaan videoiden avulla tulevalle kaudella.

Lumipallo.fi julkaisee esittelyvideon sivuillaan vasta tulevalle kaudella. Yhteistyökumppanini oli myös iloinen tyytyväisestä asiakkaasta, joka toivon mukaan poikii myös uusia tilauksia. Lumipallo on aloittanut videoiden markkinointikampanjan tulevalle kaudelle, hyödyntäen Sallan hiihtokeskuksen videota referenssitutteenä.

Minulle opinnäytetyöprojekti kokonaisuudessaan opetti paljon. Tämä on merkittävin videoprojekti, jossa olen ollut itse vastuussa koko tuotannosta. Sain projektista paljon ammatillista itsevarmuutta onnistumisten kautta. Kykyäni kertoa kuvilla kehittyi projektin aikana ja tuottamani video oli näyttävempi kuvaamani kokonaisuus. Tällä kertaa vältyttiin suuremmilta sudenkuopilta, joka johtuu paljon siitä, että kesän videoprojekteissa asioita opittiin kantapään kautta. Virheiden kautta opitut taidot eivät unohdu helpolla.

Opinnäytetyön aikana oppiminen ei rajaudu vain tekemällä oppimiseen. Olen todella tyytyväinen siihen, että lainasin reilusti lähdemateriaalia kirjallista varten, vaikka moni kirja ei lähdetekstiksi päätynytkään. Kirjoista opin itselleni uutta teoriaa esimerkiksi leikkaamisesta, värimäärittelystä ja videomarkkinoinnista.

Olen tyytyväinen opinnäytetyöni aihevalintaan ja sen lopputulokseen. Pääsin työskentelemään rakkaimman harrastukseni parissa ja mahdollisuus on, että vastaavia tilaisuuksia tulee opinnäytetyöni johdosta tulevaisuudessakin. Opinnäytetyöprojekti on opettanut ainakin sen, että omia ideoita ja työpanosta kannattaa rohkeasti tarjota asiakkaille.

# LÄHTEET

## Painetut lähteet

Pirilä K, Kivi E. 2008. Leikkaus Elävä Kuva - Elävä Ääni, Toinen Osa. Helsinki: LIKE.

Aaltonen J. 2003. Käsikirjoittajan Työkalut, Audiovisuaalisen Käsikirjoituksen Tekijän Opas. Helsinki: SKS

Springer P. 2009. Ads To Icons, How Advertising Succeeds in a Multimedia Age, Second Edition. United Kingdom: Kogan Page.

Hullfish S, Fowler J. 2009. Color Correction for Video, Second Edition. United Kingdom: Focal Press.

Hurkman A. 2014. Color Correction Handbook: Professional Techniques for Video and Cinema, Second Edition. USA: Peachpit Press

## Elektroniset lähteet

Tietoa sallasta. 2015. [Viitattu 16.4.2015]

Saatavissa: <http://www.ski.salla.fi>

Berkeley University. 2015. Video Production, Pre Production and Planning. [Viitattu 22.4.2015]

Saatavissa: <https://ets.berkeley.edu/help/video-production-pre-production-and-planning>

Videobrewery.com. 2015. 18 Video Marketing Statistics. [Viitattu 20.4.2015]

Saatavissa: <http://www.videobrewery.com/blog/18-video-marketing-statistics>

Vanillavideo.com. 2015. History of Frame Rates - Why Speeds Vary. [Viitattu 20.4.2015]

Saatavissa: <https://vanillavideo.com/blog/2012/history-frame-rates-why-speeds-vary>

## Suulliset lähteet

Hurskainen A. 2015. Toimitusjohtaja. Lumipallo.fi

Koskimaa K. 2015. Toimitusjohtaja. Sallan Hiihtokeskus.

