

Video toimittajan työvälineenä

Anu Vaheristo



Tekijä Anu Vaheristo	
Koulutusohjelma Journalismin koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Video toimittajan työvälineenä	Sivu- ja liitesivumäärä 17 + 26
<p>Tämän opinnäytetyön aiheena on video toimittajan työvälineenä. Opinnäytetyössä on suunniteltu ja toteutettu opaskirja aloittelevalle videotoimittajalle. Luettuaan oppaan <i>Opas aloittelevalle videotoimittajalle: Näin teen onnistuneen videon</i> kokematon videotoimittaja osaa huomioida ne asiat, jotka pitää ottaa huomioon ennen videon kuvaamista, sen aikana sekä videon kuvaamisen jälkeen, ja tuottaa niiden avulla videon verkkoon.</p> <p>Työ on muodoltaan produkti ja se koostuu tästä raportointiosuudesta sekä liitteenä olevasta varsinaisesta oppaasta. Tekijä on koonnut oppaan itsenäisesti eikä työllä ole ollut toimeksiantajaa. Tarve aloittelevan videotoimittajan oppaalle löytyi tekijän työelämässä kokemien ja havaitsemien seikkojen kautta.</p> <p>Työn teoreettisessa viitekehyksessä käsitellään videoiden asemaa journalismissa sekä toimittajan työssä. Lisäksi käsitellään lyhyesti videon tekemiseen liittyviä perusasioita, kuten sisällöllisen suunnittelun tärkeyttä. Journalististen videoiden tekemiseen keskittyvää kirjallisuutta on vähän, joten tietoa on hankittu yleisistä videoiden tekemistä käsittelevistä kirjoista sekä verkkojournalismia ja elokuvakerrontaa käsittelevistä kirjoista. Lopussa kerrotaan oppaan työstämisestä sekä pohditaan työn hyödynnettävyyttä käytännössä.</p> <p>Varsinainen opas on erillisenä liitteenä työn lopussa. Se on rakennettu niin, että sitä voidaan käyttää itsenäisenä osana ilman tätä raportointiosuutta. Opas on koostettu syksyllä 2016. Sen tiedot ovat pääsääntöisesti ajattomia, vaikka viitteitä ajan henkeen löytyy.</p> <p>Opasta varten on myös haastateltu kolmea videota työkseen tekevää toimittajaa. Yhdistämällä heidän kommenttinsa teoretietoon oppaasta on saatu elävämpi ja lukijalle informatiivisempi.</p> <p>Oppaan kohderyhmänä ovat etenkin aloittelevat videotoimittajat, mutta myös kokeneemmat toimittajat, jotka eivät ole kuitenkaan kuvanneet videoita työssään.</p>	
Asiasanat: videojournalismi, journalismi, opaskirja, toimittaja	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Opinnäytetyön rakenne	1
1.2	Käsitteet	2
2	Videot nykymediassa	3
2.1	Videot ja journalismi	4
2.2	Videot toimittajan työssä	6
2.3	Sisältö on tärkein	7
2.3.1	Apua ennakkosuunnittelusta	8
2.3.2	Videoiden saavutettavuus	9
3	Opaskirjaseen suunnittelu ja toteutus	11
3.1	Idea ja tarve oppaalle	11
3.2	Oppaan toteutus	12
3.3	Haastattelut	12
3.4	Oppaan kokoaminen	14
4	Valmiin oppaan arviointi	15
4.1	Työn hyödynnettävyys	15
5	Pohdinta	16
	Lähteet:	18
	Liitteet:	19
	Liite 1: Haastattelukysymykset	19
	Liite 2: Valmis produkti - Opas aloittelevalla videotoimittajalle: Näin teen onnistuneen videon	20

1 Johdanto

Tämä raportti käsittelee produktityyppisen opinnäytetyöni syntymistä. Opinnäytetyön aiheena on video toimittajan työvälineenä ja sen tarkoituksena oli luoda opas aloittelevalle videotoimittajalle.

Tarve produktille syntyi työelämässä tehtyjen havaintojen kautta. Printti- ja verkkomediassa työskenteleviltä toimittajilta vaaditaan entistä laaja-alaisempaa osaamista. Yksi kanava itsensä ilmaisemiseen ei riitä vaan on hallittava useampia. Uudet välineet ja taidot on usein kyettävä omaksumaan ennätysnopeasti. Työn jäljen on oltava heti ammattimaista, vaikka toimittaja joutuisi kuvaamaan videota ensimmäistä kertaa. Hektisessä työtahdissa perehdytys jää usein vajaaksi, eikä toimittajalla ole aikaa pohtia videoidensa rakennetta tai sisältöä kunnolla.

Älylaitteiden kehittymisen myötä kuka tahansa on voinut kuvata HD-laatuisia videoita ja julkaista niitä missä vain. Tämä asettaa toimituksille paineita paitsi videoiden jatkuvaan tuottamiseen, mutta myös niiden laatuun. Katsojan mielenkiinto on herätettävä ensimmäisten sekuntien aikana ja hänet on koukutettava niin, että video katsotaan loppuun saakka. Videoiden tuleekin olla lyhyitä, ytimekkäitä, hyvin kuvattuja sekä kertoa katsojalle olennainen. Tämä vaatii videoiden huolellista rakentamista sekä tarkkaa sisällöllistä pohdintaa.

Videoiden tekeminen on koettu toimituksissa toisinaan myös taakaksi. Usein yksi toimittaja joutuu tekemään jutun samasta aiheesta useaan eri kanavaan. Juttukeikalla on otettava valokuvat, tallennettava liikkuvaa kuvaa sekä hankittava materiaalia laajempaa verkko- tai lehtijuttua varten. Kun aikaisemmin on voinut keskittyä vain omaan osaamisalueeseensa, on toimittajan nykyään hallittava useita tapoja tuottaa sisältöä.

Tarve produktille eli oppaalle videoiden tekemiseen aloittelijan näkökulmasta oli myös siksi, että tekemisestä kirjoitetaan paljon keskittyen ainoastaan kuvaustekniikkaan sekä elokuvalla tyypilliseen monikerroksiseen tarinankerrontaan. Vaikka elokuvan tarinankerronnan tapoja voidaan hyödyntää journalistisessa videossa, ovat journalistiset videot paitsi lyhempiä ja usein myös asiasisällöltään suoraviivaisempia

1.1 Opinnäytetyön rakenne

Työ jakautuu kahteen osaan, joista ensimmäisessä osiossa aihetta käsitellään teorian kautta. Siinä on pohdittu muun muassa videoiden asemaa nykymediassa sekä toimittajan

työssä. Lisäksi sivuan myös muita videon tekemiseen liittyviä seikkoja kuten sisällöllisen suunnittelun tärkeyttä ja videoiden saavutettavuutta. Teoriaosuuden lopuksi olen pohtinut opinnäytetyön työprosessia sekä matkan varrella oppimaani. Lisäksi pohdin miten voin hyödyntää oppimaani tulevaisuudessa.

Opinnäytetyön toinen osa on varsinainen produkti eli opas aloittelevalle videotoimittajalle. Tässä osuudessa aihetta lähestytään käytännönläheisemmin. Oppaan avulla kokemattomankin toimittajan on helpompi suunnitella sekä toteuttaa video tehokkaasti, laadukkaasti sekä annetussa aikataulussa. Oppaassa käsitellään niitä asioita, jotka on huomioitava ennen videon tekoa, sen aikana sekä sen jälkeen. Opas on koostettu teorian tiedosta sekä kokeneiden videotoimittajien kommentteista. Haastattelin työtä varten kolmea videoita työseen tekevää toimittajaa: Kristoffer Ignatiusta, Anna Karatvuota ja Tuomo Björksteniä. Heidät esitellään tarkemmin myöhemmin tässä työssä. Opas on kirjoitettu niin, että se toimii itsenäisenä osana ilman työn raporttiosuutta. Opas on kokonaisuudessaan liitteenä työn lopussa

1.2 Käsitteet

Video Tässä työssä videolla tarkoitetaan kaikkea verkossa julkaistavaa videomateriaalia. Ne ovat toimitettuja videoita ja televisio-ohjelmien osia sekä videopätkiä, jotka on julkaistu esimerkiksi sanoma- ja aikakauslehtien sekä televisio- ja uutiskanavien verkkosivuilla.

Journalistinen video Tässä työssä käsitteellä journalistinen video tarkoitetaan niitä videoita, jotka ovat toimittajien tekemiä. Niillä on tarkoitus välittää tietoa sekä kertoa katsojiin vetoavia tarinoita. Näillä tarinoilla on myös päähenkilö. Journalistisen videon asiasisällölle ovat ominaisia samat seikat kuin laadukkaalle journalistiselle sisällölle yleensä missä tahansa mediassa. Olennaisia asioita ovat faktojen paikkaansa pitävyys, asiallinen kieli sekä ajankohtaisuus. Lisäksi videoiden sisältöä on pohdittu myös eettiseltä kannalta.

Perinteinen media käsitteellä tarkoitetaan sanoma- ja aikakauslehtiä sekä uutis- ja televisiokanavien verkkosivuja, jotka ovat 2000-luvun lopulta saakka alkaneet tuottaa enenevässä määrin videomateriaalia sivuilleen.

Sosiaalisella medially tarkoitetaan tässä tutkielmassa niitä kanavia ja alustoja, joilla videoita nykyään julkaistaan. Näitä ovat muun muassa YouTube, Instagram, Facebook, Snapchat, Periscope sekä blogit.

2 Videot nykymediassa

Perinteisen median murroksesta on puhuttu koko 2000-luvun ajan. Murroksen aloitti internetin yleistymisen. Samalla kun uudenlaiset mediamuodot ovat kasvattaneet suosiotaan, painettujen sanomalehtien levikit ovat tasaisesti laskeneet. Uusien alustoiden vakiintumisen myötä kuluttajille on avautunut uudenlaisia vuorovaikutus- ja valinnanmahdollisuuksia. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 103.) Erilaisten sosiaalisen median palveluiden kuten Snapchatin, Instagrammin, Periscopopen ja blogien kasvattaessa suosiotaan, perinteisen median on ollut pakko kehittää tarjontaansa verkon, sosiaalisen median kanavien sekä kuluttajien ehdoilla.

Uudenlainen suhtautuminen videoiden tuotantoon toimituksissa alkoi erilaisten ääntä ja kuvaa jakavien palveluiden, kuten vuonna 2005 perustetun YouTubeen totuttaessa verkkokäyttäjät videoiden katsojiksi. YouTubeen käyttäjien määrä on kasvanut tasaisesti siitä saakka. Vuonna 2016 YouTubea käyttää jo lähes kolmannes kaikista internetin käyttäjistä. Videoita katsotaan päivittäin miljoonia tunteja ja yksittäisiä näyttökertoja on miljardeja. (YouTube, 2016)

Perinteisissä medioissa huomattiin vähitellen kuinka tavallisten kansalaisten eri tilanteissa kuvaamat ja verkossa jakamat videot alkoivat määrittää kaikkea julkisuutta uudella tavalla. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 21–22.) Kuka tahansa saattoi joutua kuvattavaksi milloin tahansa, myös huomaamattaan tai salaa. Kuluttajilla mukana olevat kamerat ja kamerapuhelimet mahdollistivat suoran, reaaliaikaisen ja paikanpäältä taltioidun kuvan leviämisen ilman välikäsiä. Videoita ja kulttuuria ei enää tuotettu ainoastaan ylhäältä alaspäin, vaan kuka tahansa saattoi toimia tiedon välittäjänä. (Pirilä ja Kivi, 2008, 53.)

Internetin myötä myös medioiden rajat ovat muuttuneet. Enää ei pidetä niin tiukasti kiinni omasta kanavasta vaan lehdet ja radiokanavat tuottavat jatkuvasti enemmän sisältöä verkkoon. Verkko ei enää ole vain lisäilmaisukanava, vaan yhtä olennainen osa sisällöntuotantoa kuin niin sanottu alkuperäinen kanava. Sisältöä ei myöskään enää tuoteta vain oman toimituksen voimin, vaan yhteistyötä tehdään eri tahojen, kuten tuotantoyhtiöiden kanssa. Erilaisten sisällöntuotantotapojen myötä perinteisissä lehtitaloissa on esimerkiksi videoiden todettu tuovan lisäarvoa tekstiä ja valokuvia sisältäviin juttuihin, sillä liikkuvalla kuvalla ja äänellä voidaan havainnollistaa monia asioita paremmin. Lisäksi ne välittävät tunteita ja tunnelmia perinteisiä juttuja monipuolisemmin. Lehdet pyrkivätkin nykyään tarjoamaan lukijoilleen sisältöä niillä tavoilla, joita kuluttajat ovat tottuneet netissä käyttämään. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 63–65.)

Verkkovideoiden tuotantoon ja kehitykseen on vaikuttanut myös teknisten laitteiden kehittyminen. Monipuolisemmat laitteet ovat mahdollistaneet sen, että niiden välittämä sisältö on aina kuluttajan mukana ja saavutettavissa. Sisältöä onkin vapaus katsella milloin vain, oli kotona tai vaikkapa julkisessa kulkuneuvossa. Vastaanottajien entistä suuremmat vapaudet olla sitoutumatta ennalta määrättyyn katselu-aikaan tai laitteeseen ovat pakottaneet myös toimitukset miettimään sisällöntuotantoa entistä tarkemmin. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 21, 33)

Tärkeässä roolissa ovat olleet myös verkkoyhteyksien nopeutuminen ja laajakaistayhteyksien saatavuus. Videot vaativat runsaasti kaistanleveyttä ja hitaat yhteydet ovat aikaisemmin vaikuttaneet negatiivisesti kuluttajien katsomiskokemuksiin. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 23.) Tilanne on kuitenkin muuttunut positiivisempaan suuntaan. Viestintäviraston mukaan vuoden 2015 lopussa kiinteä, nopea 100 megan laajakaista oli tarjolla 52 prosenttiin kotitalouksista. Lisäksi 58 prosenttia pääsi hyödyntämään vähintään 30 megan laajakaistaa. (Viestintävirasto 2016.) Nopeutuneet laajakaistat ovat helpottaneet myös toimitusten työtä.

Tekninen kehitys on pakottanut toimitukset panostamaan verkkosivujensa suunnitteluun. Verkkosivujen on kyettävä tarjoamaan olennainen tieto nopeasti ja selkeästi, jotta käyttäjä saadaan pysymään sivustolla mahdollisimman pitkään. Tämä vaatimus on haastava etenkin journalistisille sivustoille, joissa sisältöä on runsaasti ja se päivittyy nopeasti. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 35.) Lisäksi sivujen on toimittava erilaisissa laitteissa: niitä on kyettävä katsomaan selkeästi niin tietokoneelta kuin mobiililaitteeltakin.

Yhdessä nämä kehitysaskleet ovat tuoneet toimittajat ja toimitukset uuden äärelle. Usein videoiden tekeminen nähdään hyvänä mahdollisuutena kehittyä päivittäisessä toimittajan työssä. Toisaalta samalla toimituksissa kaivataan lisää perehdytystä, opetusta sekä aikaa videoiden tuottamiseen, sillä niiden oletetaan olevan aina ammattitaidolla tehtyjä. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 60.) Ammattimaisuus on se joka erottaa toimitusten tekemät videot lukijan videoista. Juuri siksi tässä opinnäytetyössä käsitellään videon tekemiseen liittyviä perusasioita sekä keskitytään antamaan vinkkejä aloittelevalle videotoimittajalle.

2.1 Videot ja journalismi

Verkko on häivyttänyt perinteisten tiedotusvälineiden rajoja. Ennen oli selkeästi printtimeidia, radiot sekä televisiokanavat. Nykyään kaikista on tullut digitaalisia työntekijöitä ja kaikki toimittajat tuottavat materiaalia verkkoon. (Bricks, 2013, 7) Lisäksi yhteistyötä tehdään yhä enemmän eri medioiden kesken. Mäenpää ja Männistö ovat tutkimuksessaan

todenneet, että yhteistyö ei rajoitu pelkästään mediakonserneiden sisälle, vaan materiaalia käytetään myös omien konsernien ulkopuolelta. Sisältöjä ostetaan esimerkiksi erilaisilta tuotantoyhtiöiltä, freelancereilta sekä kansainvälisiltä toimijoilta. Etenkin valtakunnallisten ja kansainvälisten juttujen kohdalla saadaan näin ollen tuotantokustannukset pysymään alhaisempina. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 65.)

Toimituksissa on usein ajateltu videoiden kulkevan perinteisten juttujen rinnalla ja tuovan niille lisäarvoa. Videoilla on pyritty houkuttelemaan jutuille lisää lukijoita ja sitä kautta verkkosivustoille myös lisää mainostajia ja myyntituloja. Samalla on haluttu kertoa lukijoille, että lehti on seuraava aikaansa. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 63.)

Prosessi julkaisupäätöksen takana on kuitenkin sama kuin kirjoitetuissa jutuissa. On tarkkaan punnittava riittääkö video kertomaan katsojalleen lisää informaatiota vai onko se jo ilmestyessään vanha. Jos videolla pystytään tarjoamaan jotain uutta, sitä kannattaa käyttää. (Foust, 2005, 199)

Toimituksissa onkin todettu, että pelkkä video voi olla syy julkaista jostain aiheesta juttu, tekstin ollessa pienemmässä roolissa. Jutuksi päättyy usein videoaiheita, jotka ovat yllättäviä, koskettavia sekä hauskoja ja vaikuttavat jollain tavalla ihmisten elämään. Myös vakavia aiheita käsitellään videoiden avulla. Videot ovatkin laajentaneet aihepiirejä ja juttujen käsittelytapoja. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 57, 63–64.)

Etenkin iltapäivälehdet ovat ottaneet tavakseen nostaa erilaisia videoita jutun aiheiksi. Tyypillisiä ovat erilaiset eläinaiheiset videot sekä lukijan videot esimerkiksi maanteillä kuvatuista vaaratilanteista. Lisäksi monet matkailuun liittyvät sivustot tekevät juttuja yksittäisten henkilöiden tai yritysten YouTubeen julkaisemista videoista, joissa esitellään kohdetta tai palvelua. Huomiota ovat saaneet myös videot, joissa yksityishenkilöt kertovat elämästään jonkin sairauden kanssa.

Videon journalistinen vahvuus onkin sen todistusvoimaisuudessa. Liikkuvalla kuvalla ja äänellä on helppo näyttää mitä joku on jossain tilanteessa todella sanonut. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 57, 63–64.) Vaikka liikkuvaa kuvaa voidaan manipuloida siinä missä tekstiäkin, videota yleisesti pidetään kuitenkin luotettavana ilmaisumuotona. Videot myös havainnollistavat asioita helpommin kuin pelkkä teksti tai kuva. Lisäksi tunteita herättävissä aiheissa video on ylivoimainen tapa välittää yleisölle aitoja hetkiä. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 57, 63–64.)

Videoita tehdään nykyään erilaisiin tarkoituksiin. Yleisimpiä ovat suorat, leikkaamattomat noin minuutin mittaiset uutistaltioinnit. Seuraavaksi eniten tehdään yhden tai kahden toimittajan työstämiä, kevyesti leikattuja uutisjuttuja. Kolmas videotyyppi ovat toimitetut jutut, jotka voidaan jakaa edelleen toimitettuihin uutisiin, henkilöjuttuihin, feature-juttuihin ja audiovisuaalisiin esityksiin. Näiden kaikkien videoiden laatu vaihtelee sen mukaan minkä verran jutun tekemiseen on ollut aikaa, ja mitkä ovat olleet käytettävissä olevat välineet. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 58.)

Journalistisien videoiden asiasisällölle ominaisia ovat samat seikat kuin laadukkaalle journalistiselle sisällölle missä tahansa mediassa. Sisällön on oltava ajankohtaista, kielen huolellista ja tietojen tarkistettuja. Sisällön on pyrittävä puolueettomuuteen sekä tasapuolisuuteen. Journalistisen toiminnan on oltava itsenäistä ja läpinäkyvää, jotta yleisö voi arvioida onko se luottamuksen arvoista. Videoiden sisältöjen on myös oltava journalistisesti edustavia, eikä niitä voi käyttää vain jonkin tietyn väestöryhmän äänen esiintuomiseksi. (Jaakkola, 2013, 15–19.)

Toimitusten on pidettävä journalistiset säännöt mielessä myös lukijan videoita julkaistaessa. Lukijan videoiden kohdalla on mietittävä erityisesti lähdekritiikkiä ja faktat on tarkastettava huolella. Lisäksi eteen tulevat eettiset kysymykset siitä mitä kaikkea voi julkaista. Vaikka lukijan videot tarjoaisivat reaaliaikaista kuvaa esimerkiksi onnettomuuspaikalta, tulee tarkkaan pohtia onko sellaisen videon julkaiseminen eettisesti oikein. Lukijan videoita julkaistaessa on huomioitava myös tekijänoikeuksiin ja kuvauslupiin liittyvä lainsäädäntö. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 71–73.)

2.2 Videot toimittajan työssä

Videot alkoivat yleistyä suomalaisissa verkkolehdistä vuodesta 2006 eteenpäin. Aluksi videoita tehtiin vähän, yleinen julkaisutahti oli noin yksi video viikossa. Haasteita videoiden tekemiselle loi paitsi tekniikka, mutta myös uusien julkaisukanavien periaatteiden omaksuminen. Siinä missä lehti ilmestyy kerran päivässä, on verkkoa päivitettävä jatkuvasti. Verkon etuna kuitenkin on, ettei kaikkia näkökulmia samasta jutusta tarvitse kertoa heti, vaan juttua voi päivittää myöhemmin. Julkaisun ajankohtaa voi myös säännöstellä ja tietoja julkaista vähitellen. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 48–49, 67.)

Vielä 2000-luvun alussa toimituksissa käytössä oli suuria ja kalliita välineitä, jotka vaativat useamman toimittajan työpanoksen. Alusta asti on jouduttu miettimään työnjakoa, sillä taloudellisesti ei ole järkevää lähettää tekemään samaa juttua sekä toimittajaa, valokuvaajaa sekä videokuvaajaa. Samaan aikaan on täytynyt huomioida tehtävien päällekkäisyys:

haastattelua tehdessä toimittajan saattaa olla vaikeaa keskittyä myös kuvaamiseen. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 69.) Usein asia on kuitenkin ratkaistu lähettämällä juttukeikalle vain yksi toimittaja.

Kun juttukeikalle lähtee vain yksi toimittaja, myös ajankäyttö on järkevämpää. Yksi toimittaja voi tehdä jutun samasta aiheesta useaan kanavaan. Ajankäyttöä on helpottanut myös tekninen kehitys, joka on tuonut mukanaan kevyet näppärät kamerapuhelimet sekä HD-laatuista videota kuvaavat järjestelmäkamerat. Nykyisillä laitteilla on mahdollista paitsi kuvata ja äänittää, myös editoida ja lähettää video eteenpäin. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 21, 31.)

Mäenpään ja Männistön tekemästä tutkimuksesta selviää, että useimmat toimittajakonkarit pitävät videoiden tekemisen lisääntymistä miellyttävänä muutoksena normaaliin toimitustyöhön. Uusien välineiden ja kanavien opetteleminen motivoi ja tarjoaa uusia mahdollisuuksia. Monissa toimituksissa jutun tekeminen useaan eri välineeseen on nähty myös taakkana ja työtä kuormittavana tekijänä. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 70–71.) Videoita tekevätkin usein ne henkilöt, jotka ovat luontaisesti aiheesta innostuneita.

2.3 Sisältö on tärkein

Videoita tehtäessä tekniikka ja ajankäyttö ovat tärkeitä asioita. Olennaisinta on aina kuitenkin sisältö. Kun videota lähdetään tekemään, on ensimmäisenä mietittävä, onko aihe niin merkittävä ja kiinnostava, että siitä on kannattavaa ja perusteltua tehdä video. Pelkkä idea ei riitä, vaan on mietittävä mitä videolla halutaan sanoa tai saavuttaa. On mietittävä myös kantaako aihe liikkuvalla kuvalla kerrottuna. Toiset aiheet toimivat paremmin perinteisinä juttuina, kun taas toiset, esimerkiksi tunteita välittävät ja niihin vetoavat aiheet on helpompi kertoa liikkuvalla kuvalla. (Bradshaw ja Rohumaa, 2011, 110–111.)

Videojuttua tekevän toimittajan on hyvä myös muistaa ettei hän ole ainoastaan kuvaaja. Hän on myös tarinankertoja. Videoissa tulisikin löytää uusia näkökulmia tuttuihin tarinoihin ja pyrkiä koskettamaan yleisöä henkilökohtaisella tasolla. (Lancaster, 2013, 146–147.) Siksi on olennaista millä tyyllillä video on toteutettu: onko se tehty televisiosta tutulla toimittajavetoisella uutistyyllillä, vai onko mukana dokumenteista ja elokuvista tuttuja piirteitä, joissa päähenkilö nousee ensisijaiseksi. (Lancaster, 2013, 6–7.)

Lancasterin mukaan erot uutis- ja dokumentaarisen tyylin välillä ovat selkeät. Uutisvideoissa toimittaja on yleensä kameran edessä ja kertoo tarinan vastaanottajalle. Mahdolliset haastateltavat ovat ennemminkin sivuroolissa. Mukana voi olla kuvituskuva, joka tukee

tarinaa, mutta liittyy kuitenkin uutiseen olennaisesti. Dokumentaarisisessa tyyllissä vastavasti haastateltava nousee päärooliin kuljettaen tarinaa eteenpäin toimittajan jäädessä taka-alalle. Lisäksi dokumentaarisen tyylin kuvallisessa kerronnassa hyödynnetään elokuvan elementtejä kuten erilaisia kuvakulmia ja -kokoja. (Lancaster, 2013, 7.) Esimerkiksi kuvattavan etäisyys kamerasta luo katsojalle kohteesta läheisen tai kaukaisen vaikutelman. Myös kameran liikkeeseen tulee kiinnittää huomiota. Erilaiset liikkeet ylös, alas ja sivulle sekä mahdollinen tärinä vaikuttavat katsojan kokemukseen siitä, kuinka ammattimaisesti tehdystä videosta on kyse. (Lancaster, 2013, 42–44.)

Journalistisissa videoissa on tarinan lisäksi hyvä olla selkeä rakenne. Perinteistä draaman kaarta voidaan hyödyntää riippumatta siitä, kummalla edellä mainituista tyyleistä video on tehty. Katsoja on aina aluksi saatava kiinnostumaan aiheesta. Hänet on koukutettava ja aihe on esiteltävä kiinnostavalla tavalla. Seuraavaksi on kerrottava asian ydin, ristiriita tai ongelma. Tämän jälkeen tulee jutun kliimaksi eli huippukohta. Lopuksi tarina suljetaan kertomalla ratkaisu. (Lancaster, 2013, 17.) Rakenteen toteuttaminen videolle on sitä haastavampaa mitä lyhemmästä videosta on kyse. Rakennetta voidaan joskus myös perustellusti rikkoa. Kun rakenne rikotaan, on alku videossa tärkein. Lisäksi ydinsanomana on tultava videossa esille kokonaisuutena.

Videot tehdään usein erilaisista järjestetyistä tapahtumista sekä ennakkoon tiedossa olevista tilaisuuksista. Tällöin videotyöprosessia ja sisältöä ehditään paremmin miettimään ennakkoon. Uutistyö puolestaan on nopeampaa. Silloin on ensimmäisenä mietittävä, onko mahdollista ehtiä paikalle ennen kuin tilanne on jo ohi. Lisäksi on pohdittava minkä verran aikaa on mahdollista käyttää jälkitöihin: yleisesti noin minuutin videon editoimiseen menee noin tunti. Uutisjuttua tehtäessä onkin suuri etu, jos kuvaajalla on sen verran kokemusta, että hän pystyy nopeasti miettimään mitä ja miten aihetta kannattaa lähestyä jutun saadakseen. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 77, 80–82.)

2.3.1 Apua ennakkosuunnittelusta

Jos tiedetään millainen tarina halutaan kertoa, seuraava askel on miettiä kuinka se kerrotaan. Tarinan rakenteen ohella tärkeää on huomioida erilaiset kuvakulmat ja -koot, kameran liikkeet, valaistus sekä äänet. On tärkeää ymmärtää kuinka erilaiset kuvakulmat ja -koot sekä valaistus vaikuttavat tarinan kerrontaan sekä vastaanottajan kokemuksiin. Esimerkiksi laajakulmalla kaukaa kuvattu henkilö jää katsojalle helposti etäiseksi, kun taas tiivis lähikuva tuo henkilön lähemmäs vastaanottajaa. Valaistuksella taas voidaan korostaa tai häivyttää henkilöä sekä luoda tunnelmaa ilosta, surusta tai energisyydestä. Näiden

asioiden huomioiminen ennakkoon helpottaa paitsi itse kuvaamista sekä jälkityöskentelyä eli videon editointia. (Lancaster, 2013, 39–41.)

Edellä mainittuja asioita tulee ainakin pohtia ennen videon kuvaamista. Ne voi, ja etenkin dokumentaarisempaa tuotantoa tehdessä myös kannattaa kirjoittaa ylös. Uutisjuttua tehdessä kuvakäsikirjoituksen tekemiseen harvoin on aikaa. Kokemuksen kasvaessa kuvakäsikirjoituksen kuitenkin oppii tekemään mielessään. Ennakkoon tehtyyn kuvakäsikirjoitukseen pitää myös muistaa jättää myös liikkumavaraa, sillä tarinat sekä tilanteet elävät ja kehittyvät. Suunnitelma kuitenkin auttaa myös yllättävistä tilanteista selviämisessä. (Bradshaw ja Rohumaa, 2011, 111.)

Bradshaw ja Rohumaa listaavat teoksessaan yllämainittujen lisäksi myös asioita, joita kuvaussuunnittelussa on hyvä ottaa huomioon. Ennen kuvauskeikalle lähtemistä tulee aina selvittää minne on menossa ja kuinka sinne pääsee kuvauskaluston kanssa. Taustatyöt kannattaa tehdä huolellisesti ja tutustua kuvattavaan henkilöön tai kohteeseen ennakkoon. On myös hyvä selvittää tarvitaanko kuvauslupaa viralliselta taholta tai lapsia kuvattaessa vanhemmilta. (Bradshaw ja Rohumaa, 2011, 111.)

Videojuttuja tehdessä olennaista on teknisten taitojen ja kuvauskulmien lisäksi toimittajan taidot. Mitä paremmat haastattelutaidot sekä journalistinen vaisto toimittajalla on, sitä helpommin hän saa aikaan hyvän jutun. (Lancaster, 2013, 68.)

Toimittajan taidot korostuvat erityisesti kokemattoman haastateltavan kanssa. Useat jännittävät enemmän videolla esiintymistä kuin niin sanottua tavallista haastattelua. Siksi on hyvä esittää joitakin jäätä rikkovia kysymyksiä yleisistä ja helpoista asioista, jotta haastateltava saadaan rentoutumaan. Hyvä haastattelu muistuttaa enemmänkin juttutuokiota, joka on kuitenkin koko ajan toimittajan ohjailtavissa. Luottamuksen rakentaminen haastateltavan kanssa on tärkeää eikä tilanne saa missään vaiheessa muistuttaa kuulustelua. (Jaakkola, 2013, 204–205.)

2.3.2 Videoiden saavutettavuus

Videoiden saavutettavuus on olennaista niin toimituksen kuin kuluttajankin kannalta. Videota tehdään olettamuksella, että ihmiset katsovat niitä. Luonnollisesti toimitus haluaa tuotoksilleen mahdollisimman suuren katselijamäärän. Kuluttajat puolestaan ovat kiireisiä sekä osittain laiskoja. Jos verkkosivut ovat sekavia, eivätkä etsityt asiat löydy niiltä helposti, kuluttajat poistuvat sivustolta eivätkä palaa sinne uudelleen. Videoiden onkin siis oltava helposti löydettävissä verkkosivustolta. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 35.)

Laajemman näkyvyyden saavuttamiseksi videoiden otsikoiden on oltava niin mielenkiintoisia ja vetäviä, että verkossa nopeasti etenevä lukija haluaa klikata otsikkoa ja pysähtyä jutun äärelle. (Jaakkola, 2013, 153.) Mäenpään ja Männistön (2009, 62) mukaan videoihin pitäisi kirjoittaa jonkin verran saatetekstiä, joka avaa riittävästi sisältöä, paljastamatta kuitenkaan liikaa. Oikeanlaisella saatetekstillä video myös saadaan näyttävämmiin esiin verkossa. Tämä on erityisen tärkeää kun juttuja jaetaan sosiaalisen median kanavissa. Mikäli otsikko, ingressi ja videon aloituskuva eivät riitä herättämään riittävästi mielenkiintoa, myös video jää katsomatta.

Videoita jaetaan runsaasti erilaisissa sosiaalisen median kanavissa. Lisäksi niitä kommentoidaan ja kritisoidaan. Tämä vaatii myös toimittajalta aktiivista läsnäoloa varsinaisen juttuntekoproessin jälkeen. Toimittajan tulee kuitenkin pohtia, missä roolissa ja mihin juttuihin reagoi sekä kuinka avointa keskustelua käy vastaanottajien kanssa. Parhaimmillaan tämä kaksisuuntainen kanava voi luoda uusia jutunaiheita sekä toimittajille uusia verkostoitumismahdollisuuksia. (Jaakkola, 2013, 159, 162.)

3 Opaskirjaseen suunnittelu ja toteutus

3.1 Idea ja tarve oppaalle

Idea opaskirjaseen tekemiseksi syntyi työ- ja arkielämässä tehtyjen havaintojen perusteella, sekä omasta innostuksesta videoiden tekemiseen. Oma kokemus videoiden tekemisestä on melko vähäistä, se rajoittuu muutamaankin kouluprojektiin. Näiden projektien aikana olen kuitenkin havainnut kaipaavani selkeää muistilistaa siitä, kuinka videota kannattaa lähteä tekemään.

Älylaitteiden kehittymisen myötä internet ja liikkuvaa kuvaa tarjoavat palvelut ovat kaikkien ulottuvilla. Maailma on reaaliajassa jokaisen taskussa ja tuoreimmat uutistapahtumat on helppo tarkistaa mobiililaitteesta milloin vain. Mediaa kulutetaan pitkin päivää pienissä osissa. Mielenkiintoisimmat video ja artikkelilöydöt jaetaan ystäville ja tuttaville sosiaalisen median kanavissa. Toimitusten on kyettävä vastaamaan kuluttajien tarpeisiin ja tarjottava jatkuvasti tuoretta informaatiota eri muodoissa.

Nykymediassa toimittajilta vaaditaankin yhä laajaa-alaisempaa osaamista. Yksi taito kuten esimerkiksi kirjoittaminen ei enää riitä. Yhä useammin toimittajan on hallittava myös jokin toinen ilmaisukanava kuten valo- tai videokuvaus. (Lancaster, 2013, 68.) Toimittajakoulutuksessa uudet vaatimukset huomioidaan jo, mutta toimituksissa ja vapaina toimittajina työskentelee toimittajia, jotka eivät välttämättä ole aikaisemmin joutuneet tekemään sisältöä eri välineillä. Työn jäljen oletetaan kuitenkin olevan heti ammattimaista. (Mäenpää ja Männistö, 2009, 60.) Uudet taidot opetellaankin usein käytännön kautta ja muun työn ohessa tai oman innostuksen mukaan vapaa-ajalla.

Tekemäni oppaan tarkoitus onkin helpottaa ensi kertaa videoita tekevää toimittajaa onnistumaan työssään. Oppaan avulla videoiden saralla kokematon toimittaja osaa ottaa huomioon ne seikat, joita on otettava huomioon ennen kuvaamista, sen aikana ja sen jälkeen. Oppaan luettuaan toimittajan on helpompi pohtia videon tekemistä niin sisällöllisesti kuin käytännössäkin.

Oppaalle oli tarvetta myös siksi, että monet oppaat on räätälöity tietyn toimituksen käyttöön. Videoiden tekemisestä kirjoitetaan myös paljon keskittyen ainoastaan kuvaustekniikkaan sekä elokuvalla tyypilliseen monikerroksiseen tarinankerrontaan. Elokuvan tarinankerronnan tapoja voidaan hyödyntää journalistisessa videossa, mutta journalistiset videot ovat lyhempiä ja sisällöltään suoraviivaisempia.

Varsinainen produkti eli opas on kokonaisuudessaan liitteenä työn lopussa. Haastattelin työtä varten kolmea videota työkseen tekevää toimittajaa. Heidät esitellään kohdassa 3.3. Oppaan kokosin kirjallisten lähteiden sekä ammattilaisten antamien kommenttien perusteella.

3.2 Oppaan toteutus

Oppaan tekeminen alkoi taustamateriaalin lukemisella. Luin runsaasti suomen- ja englanninkielistä materiaalia videoiden tekemisestä. Havaitsin, että monissa teoksissa käsitellään vain kuvaamisen teknistä puolta tai lähestytään aihetta elokuvakerronnan kautta. Tutustuin myös jonkin verran YouTubessa oleviin opetusvideoihin, joista valtaosa on englanniksi.

Teoriaa lukiessa idea oppaasta selkiintyi. Totesin, että pelkän teorian lisäksi haluan oppaaseen vinkkejä ja kommentteja videoita työkseen tekeviltä toimittajilta. Päätin etsiä haastateltavakseni henkilöitä, joilla on monipuolisesti kokemusta media-alalta sekä toimittajana työskentelystä. Halusin mukaan toimittajia, joiden pääasiallinen työnkuva on tehdä videoita eri kanaviin. Päätin etsiä mahdollisimman erilaisia videoita tekeviä toimittajia, jotta saisin oppaaseen erilaisia näkökulmia sekä monipuolisempia kommentteja.

Etsin haastateltavia erilaisten kanavien kautta. Tutustuin medioiden verkkosivuihin ja tutkin ketkä tekevät niille videosisältöä. Otin yhteyttä kuva- ja videoitoimitusten esimiehiin sekä suoraan toimittajiin. Hain mahdollisia haastateltavia myös erilaisten osajia yhteen kokoavien sivustojen kautta sekä kyselin kontakteja alalla työskenteleviltä ystäviltäni.

Haastateltavien löytäminen oli melko vaikeaa. Aluksi olin ajatellut, että haluan haastatella työtäni varten viittä eri toimittajaa. Osa toimittajista, joille lähetin pyynnön kuitenkin katsoi, ettei ollut oikea henkilö vastaamaan kysymyksiini. Toiset puolestaan jättivät vastaamatta yhteydenottoihini. Lopulta onnistuin kuitenkin löytämään kolme erilaista haastateltavaa.

3.3 Haastattelut

Haastattelujen tarkoituksena oli kerätä ammattilaisilta kokemuspohjaista tietoa. Haastattelut toteutettiin teemahaastatteluina, joita varten laadin puolistrukturoidun kysymysrunгон. Kysyin haastateltavilta ensin taustatietoja koulutuksesta ja työurasta sekä nykyisestä työmenkuvasta. Varsinainen haastattelu oli jaettu kolmeen osaan, joista ensimmäinen käsiteli journalistisia videoita yleisellä tasolla ja toinen videoiden tekemisen varsinaista työprosessia. Haastattelun viimeinen osio käsitteli videoiden tulevaisuutta. Lopuksi annoin jokaiselle haastateltavalle mahdollisuuden kertoa vapaasti muita huomioita aiheeseen liittyen.

Ensimmäinen haastateltavistani oli Anna Karatvuo. Karatvuo on tehnyt monipuolisesti töitä kuvaajana, leikkaajana ja toimittajana vuodesta 2005 alkaen. Karatvuo edustaa työssä dokumentaarisempaa näkökulmaa, sillä hän on tehnyt reportaaseja ja dokumentteja Suomessa ja ulkomailla. Hän on myös toiminut tv- ja elokuvaajana. Karatvuo on uralaan työskennellyt Yleisradion alueuutisissa sekä valtakunnallisessa uutis- ja ajankohtais-toiminnassa. Lisäksi hän on kuvannut ja editoinut videoita Aito Medialle sekä Live Natlonille. Tällä hetkellä Karatvuo kuvaa enimmäkseen dokumentteja. Karatvuo asuu ja työskentelee Meksikossa, joten tein haastattelun sähköpostin välityksellä.

Toisena haastattelin Kristoffer Ignatiusta. Ignatius on työskennellyt media-alalla yli 15-vuoden ajan. Hän on toiminut radio- ja tv-juontajana, tuottajana ja kirjoittavana toimittajana Suomessa ja ulkomailla. Ignatius on työskennellyt muun muassa Radio Novassa, Sävelradiossa ja MTV3-kanavalla esitetyssä nuorten iltapäiväohjelmassa Jyrkissä. Tällä hetkellä Ignatius työskentelee SubTV:llä isäntänä ja hänen tehtäviinsä kuuluu monipuolinen sisällöntuotanto niin tv-kanavalle kuin erilaisiin sosiaalisen median kanaviin. Ignatiuksen intohimona on populaarikulttuuri. Ignatiuksen kanssa keskustelimme Haaga-Helian Pasilan toimipisteen tiloissa.

Kolmas haastateltavistani oli Tuomo Björksten. Björksten keskittyy nykyisessä työssään videokerrontaan ja videoaiheiden tuomiseen Ylen uutisvirtaan. Björksten on työskennellyt Yleisradiossa vuodesta 2013. Uutisten lisäksi hän on ollut mukana tekemässä Kioskia. Ennen Yleä hän työskenteli muun muassa Aamulehdessä. Vapaa-ajallaan Björksten kuvaa luontoa. Tunsin hänen luontokuviaan ennen kuin tiesin hänen työskentelevän myös videotoimittajana. Haastattelin Björkstenin tätä työtä varten puhelimitse.

Kysymyksiä oli aluksi todella runsaasti. Haastatteluja tehdessä kuitenkin huomasin, että osa kysymyksistä toisti itseään. Lisäksi osaan sain vastauksen toisen kysymyksen yhteydessä, joten aihetta oli turha käsitellä enempää. Vastaavasti esitin tarvittaessa lisäkysymyksiä ohi kysymysrungon. Päädyinkin siis kysymään osittain eri kysymyksiä eri henkilöiltä. Lopputuloksen kannalta tämä kuitenkin osoittautui hyväksi asiaksi. Haastateltavien erilaiset taustat sekä erilainen työnkuva täydensivät toisiaan. Vastausten perusteella pystyi luomaan kattavan käsityksen videotuotannossa huomioitavista asioista eri julkaisualueiden ja medioiden näkökulmasta.

3.4 Oppaan kokoaminen

Aloitin oppaan kokoamisen luomalla sille sisällysluettelon ja rungon. Olin ajatellut pitää haastattelukysymyksiä runkona, mutta totesin sen kuitenkin toimimattomaksi ratkaisuksi. Kysymykseni olivat suurimmaksi osaksi liian yleisluontoisia. Esimerkiksi havaitsin, etten ollut kysynyt ammattilaisilta tarpeeksi tarkkoja vinkkejä siihen, mihin kuvaamisen aikana tulee kiinnittää huomiota. Halusin sisällöstä konkreettisemmän, joten päädyin lisäämään alaotsikoita kysymysrunгон ohi.

Kirjoitin oppaan alkuun lyhyen johdannon ja esittelin haastateltavat. Sen jälkeen jaoin oppaan osiin. Määrittelin aluksi mikä on journalistinen video. Tämän jälkeen käsittelin mitä tulee ottaa huomioon ennen videon kuvaamista, sen aikana ja sen jälkeen. Tiivistin sisällön kannustaviin loppusanoihin. Laadin loppuun myös kysymyslistan, jonka avulla voi nopeasti huomioida kaikki tärkeät asiat.

Oppaan tekstissä päätin puhutella lukijaa suoraan. Yritin myös pitää tekstin mahdollisimman tiiviinä, lyhyenä ja yleiskielisenä vaikeaa termistöä välttämällä, jotta lukijan olisi helpompaa omaksua teksti. Lisäsin mukaan muutamia kuvia havainnollistamaan tekstiä.

Kirjallisina lähteinä oppaassa käytin *Tom Angin* kirjaa *Digivideo - kuvaajan käsikirja*, *Paul Bradshawnin* ja *Liisa Rohuman* teosta *The Online Journalism Handbook. Skills to survive and thrive in the digital age* sekä *Kurt Lancasterin* kirjaa *Video Journalism for the Web. A Practical Introduction to Documentary Storytelling*. Soveltuvien osien käytin hyödykseni myös *Kari Pirilän* ja *Erkki Kiven* tekemää, elokuvan kuvaamista käsittelevää kolmeosaista kirjasarjaa *Elävä kuva, elävä ääni: otos, leikkaus ja teos*.

4 Valmiin oppaan arviointi

Lähetin työn luettavaksi kolmelle aloittelevalle toimittajalle. Heistä kaksi, Nora Savolainen ja Emmi Tulokas ovat kuvanneet videoita aikaisemmin. Heli Selinillä ei ole aiheesta mitään kokemusta. Lisäksi lähetin oppaan luettavaksi haastatelluille toimittajille. Pyysin kaikilta kommentteja oppaasta sekä mahdollisia kehitysehdotuksia. Muokkasin lopullista opasta saamieni kommenttien valossa.

Testilukijat pitivät opasta perusteellisena, hyödyllisenä ja kiinnostavana. Lisäksi sen koettiin olevan selkeä ja riittävän konkreettinen. Lopussa olevaa kysymyslistaa pidettiin kattavana ja sen uskottiin palvelevan tarkoitustaan. Oppaalle uskottiin olevan tarvetta ja kysyntää, sillä video-osaajia on suhteessa melko vähän ja monet joutuvat lähtemään kuvaamaan kylmiltään.

Kehitysehdotuksena testilukijat pyysivät mainitsemaan muutaman yleisen editointiohjelman nimeltä, jotta heillä olisi käsitys edes ohjelmien nimistä. Myös videoiden alun suunnittelua pyydettiin korostamaan, sillä verkkovideoissa alku on olennaisempi kuin draaman kaaren mukaan rakennettu alku-keskikohta-loppu-tyylinen video. Lisäksi muutamia kielioipillisia seikkoja sekä vaikeita lauserakenteita pyydettiin korjaamaan.

4.1 Työn hyödynnettävyys

Opas on tehty aloittelevalle videotoimittajalle. Sen sisältämiä vinkkejä voidaan hyödyntää niin toimituksissa, freelancer-työskentelyssä kuin opetuksessakin. Olennaista kuitenkin olisi, että oppaan käyttäjällä olisi journalistiset perustaidot kuten faktan tarkistus ja haastattelutekniikat hallinnassa.

Työtä voidaan hyödyntää erityyppisiä videoita kuvatessa. Vinkit ovat helposti sovellettavissa niin uutisvideoihin kuin enemmän aikaa vaativiin toimitettuihin videoihinkin. Perusasiat sopivat pohjalle myös pidempiin dokumentaarisiin videoihin, vaikka ne kokonaisuutena vaativat enemmän pohdintaa, taiteellista näkemystä sekä teknistä osaamista. Oppaan avulla aloitteleva toimittaja pystyy kuitenkin suoriutumaan tavallisimpien verkkosivulla julkaistavien videoiden kuvaamisesta.

Oppaan lopussa olevan kysymyslistan avulla on helppo tarkistaa onko kaikki videon tekemiseen vaadittavat asiat tullut huomioitua. Kysymyslistaa käyttämällä ei tarvitse joka kerta kahlata koko opasta läpi. Lista on hyödyllinen apuväline etenkin kun on jo muutaman videon tehnyt, mutta kuvaamisesta ei vielä ole tullut rutiinia.

5 Pohdinta

Opinnäytetyöprosessin aikana opin runsaasti lisää videoiden tekemisestä. Vaikka kokemusta oli vähän jo entuudestaan, en ollut aiemmin lukenut aiheesta yhtä laajasti tai ymmärtänyt kuinka tiettyjä elementtejä voidaan hyödyntää journalistissa videoissa. Koen nyt olevani valmiimpi ideoimaan ja tekemään videoita, vaikka tekniset taidot vaativat vielä runsaasti hiomista.

Sain prosessin aikana myös lisää arvokasta kokemusta haastattelujen tekemisestä. Koen puhelimitse haastattelemisen edelleen vaikeampana kuin henkilön kanssa kasvokkain istumisen. Sähköpostitse haastattelemisen on helppoa, mutta ongelmallista lisäkysymysten kannalta. Koen kuitenkin saaneeni riittävän hyvät vastaukset työtäni ajatellen myös tällä metodilla.

Prosessin aikana opin tehokkaampaa ajankäyttöä, sillä varsinaisen työn tekemiseen minulle ei lopulta jäänyt aikaa niin paljon kuin suunnittelin. Otin kirjoittamiseen varsin tiukan linjan ja sovelsin erästä ajanhallinnan metodia. Varasin kalenterista päiviä, jolloin tein työtä kokonaisen työpäivän. Käytin hyödykseni ajastinta, johon laitoin kirjoitusajaksi 45 minuuttia, jonka jälkeen pidin 15 minuutin tauon. Tämä osoittautui ratkaisevaksi työn valmistamisen kannalta. Aion soveltaa vastaavaa työskentelytapaa työssäni jatkossakin.

Oppaan kokoaminen oli hitaampaa ja työläämpää kun osasin aavistaa. Etenkin haastattelujen litteroimiseen meni todella paljon aikaa. Litterointiin käyttämäni aika ei kuitenkaan mennyt hukkaan, sillä haastatteluja oli huomattavasti helpompi hyödyntää kirjallisesta muodosta kuin nauhaa uudelleen ja uudelleen kuuntelemalla.

Varsinaisen kokoamisen aloitin suunnitteleamalla rakenteen, jonka mukaan lähdin opasta työstämään. Alkuperäisenä ajatuksena oli tehdä tiivis ja pieni opaskirjanen. Työtä kirjoittaessa kuitenkin huomasin tiettyjen asioiden vaativan laajemman käsittelyn. Etenkin asiat, joihin tulee kiinnittää huomiota videon kuvaamisen aikana, osoittautuivat laajempaa käsittelyä vaativimmiksi. Esimerkiksi kuvakulmat ja valaistus olivat seikkoja, joita ei mielestäni voinut kertoa vain muutamalla lauseella.

Olen pääsääntöisesti tyytyväinen työhön, vaikka esimerkiksi kuvaamisen aikana huomioitaviin asioihin olisin voinut haastatteluissa keskittyä enemmän. Nyt keskustelin haastatteluvaiheiden kanssa paljon videoihin ja niiden tekemiseen liittyvistä aiheista, jotka sinällään olivat mielenkiintoisia, mutta eivät hyödyttäneet minua oppaan kokoamisessa. Uskon kuitenkin onnistuneeni tavoitteessani luoda opas aloittelevalle videotoimittajalle.

Tulevaisuudessa pystyn itsekin hyödyntämään luomaani opasta työssäni. Etenkin tarkastuslista jää varmasti käyttöön videoita tehdessä. Aion myös syventää osaamistani opiskelemalla kamera- ja editointitekniikkaa paremmin, jotta voin keskittyä entistä parempaan sisällöntuotantoon.

Lähteet:

Bradshaw, P. ja Rohumaa, L. 2011. The Online Journalism Handbook. Skills to survive and thrive in the digital age. London. Pearson.

Bricks, M. 2013. Journalism next, second edition. A practical Guide to Digital Reporting and Publishing. CG Press. USA.

Foust, JC, 2005. Online Journalism, Principles and Practices of News for the Web. Holcomb Hathaway Puplicshers, Arizona.

Jaakkola, M. 2013. Hyvä journalismi. Käytännön opas kirjoittajalle. Hansaprint Oy. Vantaa.

Lancaster, K. 2013. Video Journalism for the Web. A Practical Introduction to Documentary Storytelling. New York: Routledge.

Mäenpää, J. ja Männistö, A. 2009. Kun kaikki videoivat kaikkea – liikkuva sana sanomalehden sivuilla. Tampereen Yliopiston tiedotusopin laitos. Tampere

Pirilä, K. ja Kivi, E. 2008. Elävä kuva – elävä ääni, Toinen osa: Leikkaus. Helsinki. Like.

Viestintävirasto. Nopean laajakaistan saatavuus Suomessa. Luettavissa: <https://www.viestintavirasto.fi/tilastotjatutkimukset/tilastot/2013/nopeidenyhteyksiensaatavuus.html>. Luettu: 3.10.2016

YouTube. Tilastotiedot: Luettavissa: <https://www.youtube.com/yt/press/fi/statistics.html>. Luettu 7.11.2016

Liitteet:

Liite 1: Haastattelukysymykset

Kysymysrunko toimittajien haastatteluun:

Taustatiedot: nimi, ikä, koulutus, työhistoria pääpiirteittäin, nykyinen työnkuva

I Yleistä videosta

- Mikä on videoiden merkitys nykypäivän journalismissa?
- Mitä eettisiä kysymyksiä voi tulla vastaan?
- Milloin videon tekeminen on perusteltua?
- Mikä on tarinan merkitys videon tekemisessä?

II Työprosessi

a) ennen

- Miten lähdet liikkeelle? Eli mitä asioita on huomioitava ennen videon tekemistä?
- Kuinka usein pääsee toteuttamaan oman idean ja kuinka usein tilaaja määrää suunnan?
- Minkä verran suunnittelet ja käsikirjoitat tekemiäsi videoita?
- Millaista kalustoa itse käytät kuvatessasi videoita?
- Työnjako? Teetkö kaiken itse vai työryhmässä?

b) aikana

- Mitä asioita on huomioitava videon kuvaamisen aikana?
- Kuinka paljon ja miten ohjaat mahdollista haastateltavaa?
- Paljonko kuvaat materiaalia esimerkiksi 1,5minuutin videota varten?

c) jälkeen

- Mitä asioita on huomioitava videon jälkikäsittelyssä?
- Mitä ohjelmia käytät?
- Millaisia ongelmia saattaa tulla eteen jälkikäsittelyvaiheessa?
- Näytäkö valmiin videon mahdolliselle haastateltavalle ennen kuin video menee julkiseksi?
- Mitä tapahtuu ns. ylijäämämateriaalille?

III Videoiden tulevaisuus

- Millaisena näet videoiden aseman tulevaisuudessa?
- Miten videoiden tekeminen tulee muuttumaan nykyisestä?
- Lukijan videoiden osuus tulevaisuudessa? Kuinka vaikuttaa ammattilaisten työhön?

IV Vapaa sana

- Muita huomioita aiheeseen liittyen.

KIITOS VASTAUKSISTASI!!!

Opas aloittelevalla videotoimittajalle:

Näin teen onnistuneen videon



Kuva: Flickr /PACAF

Sisällysluettelo

1	Johdanto	1
2	Heitä haastateltiin.....	2
3	Mikä on journalistinen video?	3
4	Ennen videon kuvaamista	4
4.1	Kaikki alkaa ideasta	4
4.1.1	Videoiden taustatyöt ja käsikirjoittaminen.....	5
4.1.2	Videoiden eettiset kysymykset	6
4.2	Mitä käytännön asioita tulee ottaa huomioon?	7
4.2.1	Kuvauskalusto.....	7
4.2.2	Kuvauslupa	8
4.2.3	Kuvauspaikka.....	9
5	Videon kuvaamisen aikana	10
5.1	Materiaalin määrä	10
5.2	Ympäristön huomioiminen.....	10
5.3	Haastateltavan tai kohteen asettelu	11
5.4	Rajaus, erilaiset kuvakulmat ja kuvakoot.....	12
5.4.1	Kameran liikkeet	15
5.5	Valaistus	15
5.6	Ääni	16
5.7	Yllättävät tilanteet.....	17
6	Videon kuvaamisen jälkeen.....	19
6.1	Editointi	19
6.2	Julkaisu ja markkinointi	21
6.3	Palautteeseen reagoiminen.....	23
7	Lopuksi	24
	Liitteet.....	26
	Liite 1: Muistilista videon kuvaajalle – kysy itseltäsi nämä!	26

1 Johdanto

”Tee tästä aiheesta minuutin mittainen video, se julkaistaan iltpäivällä”, kuuluu esimiehen käsky aamupalaverissa. ”Video?!” Päässäni alkaa surista. Olen tehnyt muutaman videon opintoihin liittyen, mutta niistä on jo aikaa. Lisäksi silloin muutaman minuutin mittaisen videon tekemiseen oli varattu kokonainen yhdeksän viikon periodi. Tunnen kuinka epätoivo ja paniikki alkavat hiipiä hikikarpaloiden kohotessa otsalle. Kuinka ihmeessä saan tuotettua minkäänlaista teosta iltpäivään mennessä? Mitä minun pitää ottaa huomioon? Paljonko tarvitsen materiaalia? Miten työstitän sen videoksi?

Nämä olivat ensimmäisiä ajatuksia, jotka nousivat mieleen esimiehen sanojen kaikuessa korvissa. Toivoin, että työpöydälläni olisi ollut jonkinlainen manuaali, josta olisin voinut lukea mitä seikkoja pitää muistaa videoita tehdessä. Sellaista minulla ei kuitenkaan ollut, joten päätin tehdä sellaisen. Siksi käsissäsi on nyt opas aloittelevalle videotoimittajalle.

Jokaisessa toimituksessa on omat linjauksensa uutiskriteereille ja tarinankerrontatavoille. Toimituksissa on myös ohjeet sille, minkälaista materiaalia julkaistaan, mitä videoissa näytetään ja mitä ei näytetä. Käytössä on myös erilaisia laitteita ja ohjelmistoja. Täsmällisiä teknisiä vinkkejä editointiin tai kameran käyttöön tämä opas ei sisällä: ne löytyvät kunkin laitteen ja ohjelmiston käyttöohjeesta. Tässä oppaassa käsitellään videon tekemistä yleisellä tasolla. Olenkin ottanut tähän oppaaseen mukaan ne tavanomaiset seikat, jotka tulee muistaa ennen videon tekemistä, sen aikana ja sen jälkeen.

Opas koostuu teoriasta sekä kokeneiden ammattilaisten kommentteista. Kaikkea ei ole tarkoitus noudattaa kirjaimellisesti. Näiden ohjeiden avulla on kuitenkin helpompi lähteä työtämään videota ensimmäistä kertaa. Videoiden tekemisen nimittäin oppii parhaiten käytännössä, ja kokemuksen myötä varmuus omaan tekemiseen kasvaa. Haastattelemistani ammattilaisista Kristoffer Ignatius tiivistä asian hyvin:

*”Media-alalla tosi moni on itsekritiinen. Jos sä haluat menestyä toimittajana, sun status ei ole kiinni siitä hallitsetko sä jotain ohjelmaa täydellisesti. Pitää vaan lakata miettimästä sitä. Ne on eri tyypit, jotka n*** sitä pilkkua. Toimittajana sä et voi vaan jäädä jumittamaan ja miettimään, vaan sun täytyy vaan tehdä.”*

Helsingissä 7.11.2016

Anu Vaheristo

2 Heitä haastateltiin

Kuka? Anna Karatvuo

Työhistoria: Työskennellyt vuodesta 2005 tv- ja elokuvaajana, leikkaajana, editoijana sekä toimittajana muun muassa Aito Medialle, Live Nationille ja Yleisradiolle.

Tänään: Ollut vuodesta 2013 freelancer tv- ja elokuvaaja. Kuvaava tosi-tv:tä, reportaaseja ja dokumentteja Suomessa ja ulkomailla.

Tärkeää videoiden tekemisessä: *"Tarina on kaiken lähtökohta. Jos sinulla ei ole tarinaa, videosta ei voi tulla hyvää."*



Kuva: Anna Karatvuo

Kuka? Kristoffer Ignatius

Työhistoria: Työskennellyt media-alalla yli 15 vuotta. Toiminut radio- ja tv-juontajana, tuottajana ja toimittajana Radio Novassa, Sävelradiossa ja MTV3:n Jyrki-ohjelmassa. Lisäksi työskennellyt ulkomailla muun muassa Hollannissa.

Tänään: Isäntä SubTV:llä. Työhön kuuluu monipuolinen sisällöntuotanto eri alustoille sekä kanavan kehittäminen.

Tärkeää videoiden tekemisessä: *"Videon aloituskuva on älyttömän tärkeä asia! Aloituskuva vaikuttaa siihen katsohtaanko videota vai ei."*



Kuva: MTV

Kuka? Tuomo Björksten

Työhistoria: Työskennellyt toimittajana Aamulehdessä sekä vuodesta 2013 Yleisradiossa. Ylessä tehnyt muun muassa Uutisia sekä Kioskia.

Tänään: Keskittyy videokerrontaan Ylen uutisissa.

Tärkeää videoiden tekemisessä: *"Ensimmäinen asia on idean ja tavoitteen miettiminen, että se olisi mahdollisimman kirkas. Mitä videolla haetaan? Miksi tämä tehdään? Näitä kysymyksiä ei voi kysyä liian monta kertaa."*



Kuva: Laura Pohjavirta/Yle

3 Mikä on journalistinen video?

Journalistisella videolla tarkoitetaan tässä työssä niitä videoita, jotka ovat toimittajien tekemiä. Niillä on tarkoitus välittää tietoa sekä kertoa katsojiin vetoavia tarinoita. Näillä tarinoilla on päähenkilö. Kerronnassa käytetään klassista draamankaarta, jossa on selkeä alku, keskikohta ja loppu. Tämän lisäksi käytetään muita kerronnan tapoja, joissa esimerkiksi videon alku korostuu.

Journalistisien videoiden asiasisällölle ominaisia ovat samat seikat kuin laadukkaalle journalistiselle sisällölle missä tahansa mediassa. Olennaisia asioita ovat faktojen paikkaansa pitävyys, asiallinen kieli sekä ajankohtaisuus. Sisällön on pyrittävä puolueettomuuteen sekä tasapuolisuuteen, eikä sitä voi käyttää vain jonkin tietyn väestöryhmän äänen esiintuomiseksi. Journalistisen toiminnan on oltava itsenäistä ja läpinäkyvää, jotta yleisö voi arvioida onko se luottamuksen arvoista. Lisäksi sisältöä on pohdittu myös eettiseltä kannalta. Se on myös linjassa julkaisumedian muun sisällön kanssa.

Journalistisen videon vahvuus on sen todistusvoimaisuudessa. Vaikka liikkuvaa kuvaa ja ääntä voidaan manipuloida siinä missä tekstiäkin, videota pidetään usein luotettavampana. Lisäksi videot havainnollistavat esimerkiksi tunteita paremmin kuin pelkkä teksti tai perinteinen valokuva. Videolla on myös helpompi näyttää mitä joku on jossain tilanteessa sanonut tai tehnyt.

Videoita tehdään erilaisiin tarkoituksiin. Yleisimpiä ovat suorat, leikkaamattomat noin minuutin mittaiset uutistaltioinnit. Esimerkkinä näistä voidaan mainita poliitikkojen haastattelut Eduskuntatalolla. Seuraavaksi eniten tehdään yhden tai kahden toimittajan työstämiä, kevyesti leikattuja uutisjuttuja. Näitä tehdään muun muassa erilaisista tapahtumista kuten mielenosoituksista. Näille juttukeikoille lähdetään usein nopeassa aikataulussa eikä videon lopulliseen työstämiseen ole paljon aikaa ennen julkaisua.

Kolmas videotyyppi ovat toimitetut jutut, jotka voidaan jakaa edelleen toimitettuihin uutisiin, henkilöjuttuihin, feature-juttuihin ja audiovisuaalisiin esityksiin. Video sopii hyvin tämän tyyppisten aiheiden esittämiseen. Tällaisten videoiden tekemiseen on usein enemmän aikaa ja näin ollen sisältöäkin ehditään pohtia tarkemmin. Lisäksi jälkitöihin voidaan käyttää enemmän aikaa.

Tässä työssä journalistisesta videosta puhuttaessa käytetään yleisnimitystä video. Oppaassa esitetyt vinkkejä voidaan hyödyntää soveltaen, oli videon aihe tai kuvaukseen käytettävä väline mikä tahansa.

4 Ennen videon kuvaamista

4.1 Kaikki alkaa ideasta

Videon tekeminen alkaa aina ideasta. Kun idea on syntynyt, pitää aina miettiä mihin tarkoitukseen video tulee ja mitä sillä halutaan sanoa.

Tuomo Björkstén: "Ensimmäinen asia on idean ja tavoitteen miettiminen, että ne olisivat mahdollisimman kirkkaat. Mitä videolla haetaan? Miksi tämä tehdään? Näitä kysymyksiä ei voi kysyä liian monta kertaa."

Kristoffer Ignatius: "Videota tehtäessä pitää aina miettiä, että onko video oikeasti sellainen, että se kiinnostaa porukkaa. Kantaako juttu sen? Kannattaako oikeasti käyttää aikaa siihen, että tekee videon vai olisiko parempi vain ottaa ääni ja valokuva ihan perinteisesti? Mieti aina lukisitko itse tai klikkaisitko auki?"

Videoiden aiheet kumpuavat usein arkipäivän elämästä. Aihe ei vielä itsessään ole juoni tai tarina, vaan havainto. Etsi ja valitse sellainen aihe, josta voit kertoa tarinan. Tarina voi koskettaa yksittäistä ihmistä tai olla laajempi kokonaisuus tai ilmiö. Tarina voi olla iloinen, surullinen tai humoristinen. Se voi laittaa ajattelemaan, herättää innostusta, aiheuttaa ahaa-elämyksiä tai auttaa oppimaan.

Anna Karatvuo: "Tarina on kaiken lähtökohta. Jos sinulla ei ole tarinaa, videosta ei voi tulla hyvää."

Tarina on helpointa kertoa ihmisen kautta. Päähenkilö on jokaisen tarinan sydän. Kertomalla tarinaa henkilön kautta asia tulee konkreettisemmaksi vastaanottajalle. Päähenkilöksi kannattaa valita tavallinen ihminen, sillä asiantuntija saattaa jäädä kommentteineen katsojalle etäiseksi. Näin etenkin silloin kun käsitellään vakavia ja vaikeita aiheita.

Tarinan kiinnostavuus rakentuu päähenkilön toiminnan ympärille. Päähenkilöllä tulisi olla jokin asia, jota hän haluaa. Esimerkiksi tarinan päähenkilö voi olla maahanmuuttaja, joka haluaa saada perheensä Suomeen. Päähenkilön tulisi tavoitella halunsa kohdetta. Älä vain kerro miten, vaan näytä asia päähenkilön toiminnan kautta. Tämä luo tarinaan jännitettä ja kuljettaa sitä eteenpäin.

Perinteisessä draamankaarella aiheen esittelyn ja katsojan koukuttamisen jälkeen kerrotaan ristiriita tai ongelma. Esimerkiksi tarinan maahanmuuttajan tavoitteesta perheensä yhdistämiseksi tekee kiinnostavan ne ongelmat, joita päähenkilö kohtaa. Nämä voidaan

kertoa eri tavoin kuten viranomaisten tai perheen yhdistämistä vastustavien henkilöiden kautta. Näin tarinaan saadaan myös vastakkaista näkökulmaa. Tarina huipentuu kliimaksiin, eli lopussa kerrotaan kuinka päähenkilön tavoitteissa käy: saako hän perheensä Suomeen vai ei.

Tarinan ei aina tarvitse olla draaman kaaren mukainen. Etenkin verkkovideoissa videon alku on tärkein.

Anna Karatvuo: "Tarinan ei tarvitse aina olla perinteinen aristoteleellinen alku-keskikohta-loppu mallinen, mutta sen on oltava kokonaisuus, josta perusajatus käy selkeästi ilmi.

Kun videon tarina ja päähenkilö ovat selvillä, tiivistä koko videon idea yhteen lauseeseen ja kirjoita se ylös. Näin se mitä olet tekemässä, pysyy kirkkaana mielessä työprosessin läpi. Esimerkiksitapauksessa se voisi olla näin: maahanmuuttaja yrittää saada perheensä Suomeen, mutta kohtaa vastustusta niin viranomaisten kuin kantaväestönkin taholta.

4.1.1 Videoiden taustatyöt ja käsikirjoittaminen

Ennen kuin lähdet kuvaamaan, tutustu aiheeseen syvemmin. Tarinan ja päähenkilön löydyttyä mieti mitä tiedät aiheesta ja mitä pitää selvittää? Katso myös minkälaisia videoita aiheesta on aikaisemmin tehty ja mitä uutta voisit tuoda aiheeseen.

Kokematonta videotoimittajaa käsikirjoituksen tekeminen helpottaa. Käsikirjoituksen voi pohtia suuntaa antavasti omassa mielessä, kirjoittaa tarkasti ylös kuvakulmia myöten tai listata ajatukset ranskalaisin viivoin. Jos työskentelet työparin kanssa, keskustelkaa videon rakenne ja tavoitteet läpi, jotta olette yhtä mieltä siitä mitä olette tekemässä. Erilaisia toimintatapoja kannattaa kokeilla ja valita niistä itselle sopiva. Olennaista on kuitenkin, että on koko ajan selvää mitä olet tekemässä.

Tuomo Björksten: "Mun projekteissa korostuu hyvin paljon ennalta käsikirjoittaminen. Eli keikalle ei lähdetä summamutikassa ja katsota mitä sieltä tulee, vaan etukäteen mietitään sitä mitä lähdetään hakemaan. Teen myös jonkin verran kuvakäsikirjoituksia etukäteen: mistä kuvakulmasta kuvataan ja mitä kuvissa tapahtuu. Kentällä sitten katsotaan voiko kaiken toteuttaa. Aina ei voi, mutta se on kuitenkin parempi lähtökohta kuin se, että mennään vaan kohteeseen ja sitten fiilispohjalta heitellään jotain."

Anna Karatvuo: ”En käytännössä koskaan tee kuvakäsikirjoituksia, mutta saatan listata aiheita tai kuvauskohteita paperille, jotta en unohda niitä. Kuvaustyylini on hyvin realistinen ja kuvat syntyvät pääasiassa kuvaustilanteessa. Kuvaustyö on jatkuva ja työläs ajatusprosessi, jossa luodaan koko ajan uusia ennako-oletuksia siitä, mitä seuraavaksi tapahtuu ja miten nuo tilanteet voisi vangita. On tavallaan pysyttävä koko ajan viisi askelta tapahtumien edellä.”

Kristoffer Ignatius: ”Ei videoita nykyään kerkeä käsikirjoittaa. Osa toki tarvitsee sellaisen [käsikirjoituksen], mutta nyt mennään niin nopeasti, että ei hirveästi kerkeä käsikirjoittamaan. Jos mulla on joku artistihaastattelu, pyörittelen mielessäni asioita, mitä mä voisin tehdä ja mietin mistä otan kuvituskuva. Teen ranskalaisia viivoja korkeintaan itselleni. Jos on haastattelu englanniksi jostain tunnetusta henkilöstä, niin silloin mietin tarkemmin. Tässäkin kokemus kasvaa työviikkojen, -kuukausien ja -vuosien aikana. Eli sitä oppii näkemään mitä voi tehdä jossakin paikassa.”

4.1.2 Videoiden eettiset kysymykset

Videoiden tekemiseen pätee sama journalismin etiikka kuin kaikkeen muuhun laadukkaaseen journalismiin. Eettisiä kysymyksiä ovat muun muassa ketä ja mitä videolla esiintyy? Mitä julkaistaan ja mitä ei? Onko jollekin taholle mahdollisesti vahingollisen materiaalin julkaisu perusteltua? Mitä videolla halutaan todistaa? Ovatko kuvausluvut kunnossa? Kuka omistaa videomateriaalin oikeudet?

Anna Karatvuo: ”Mitä julkaistaan ja mitä ei? Tätä tulee pohdittua usein ulkomailta tulevan sotavideomateriaalin kanssa. Entä onko videossa lapsia? Paljon näytetään kehitysmaissa kuvattuja kuvia kärsivistä lapsista. Heillä itsellään ei ole tietoa, että heidän kasvonsa leviävät maailmalla ja yhdistyvät ainoastaan tietynlaiseen köyhyydestä ja kurjuudesta kertovaan viestiin. Onko tämä oikein?”

Tuomo Björksten: ”Aina on kysyttävä kysymys: tietääkö tämä henkilö mitä se on tekemässä. Olen tehnyt videoita hyvinkin arkaluontoisista aiheista. Esimerkkinä tulee mieleen video missä raiskattu nainen kertoi omalla nimellään ja kasvoillaan tarinansa. Siinä täytyy olla aika herkkänä sen suhteen, että tietäähän haastateltava ihan tarkkaan mitä se tarkoittaa, että hän on tässä omilla kasvoillaan.”

Journalistin ohjeet löytyvät osoitteesta http://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/

4.2 Mitä käytännön asioita tulee ottaa huomioon?

4.2.1 Kuvauskalusto

Kun videon idea on jalostettu tarinaksi ja tiedetään mitä tavoitellaan, on syytä miettiä käytäntöä. Ensimmäinen asia on luonnollisesti kuvauskalusto. Laitteet vaihtelevat suuresti eri toimitusten kesken, joten tutustu työpaikassasi käytettävissä oleviin välineisiin.

Anna Karatvuo: ”Vaikka aina puhutaan sisällön merkityksestä, on tosiasia, että videon tekemiseen vaikuttaa suuresti käytössä oleva tekniikka. Kehitys on nopeaa, enkä ihmettelisi lainkaan jos pian jo katsomme uutisemme 3D:nä. Tämä kaikki tietysti vaikuttaa itse tekoprosessiin. Videon tekijän on oltava kiinnostunut alansa tekniikasta ja pysyttävä kehityksen mukana.”

Joissain toimituksissa videoiden tekemiseen käytetään perinteisiä isoja video- ja tv-kameroita. Näin etenkin silloin kun kuvataan koko video studiossa. Enimmäkseen kuitenkin suositaan kevyempää kalustoa kuten järjestelmäkameroita sekä mobiililaitteita, sillä ne tuottavat nykyisin erittäin hyvää videojälkeä. Etenkin nopeasti juttukeikalle lähdeettäessä kevyempi kalusto on helpompi ottaa mukaan. Tarvittaessa voi käyttää myös erilaisia erikoiskameroita, kuten GoProta.

Kristoffer Ignatius: ”Nykyään älypuhelimet on rakennettu niin hyväksi viihdepaketeiksi, ettei enää tarvitse mitään ihmeellisiä nauhureita. Esim. iPhoneissa on tehokkaat nauhurit ja todella hyvät videot. Tässä korostuu myös nopeus, kun juttu pitää lähettää nopeasti toimitukseen eteenpäin verkkotyypeille tai postata video sellaisenaan eteenpäin.”

Tuomo Björksten: ”En tee mobiilivideoita ollenkaan. Mielestäni mobiili- eli kännykkävideo on hyvin rajoittuneeseen käyttöön tarkoitettu työkalu. Se toimii parhaiten tilanteissa, joissa tapahtuu äkillinen uutinen, joka pitää tallentaa. Mobiili on siihen hyvä. Mutta se sopii aika huonosti näihin mun projekteihin, joissa kerrotaan eläviä tarinoita. Tarvitsen niihin hieman järeämpää kalustoa.”

Jotkin asiat pätevät kaikkiin laitteisiin. Esimerkiksi peruskuvauksen käynnistämiseksi harvoin tarvitsee muuta kuin laittaa virta päälle ja painaa tallennusnappia. Tarkempien nippeleiden ja lisälaitteiden opettelu pitää tehdä laitekohtaisesti käytännön harjoittelun kautta, ja ohjekirjaan tutustumalla.

Olipa laite millainen tahansa, liikaa ei voi korostaa yhtä perusasiaa: **tarkista aina, että kamerassa ja vara-akussa on riittävästi virtaa ja muistikortilla tilaa!**

Erilaisia apuvälineitä on hyvä käyttää tarvittaessa. Kuvanvakaajat ja kolmijalka ovat näistä yleisimpiä. Ne poistavat värinän kuvasta. Vakaa kuva luo videoon ammattimaisen vaikutelman.

4.2.2 Kuvauslupa

Ennen videon kuvaamista muistuta mieleen ketä saa kuvata ja missä saa kuvata.

Kysy kuvattavalta aina lupa sekä kuvaamiseen että julkaisemiseen. Ketään ei saa kuvata ilman suostumusta. Toki poikkeuksena ovat julkista tehtävää suorittavat henkilöt kuten poliitikot. Muista, että kotirauhaa ei saa rikkoa edes julkisuuden henkilöltä. Kotirauhan piiriin kuuluvat myös kotiin rinnastettavat tilat kuten hotellihuoneet.

Erityisen tarkkana tulee olla alle 18-vuotiaita kuvattaessa. Lapsen kuvaamiseen on aina kysyttävä lupa myös vanhemmilta tai huoltajalta.

Julkisilla paikoilla kuten kaduilla saa kuvata. Ravintoloissa, kauppakeskuksissa, konserteissa ja julkisissa liikennevälineissä saa kuvata, ellei tilan haltija ole sitä erikseen kieltänyt. Usein tällainen kieltö löytyy. Tällöin kuvauslupa tulee hankkia tilanhaltijalta ennakoon. Julkisella paikalla kuvatun aineiston julkaisemisessa tulee myös olla erityisen tarkka, sillä materiaali ei saa olla millään tavalla loukkaavaa tai aiheuttaa kohteelle vahinkoa.

Varminta on hankkia kuvauslupa kirjallisena. Tähän käyvät yhtäläillä erikseen laadittava sopimus tai sähköposti. Kuvaus- ja julkaisuluvan voi tallentaa myös kuvatessa ennen tai jälkeen varsinaisen kuvauksen.

4.2.3 Kuvauspaikka

Videon kuvaamisessa olennaista on myös paikka missä kuvataan. Videoita kuvataan harvoin studioympäristössä, ainakaan kokonaan. Kun kuvauspaikka on päätetty tai löydetty, kiinnitä huomiota seuraaviin asioihin:

- Jos kuvaat ulkona, millainen sää on? Onko mahdollisuutta siirtyä sisälle sateen yllättäessä?
- Millainen valaistus paikassa on? Tarvitsetko lisävaloa?
- Miten nauhoitat äänen? Onko paikassa taustamelua, joka vaikeuttaa tallentamista?
- Onko luvat kunnossa? Tarvitsetko kirjallisen luvan, jota voit näyttää esimerkiksi vartijalle tarvittaessa?
- Pystytkö kuljettamaan kuvauskaluston itse?
- Miten ja millä pääset paikanpäälle ja pois sieltä?
- Julkaisetko videon heti esimerkiksi sosiaalisessa mediassa? Millaiset verkkoyhteydet paikassa on?

5 Videon kuvaamisen aikana

5.1 Materiaalin määrä

Kaikki olennaiset kohteet on kuvattava ja äänitettävä, jotta ne olisivat mukana lopullisessa teoksessa. Usein tämä on tehtävä kerralla eikä mahdollisuutta uusintaottoihin ole. Ennakkomiettiminen auttaa kuvaamisessa: näin tärkeitä juttuja ei pääse jäämään pois. Jos arvokas hetki menee ohi, on video vain työstettävä ilman sitä. Lavastaminen on harvoin hyvä ratkaisu.

Tärkeimpiä ovat alku ja loppu. Se mitä videon keskiosassa näytetään, on helpompaa. Alku määrittää sen kiinnostuuko katsoja videosta ja jaksako hän katsoa sen loppuun saakka. Pyri siis saamaan kiinnostavaa aloituskuvaa!

Materiaalia kannattaa kuvata reilusti, etenkin jos kyseessä on video, jonka editoimiseen on varattu aikaa. Lisäksi jo kuvatessa kannattaa miettiä otoksia editoinnin kannalta: anna kameran käydä muutama sekunti ennen varsinaiseen asiaan siirtymistä ja sen jälkeen. Nämä ”hännät” helpottavat videon leikkaamista myöhemmin.

Anna Karatvuo: ”Olen aina ollut ”filmin tuhlaaja”. 1,5-2 minuutin uutisklippiin materiaalia kertyy normaalisti 35-40 minuuttia, joskus jopa tunti, mutta tuskin koskaan alle 20 minuuttia.”

Joskus aiheen kertomiseen riittää muutama lyhyt otos.

Kristoffer Ignatius: ”Lyhyet noin 10 sekunnin videot voivat toimia miljoona kertaa paremmin kuin pitkät. Esimerkiksi onnettomuuspaikalta otat snäppejä [SnapChat-video] tai videoita tapahtuneesta ja that’s it.”

5.2 Ympäristön huomioiminen

Mieti, mikä on kaikkein paras ympäristö kuvaamiseen itsesi kannalta sekä kuvattavan kannalta. Kuvaaminen ei saa häiriintyä ympäristössä tapahtuvista asioista. Yritä etsiä mielenkiintoinen tausta, mutta kuitenkin sellainen, että katsojan huomio keskittyy kohteeseen eikä taustan tapahtumiin.

Joskus ympäristössä saattaa tapahtua jotain hallitsematonta tai yllättävää. Silmät on pidettävä jatkuvasti auki, jotta tilanteeseen voi reagoida sen vaatimalla tavalla. Joskus tylsäkin juttukeikka saattaa muuttua kuumaksi uutisjutuksi. Tärkeintä on toimia nopeasti, jotta saat jutun ensimmäisenä ulos.

Kristoffer Ignatius: ”Jos on joku breaking news, lataa video sinne [sosiaaliseen mediaan tai toimituksen sivuille] ja laita siihen otsikko ja lisää tekstiä myöhemmin. Vie se video ensin kaikkiin väyliin. Sit palaat johonkin ja alat kirjoittaa lisää aiheesta ja lisää tagejä yms. Kunhan saat sen ekana ulos.”

5.3 Haastateltavan tai kohteen asettelu

Kohde ja huomiopiste sulautuvat usein yhteen. Kuvatessa onkin mietittävä kuinka haastateltavan tai kohteen asettelee kuvaan. Hyvänä ohjenuorana toimii valokuvauksesta tuttu kolmanneksen sääntö, jossa kuva jaetaan yhdeksään yhtä suureen osaan pysty- ja vaakasuorassa. Kuvan neljälle risteyskohdalle asetetaan ne asiat, jotka ovat kuvassa tärkeitä.



Kuva 1: Kolmanneksen sääntö (© Anu Vaheristo)

Esitä haastateltava tai kohde aina hänelle edullisimmasta kuvakulmasta. Kohdetta ei kannata sijoittaa keskelle kuvaa. Kohteen yläpuolelle tulisi jättää riittävästi tilaa, jottei näytä siltä, että hänet tai se on tungettu kuvaan väkisin. Mikäli haastateltava henkilöä lähikuvassa, aseta silmät horisontin tasalle. Lisäksi asettele haastateltava niin ettei hän tuijota suoraan kameraan. Hieman sivusta otettu kuvaa vähentää hyökkäävyyden vaikutelmaa.

Kristoffer Ignatius: ”Haastateltaessa ei ole mitään järkeä lähteä kuvaamaan ensin seinää ja sitten vasta haastateltavaa. Sellainen on ihan karseeta.”

Haastateltavat tarvitsevat toisinaan myös ohjausta. Etenkin jos henkilö ei ole tottunut esiintymään kameran edessä. Mieti kuitenkin minkä verran ohjaat haastateltavaa: olennaista on kuitenkin se mitä hän sanoo, ei täydellisen asennon hakeminen.

Anna Karatvuori: ”Haastattelutilanne on aina hyvin herkkä, oli haastateltava tottunut kameraan tai ei. Videon kannalta määritän usein haastateltavan paikan valaistuksen ja äänitaustan mukaisesti sekä pyrin sijoittamaan haastateltavan aiheeseen liittyvään paikkaan. Pitkiä haastatteluja varten haastateltavat on syytä sijoittaa istumaan

mukavasti, sillä väsyminen näkyy nopeasti kamerassa epämääräisenä liikehdintänä. Kuvaajana pyrin ohjaamaan haastateltavaa mahdollisimman vähän, jotta hän ohjeiden pohtimisen sijaan keskittyisi vastaustensa sisältöön. Haastattelijana toki ohjaan haastattelun kulkua, joskus hyvinkin tarkasti. Tämä on täysin tapauskohtaista.”

5.4 Rajaus, erilaiset kuvakulmat ja kuvakoot

Rajauksella määritellään mitä katsojalle tuodaan nähtäväksi ja mitä jää ulkopuolelle. Rajauksella voidaan yhtä lailla välittää tietoa kuin pimittää sitä. Rajaa kuvaan aina aiheen kannalta olennainen asia ja jätä ylimääräinen ”kiva” ulkopuolelle.

Kuvakulmat ja erilaiset kuvakoot ovat videon peruselementtejä. Eri kuvakulmien ja -kokojen käyttö paitsi elävöittää videota, myös luo katsojalle tunteen kohteen tai aiheen läheisyydestä tai kaukaisuudesta.

Jo kolmella erilaisella kuvakoolla saadaan aikaan vaihtelua. Ennen kuin alkaa opetella vaikeampia kamera-ajoja, tulee hallita peruskuvakulmat: laajakuva, puolikuva ja lähikuva.



Kuva 2. Laajakuva (© Anu Vaheristo)

Laaja kokokuva (LKK) näyttää katsojalle ympäristön ja kertoo missä ollaan.



Kuva 3. Puolikuva (© Anu Vaheristo)

Puolikuvassa (PK) kohteet tulevat lähemmäs ja ovat tunnistettavissa. Ympäristö ei ole enää niin merkittävässä asemassa. Ihmiset rajataan navan kohdalta.



Kuva 4. Lähikuva (© Anu Vaheristo)

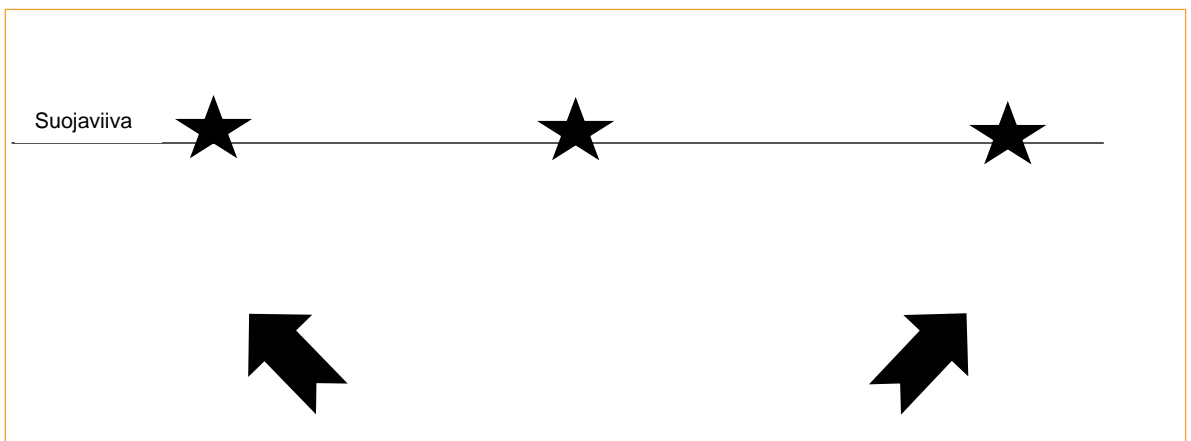
Lähikuva (LK) esittelee kohteen tai henkilön tarkemmin ja tuo sen lähelle katsojaa. Ihminen rajattaisiin hartioista passikuvamaisesti. Lähikuva vahvistaa katsojan kokemusta intiimiydestä.

Näiden kolmen peruskuvakoon lisäksi voi käyttää seuraavia kuvakulmia:

- **Yleiskuva (YK):** Esittelee tapahtuma-alueen laajasti. Ympäristö on tärkeässä osassa ja kohteet toisarvoisia. Käytetään johdanto- ja ylimenokuvana sekä ilmaistamaan yksinäisyyttä.
- **Kokokuva (KK):** Käsitys tapahtumapaikasta vahvistuu. Kohteiden asemat ja liikkeet tulevat esille ja kohde näkyy kokonaan. Ympäristöllä on edelleen merkitystä.
- **Laaja Puolikuva (LPK):** Kuvassa olevat henkilöt rajataan reiden puolivälistä (ei koskaan niveltä kohdalta). Ympäristö ja kohteet ovat tasavertaisessa asemassa.
- **Puolilähikuva (PLK):** Ympäristöä voidaan vielä jonkin verran hahmottaa, mutta pääasiassa ovat ihmiset/kohde. Rajaus tapahtuu kainalon alapuolelta. Ilmeet ovat hyvin esillä. Tyypillinen kuvakoko uutisia luettaessa.
- **Erikoislähikuva (ELK):** Kuvataan yksityiskohtia todella läheltä. Oikein käytettynä erittäin tehokas.

Oleennaista on kuitenkin vaihtelu. Kuvaa kohdetta ja ympäristöä eri kuvakulmista sekä eri koossa. Näin saat luotua videoon uusia, raikkaita näkökulmia. Yleensä kuvataan ihmisen silmän korkeudelta. Alaviistosta kuvatessa kohteen suuruus ja ylevyys korostuvat, kun taas ylhäältä päin kuvatessa kohde saadaan näyttämään pieneltä tai jopa alistetulta.

Muista kuitenkin, että asiasisältö ja siihen liittyvä toiminta määräävät millaisia kuvakulmia käytetään. Kuvakulmien tulisikin aina olla linjassa videon tyylin kanssa, sillä huonosti harjitut kuvakulmat saavat aikaan sekavan vaikutelman. Pahimmillaan katsoja ei enää ymmärrä ajan ja paikan yhteyttä. Näin tapahtuu etenkin jos suojavaivi rikkoontuu. Liike tulisikin aina kuvata samalta puolelta kahden pisteen väliin kuviteltua suojavaivaa.



Kuva 5. Jos halutaan liikkeen jatkuvan samana kuvasta toiseen, on perättäiset otokset kuvattava suojavaivan samalta puolelta.

5.4.1 Kameran liikkeet

Kameran liike vaikuttaa paljon katselukokemukseen. Kuvatessa on hyvä käyttää jalustaa tai kameraan kiinnitettävää kameran vakainta. Jos olet tilassa, jossa jalustan kaikkia jalakoja ei saa tai pysty levittämään, vedä kaikki jalat yhdeksi jalaksi. Sekin on usein parempi kuin pelkältä käsivaralta kuvaaminen. Tärinä nimittäin luo videosta helposti amatöörimäisen vaikutelman sekä häiritsee katsojakokemusta.

Somevideoissa on tämän päivän trendinä ympäristössä kävelevä, itseään kuvaava toimittaja, joka puhuu spiikkiä kameralle samaan aikaan. Liikaa liikettä kuitenkin kannattaa välttää, jollei tavoittele sillä tiettyä tehostevaikutusta. Myös zoomia on hyvä käyttää harkiten. On parempi siirtyä kohteen lähelle portaittain. Kun kävelet lähemmäs kohdetta, saat kuvakoon muuttumaan tiiviimmäksi ja intensiteetin kasvamaan. Kun peruutat, saat kuvakulmaa laajemmaksi. Samalla kohteen energia vapautuu ja muuttuu kevyemmäksi.

Jos kuvaat käsivaralta käytä kameraa liikuttaessa koko vartaloa hyväksi: jos panoroit eli pannaat eli kuvaat vasemmalta oikealle tai päinvastoin, käytä kameran kääntämiseen apuna liikettä, joka lähtee lantiosta pelkkien käsien sijaan. Samoin jos tiltaat eli liikutat kameraa pystysuunnassa ylös tai alas, käytä hyväksesi myös jalkoja pelkkien käsien sijaan.

5.5 Valaistus

Useimmat kamerat ovat nykyään niin valoherkkiä, että ne tallentavat automaattisesti kaiken oikean sävyisenä ja värisenä. Aloittelevan videokuvaajan kannattaakin käyttää kameran automaattiasetuksia. On kuitenkin hyvä tietää muutamia perusasioita valaistuksesta.

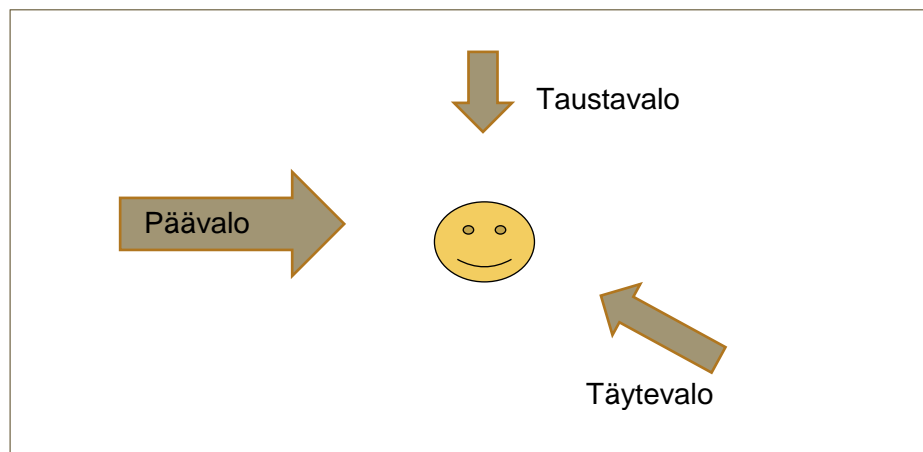
Eri valonlähteistä tuleva valo on erilaista värilämpötiloista johtuen. Luonnonvalo ja keinovalo ovat siis sävyiltään erilaisia. Valon väri ilmaistaan kelvinasteissa (K): luonnonvalon lämpötila on keskimäärin 5600 K ja keinovalon 3200 K. Mitä pienempi värilämpötila, sitä keltaisempi tai punaisempi on valon väri. Värilämpötilan noustessa valo muuttuu punaisen ja oranssin kautta valkoisesta vaaleansiniseen ja lopulta tummansiniseen.

Valon suuntaan tulee kiinnittää huomiota. Valon suunta dramatisoi, tuo esille, häivyttää tai korostaa kohdetta. Ylhäältä tuleva valo jäljittelee auringonpaistetta ja näyttää usein siksi luonnollisimmalta. Alhaalta tuleva valo puolestaan luo vaikutelman jostain vieraasta ja tuntemattomasta. Kun valo tulee kohteeseen edestäpäin eli toisin sanoen kameran takaa, nä-

kyy kohde selkeimmin kaikkine yksityiskohtineen. Jos valo taas tulee kohteen takaa, näkyy se kamerassa varjokuvana, eikä yksityiskohtia voi erottaa. Sivulta tuleva valo puolestaan korostaa kohteen niitä piirteitä, joihin valo osuu.

Videot voidaan kuvata pelkällä vallitsevalla valolla. Näin toimitaankin useimmilla juttukeikoilla. Tarvittaessa kohteen valaisemiseen voidaan käyttää erilaisia lamppuja ja heijastimia. Lisävalo voidaan kiinnittää suoraan kameraan. Tämä on kuitenkin usein huono ratkaisu, sillä se valaisee kohteen liian räikeästi ja saa sen pomppaamaan ympäristöstä. Lisävalo kameraan kiinnitettynä saattaa kuitenkin olla toimiva ratkaisu vaikeissa olosuhteissa, joissa valaistusta ei voida toteuttaa muuten.

Videokuvauksessa perusratkaisu kohteen valaisemiseen on niin sanottu kolmipistevalaisu. Tätä käytetään erityisesti studiossa ja henkilöhaastatteluja tehdessä. Siinä päävalolla tehdään yleisvalaistus, täytevalolla vähennetään varjoja ja taustavalolla kohde erotetaan taustasta. Tähän voidaan käyttää tilassa esimerkiksi jonkun kotona olemassa olevia valoja tai erityisiä LED-valoja.



Kuva 6. Kolmipistevalaisu

5.6 Ääni

Videoissa visuaalinen puoli on tärkeää, mutta yhtä tärkeää on ääni. Hyvä ääni on erottamaton osa videota ja sen katsomiskokemusta. Mikäli videossa on huono ääni, informaatio voi jäädä piiloon. Katsoja saattaa myös jättää videon katsomatta heikon äänenlaadun takia.

Journalistisessa videossa usein olennaisinta on puheääni. Puheäänestä on saatava selvää, vaikka katsoja ei ymmärtäisi haastateltavan kieltä. Äänen sävyistä ja intonaatioista

katsoja voi kuitenkin päätellä paljon. Taustamelu on pyrittävä minimoimaan ja ääni pitämään tasaisena koko ajan. Helpointa puheääni on nauhoittaa erilaisilla mikrofoneilla.

Kameroissa on yleensä valmiina mikrofonit. Näiden äänenlaatu on harvoin riittävän hyvä etenkin haastattelutilanteessa. Ne myös tallentavat kaiken hälyäänen ympäristöstä. Siksi on parempi käyttää kameraan liitettävää mikrofonia.

Etenkin uutiskeikoilla käytetään käsimikrofonia, joka suunnataan puhujaa kohti. Osa näistä mikrofoneista on langattomia, osa kiinnitetään kameraan piuhalla. Piuha saattaa joskus heiluessaan aiheuttaa ”kolinaa” videolle. Kun käsimikrofonia käyttää ulkona, kannattaa käyttää karvaista tuulisuojaa. Tämä minimoi tuulesta johtuvia häiriöääniä. Kiinnitä huomiota siihen, ettei mikrofoni peitä kuvassa puhujan suuta. Suuntaa se puhujaa kohden alaviistosta ja pidä se noin 20 senttimetrin päässä puhujan leuasta. Näin saadaan puhe tallennettua parhaiten.

Henkilöhaastatteluja tehdessä käytetään paljon langattomia nappimikkejä. Nämä ovat kooltaan huomaamattomia ja tallentavat hyvin puheääntä, mutta myös ympäristöstä kuuluvat äänet. Haastateltavaa kannattaakin pyytää riisumaan esimerkiksi helisevät korvakorut, joista lähtevä ääni saattaa häiritä puhetta.

Anna Karatvuori: ”Viime vuodet olen kuvannut pääasiassa järjestelmäkameralla. Äänitystä varten olen hankkinut kameraan pienen mikserin. Yleismikrofonina kamerassa käytän Roden NGT-1:stä, mutta suurimman osan äänistä äänitän nappimikkeillä. Siis haastattelujen lisäksi taustat ja kohtausäänet tulevat usein napeista. Joskus apuna on äänimies ja se helpottaa urakkaa suuresti.”

Kuvatessa äänenlaatua tulee tarkkailla kokoajan. Helpointa se on kun käyttää kameraan kytkettyjä kuulokkeita samalla kuin kuvaa. Aina tämä ei kuitenkaan ole mahdollista. Silloin on vain luotettava siihen, että äänen saa tallennettua.

Videon voi tehdä myöhemmin spiikin tai voice overin, jos vaikuttaa siltä, ettei alkuperäinen nauhoitettu ääni ole jostain syystä toimiva. Kannattaa kuitenkin aina pyrkiä tallentamaan ääni kuvaustilanteen yhteydessä. Näin aiheet välittyvät aidommin.

5.7 Yllättävät tilanteet

Videota kuvatessa voi aina sattua jotain yllättävää. Tekniikka voi pettää, akusta loppua virta, muistikortti tulla täyteen tai netti olla liian hidas. Sää voi muuttua yhtäkkiä tai haastateltava hiljentyä. Näissä tilanteissa kekseliäisyys ja toiminta ovat avainsanoja.

Kristoffer Ignatius: "Mä teen niin et otan haastateltavalta some-terkut. Et hei kerro nopeasti viisi vinkkiä tai kerro tästä vähän lisää. Kytken jutun tähän päivään ja kirjoitan jutun yhteyteen esimerkiksi et "Aira Samulin haastattelussa myöhemmin tänään, tsekkaa kaikki meidän Youtubesta" ja se someen. Silloin mulle jää aikaa tehdä toinen haastattelu paremmalla kameralla ja parempilaatusena.

Tai jos vaikka onnettomuuspaikalla videohaastattelua tehdessä tulee puhelimen muisti täyteen, tee Facebook-live vaikka omaan profiiliin, tallenna ja siirrä sieltä sitten varsinaiselle alustalle tai Youtubeen tms. Kaikki tällaiset mahdollisuudet kannattaa aina muistaa."

6 Videon kuvaamisen jälkeen

6.1 Editointi

Kun kaikki materiaali on saatu tallennettua, on jälkitöiden aika. Editoinnin tarkoituksena on saada kuvastusta materiaalista mahdollisimman selkeää, sujuva ja toimiva video. Tutustu toimituksessa käytettävissä oleviin editointiohjelmiin ja niiden ominaisuuksiin tarkemmin työpaikallasi. Tässä käsitellään editointiin liittyviä asioita vain yleisellä tasolla.

Editoinnin perusteellisuus riippuu siitä, kuinka paljon jälkitöille on varattu aikaa. Toisinaan video on julkaistava heti, eikä editoinnille ole aikaa kuin muutama minuutti.

Kristoffer Ignatius: ”Tänä päivänä toimittajalla ei ole aikaa videoiden editointiin. Sulla täytyy olla myös silmää kun kuvaat juttua. Sä vedät sen jutun aikalaille samaan aikaan ulos. Kilpailu on niin kovaa ja media on niin kova, että tietyissä tilanteissa viisi minuuttia editointia jollekin kuvalle ja voi olla liian myöhäistä julkaista mitään. Esimerkiksi Britannian X Factorissa Saara Aallon esiintyminen oli 12 minuutissa julkaistu Youtubessa. Samoin kaikki mainostauot tehtiin live-feediä. Niitä ei lähdetä leikkaamaan vaan ne menee ulos sellaisenaan. Porukka haluaa tiedon heti. Myöhemmin tehdään sitten pidemmät versiot, joihin on laitettu jotain extraa.”

Toisinaan aikaa voidaan käyttää enemmän.

Tuomo Björksten: ”Kuvauksien jälkeen on tärkein eli editointivaihe, jossa video leikataan. On projekteja, joissa kuvaaminen kestää vaikka 2 tuntia ja leikkaaminen kestää 3 päivää. Tarkoitus ei ole, että kauheasti kulutetaan aikaa joka kohdassa, vaan se, että mietitään myös leikkausvaiheessa tarkasti, että saadaan esiin mitä oli tiin hakemassa. Teen myös leikkauskäsikirjoituksen, jossa mietin erityisen tarkkaan, että mistä lähtee liikkeelle.”

Editointi alkaa aina valmiin materiaalin katselulla ja kuuntelulla. Materiaali on hyvä siirtää kamerasta tietokoneelle ja editointiohjelmaan kuten Adobe Premieriin, Final Cutiin, Avidiin tai muuhun toimituksessa käytettävissä olevaan ohjelmaan. Materiaalin katselun voi tehdä erikseen tai suoraan editointiohjelmassa. Samalla voi leikata videosta raakaversion. Näin kannattaa toimia etenkin kun videon leikkaamiselle ei ole runsaasti aikaa.

Aiheesta riippuu kuinka paljon ääniraita määrittää sisältöä. Uutispätkissä haastattelua saattaa olla hankalakin leikata kun taas henkilöhaastatteluissa mahdollisuuksia on enemmän. Olennaista on kuitenkin valita videoon mikä on mielenkiintoista ja mikä ei, niin, että videosta muodostuu selkeä kokonaisuus.

Aina editointi ei ole ihan ongelmaton.

Anna Karatvuo: ”Usein tekniset ongelmat paljastuvat tarkkailusta huolimatta vasta editissä. Joskus on käynyt niinkin, että videonauha on vahingoittunut ja se huomataan vasta editissä. Uusissa kameroissa kuvakennolla olevat pienet roskat saattavat tulla näkyviin vasta suurella näytöllä. Uutistyössä näitä ei ole aikaa korjailla, tv-sarjoja ja elokuvia tehdessä ammattilaiset tekevät korjaukset. Urani alkuvaiheesta muistan joskus editissä kironneeni, että materiaalia on liian vähän tai kuvat liian samanlaisia. Tällaiset kokemukset ovat kuitenkin ammattitaidon kerryttyä jääneet käytännössä kokonaan pois. Ainoa tilanne voisi olla sellainen, että jutun runko tai aihe muuttuu merkittävästi vielä kuvausten jälkeen (näin joskus käy uutisissa) ja silloin voi olla pulaa sopivasta materiaalista.”

Kun kuva ja ääni on leikattu tarkoituksenmukaiseksi, viimeistele video. Leikkauskohtia pehmentämään voidaan käyttää himmennystä, ristikuvaa tai sumennusta. Viimeistelyyn kuuluvat myös äänen ja värien säätö. Äänessä on tärkeää, että kaikki kuuluu samalla tasolla, eikä vaihteluja tule esimerkiksi eri haastateltavien kesken. Värejä kannattaa säätää vain jos on aivan pakko. Parempi on pyrkiä jo kuvausvaiheessa siihen, että valaisu on kohdallaan ja värit tallentuneet oikeanlaisena.

Videoihin voidaan lisätä myös musiikkia. Musiikin kanssa tulee muistaa tekijänoikeudet: ihan mitä tahansa kappaletta ei voi käyttää videoissa. Erilaisista äänipankeista voi ladata ilmaisia kappaleita ja käyttää niitä. Tällöinkin pitää muistaa mainita lähde. Musiikki kannattaa myös valita niin ettei se vie huomiota pois alkuperäisestä aiheesta. Lisäksi varo ettei se peitä esimerkiksi haastateltavan puhetta.

Videoihin lisätään nykyään usein myös tekstitys, vaikka puhe olisi suomeksi ja kohdeyleisö suomalaista.

Kristoffer Ignatius: ”Nykyään videoissa pitää olla teksti ja niiden pitää olla lyhyitä. Videoita on ruvettu tekstittämään sillä tavalla, että ihmiset katsoa videoita esim. bussissa ilman kuulokkeita. Tämä on myös etu kuulovammaisille.”

Videoiden loppuun lisätään usein myös kuka videon on tehnyt. Lisäksi alussa tai lopussa saattaa olla näkyvillä toimituksen logo tai tunnus. Näissä noudatetaan useita erilaisia käytäntöjä, joten varmista työpaikkasi tai toimeksiantajasi käytäntö ennen kuin exporttaat eli otat valmiin videon ulos editointiohjelmasta. Varmista myös missä muodossa video otetaan ulos, sillä eri julkaisuohjelmat tukevat eri tiedostomuotoja.

Editoinnissa jää yleensä paljon materiaalia käyttämättä. Sitä voi tarvittaessa säästää, mutta usein ylijäämämateriaali päätyy roskiin.

Tuomo Björksten: ”Periaatteessa kaikki materiaali menee arkistoon ja siivoilen sitä tietyin väliajoin. Jätän sinne ainoastaan käytetyn materiaalin ja heitän ylimääräistä materiaalia roskikseen, että säästän levytilaa. En muista, että olisi tullut sellaista tilannetta, että olisin tarvinnut vanhaa materiaalia. Sillei kyllä, että tehdään joskus seurantavideoita. Eli meillä on alkuperäinen video ja palataan asiaan vaikka 6 kuukauden päästä, että mitä on tapahtunut tälle asialle tässä välissä. Niissä voidaan käyttää vanhaa matskua. Mutta aika usein se on sitä samaa materiaalia, jota siitä on jo kerran esitetty ja sitä vain versioidaan uudestaan.”

Kristoffer Ignatius: ”Kyl mä niitä säästän. En myöskään liikoja. Laitan jotain ulkoiselle kovalevylle talteen vaikka puoleksi vuodeksi. Aika monet jutut menee vanhaksi. Jotain tiettyjä spessuja haastattelun osia tai hetkiä säästän, koska niistä pystyy myöhemmin hakemaan hyvää matskua. Esimerkiksi kun Kirka kuoli, mä olin tehnyt varmaan yhden hänen uransa viimeistä haastatteluista viikkoa ennen kuolemaa. Oltiin juteltu kaikesta tosi paljon. Olin käyttänyt haastattelusta kolme minuuttia radioon aikaisemmin. Haastattelusta pystyttiin hyödyntämään tosi paljon matskua jälkepäin. Jätän yleensä artistihaastattelut itselle talteen myös raakaversiona vuosiksi. Tietty jutut kannattaa aina säästää. Vinkkinä: muista nimetä ne filet niin että löydät matskut!”

6.2 Julkaisu ja markkinointi

Valmis video julkaistaan toimituksen kanavissa. Näitä voi olla yksi tai useampia. Olen-
naista on kuitenkin valita mihin kanavaan videon laittaa.

Kristoffer Ignatius: ”Nykyään on tarkkaan mietittävä minkä videon laitat millekin alustalle. Sä et voi laittaa samanlaista videota verkkosivuille, Facebookiin, Instagramiin, Twitteriin ja Youtubeen, koska jokaisessa on ihan erilaiset käyttäjät. Lisäksi pitää tietää missä muodossa mihinkin ladataan video. Esimerkiksi Instassa voi valita miten video näkyy. Twitter ja Facebook on optimoitu vaakavideoille. Ei ole järkeä ladata laajakuvaa, jos alusta leikkaa osan pois, jos kuvan pitääkin olla neliö. Osa on pieniä juttuja, mutta niin tärkeitä.”

Julkaisussa tärkeää on alustan lisäksi ajankohta. Toimituksissa on yleensä analytiikkaa siitä, milloin verkkosivuilla on eniten kävijöitä. Julkaisuaikataulut määräytyvät usein näiden kellonaikojen mukaan. Nämä saattavat vaihdella eri alustoilla, joten videota kannattaa markkinoida eri alustoilla eri aikaan. Lisäksi eri kanavissa voi näyttää lyhempiä pätkiä videosta ja ohjata toiseen kanavaan katsomaan koko videon.

Tuomo Björksten: ”Sitten on tietysti viimeisenä vaiheena markkinointi. Eli, että video lähtee lentoon, pitää miettiä milloin se julkaistaan ja missä kanavissa. Se ei ole ihan sattuman varaista. Jos sen vaan heittää nettiin ja toivoo parasta, se johtaa yleensä huonoon lopputulokseen. Sitä pitää miettiä melko tarkkaan, että milloin juuri tämä video olisi ihmisten mielestä kaikkein kiinnostavin.”

Videon markkinoinnissa tärkeää on myös osata linkittää muihin samaa aihetta käsitteleviin, jo olemassa oleviin juttuihin sekä miettiä millaisia aihetunnisteita käyttää maksiminäkyvyyden takaamiseksi.

Kristoffer Ignatius: ”Sun täytyy osata käyttää hästägejä (#) ja tietää miten tэгääт [merkkäät @-merkillä] ihmiset mukaan. Tai miten valitaan kansikuva tai aloituskuva. Ne on vaan oltava hallinnassa, jotta ne nousee oikealla tavalla esiin esim. artistin Facebook-sivulla tai haussa.

Toimittajaksi haluavan, joka on aloittelija sosiaalisessa mediassa, kannattaa ruveta käyttämään sitä aktiivisesti ja opetella se. Tee videoita, kommentoi, ala tehdä omaa blogisivua tai jotain, eli opettele se alusta! Tänä päivänä jos et toimittajana handlaa sosiaalista mediaa sä olet ihan in a deep shit. Sä et voi ruveta opettelee niitä siinä vaiheessa kun ne pitää tehdä.”

Julkaisuajankohtaan vaikuttaa myös videon oletettu elinikä.

Kristoffer Ignatius: ”Videot vanhenee aika nopeasti. Melkein sanoisin, että elinikä on vuorokausi, näin esimerkiksi ajankohtaiset napakat videot sekä uutisvideot. Paitsi jos video rupeaa trendaamaan eli video lähtee lumipalloefektinä eteenpäin ihan välittömästi ja aiheuttaa ihmisissä reaktion, positiivisen, negatiivisen tai sekä että. Videon elin-ikä riippuu myös siitä millä alustalla se on. Esimerkiksi tubettajien videot menevät todella nopeasti vanhaksi, koska ne ovat vain sellaista yleistä hölinää. Parhaimmat videot, jotka ovat oivaltava, esimerkiksi naisten asemaa käsittelevä tai syöpää käsittelevä video, saavat kestää vuodesta toiseen ja lähteä leviämään myöhemmin. Myös todella hauskat videot, joissa on huumoria ja jotka ovat opettavaisia, esim. heijastinten käytöstä kertova video, voi jäädä elämään kymmeneksi vuodeksi.

Ja tietenkin kaikki koomiset tapahtumat ja tilanteet. Jos toimittaja saa taltioitua jonkun hölmön hetken ja pystyy nauramaan itselleen. Ne ovat videoita, jotka lähtevät trendaamaan ja muuttuvat ilmiöiksi. Lisäksi juhlapyyhiin liittyvät videot, kuten joulu, juhannus, vappu, ne toimii aina vuodesta toiseen kun ne on tehty hienosti ja journalistisesti. Ne nousee aina joka vuosi uudelleen.”

6.3 Palautteeseen reagoiminen

Videoihin reagoidaan monella tavalla. Niitä jaetaan ja kommentoidaan eri kanavissa. Niistä myös lähetetään palautetta toimituksiin sekä toimittajille henkilökohtaisesti. Aina palaute ei ole rakentavaa, mutta sitä ei pidä päästää ihon alle. Pohdi ennakkoon kuinka reagoit videoistasi saamaasi palautteeseen.

Palautteisiin vastaamiseen on monessa toimituksessa ohjeet. Selvitä nämä itsellesi ja toimi niiden mukaan.

7 Lopuksi

Olet nyt lukenut perusasiat siitä, mitä tulee huomioida videon tekemisessä. Kaikkea ei ole tarkoitus noudattaa kirjaimellisesti. Parhaiten videon toteuttamisen oppii tekemällä ja kokeilemalla asioita käytännössä. Erilaisia toimintatapoja kokeilemalla oppii myös ne itselle sopivimmat työskentelytavat.

Kokemuksen myötä tekninen osaaminen kasvaa kuten myös varmuus kuvaamiseen. Samalla työn tekemiseen tulee nopeutta. Kun aikaa ei enää kulu tekniikan opettelemiseen, vapautuu energiaa ideoimiseen ja uusien taiteellisten ratkaisuiden kehittämiseen.

Tärkeää onkin unohtaa liika itsekriittisyys ja luottaa omaan tekemiseen! Ala siis kuvata rohkeasti jo tänään!

Luettavaa: (Käytetty myös lähteenä tässä oppaassa)

Ang, Tom. 2006. Digivideo - kuvaajan käsikirja. Karkkila. Kustannus-Mäkelä Oy.

Bradshaw, P. ja Rohumaa, L. 2011. The Online Journalism Handbook. Skills to survive and thrive in the digital age. London. Pearson.

Lancaster, K. 2013. Video Journalism for the Web. A Practical Introduction to Documentary Storytelling. New York: Routledge.

Pirilä, K. ja Kivi, E. 2005. Otos: Elävä kuva, elävä ääni: osa 1. Helsinki. Like.

Pirilä, K. ja Kivi, E. 2008. Leikkaus - Elävä kuva, elävä ääni: osa 2. Helsinki. Like

Pirilä, K. ja Kivi, E. 2010. Teos - Elävä kuva, elävä ääni: osa 3. Helsinki. Like.

Liitteet

Liite 1: Muistilista videon kuvaajalle – kysy itseltäsi nämä!

1. Miksi video tehdään? Mitä sillä halutaan kertoa?
2. Mitä ovat aiheeseen liittyvät eettiset kysymykset?
3. Mikä on tarina yhdellä lauseella sanottuna?
4. Kuka on tarinan päähenkilö? Mikä on asia, joka saa hänet toimimaan?
5. Millainen on tarinan draaman kaari? Eli millä koukutan katsojan, mikä on tarinan ongelma, miten se huipentuu ja mikä on tarinan loppuratkaisu tai opetus?
6. Olenko tehnyt riittävästi taustatyötä?
7. Mitä ja miten kuvaan jotta saan tarinan kerrottua?
8. Millä kuvaan? Hallitsenko tekniikan? Onko akussa riittävästi virtaa ja muistikortilla tilaa?
9. Missä kuvaan? Tarvitsenko erityisiä kuvauslupia?
10. Kuinka pääsen kuvauspaikalle kaluston kanssa?
11. Jos kuvaan ulkona, millainen sää on? Sateen yllättäessä onko mahdollisuutta siirtyä sisälle?
12. Millainen valaistus paikassa on? Tarvitsenko lisävaloa?
13. Miten nauhoitan äänen? Onko paikassa taustamelua, joka vaikeuttaa tallentamista?
14. Olenko saanut kuvattua kaiken olennaisen? Onko minulla riittävästi kuvituskuvaa?
15. Olenko saanut haastateltavasta kaiken irti?
16. Missä juttu julkaistaan ja koska?
17. Minkä verran aikaa on editointiin?
18. Julkaisenko videon heti esimerkiksi sosiaalisessa mediassa? Millaiset verkkoyhteydet paikassa on? Hallitsenko somekanavan?
19. Miten ja missä markkinoin videota?
20. Kuinka reagoin palautteeseen?