

# AV-TUOTANTO JA -DOKUMENTOINTI KUUDES.OSA

Luovan alan yrityksen liikeidea

Satu Viitala

Opinnäytetyö  
Huhtikuu 2012

Viestinnän koulutusohjelma  
Kulttuuriala



Tekijä(t) VIITALA, Satu	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 25.4.2012
	Sivumäärä 41	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus ( ) saakka	Verkojulkaisulupa myönnetty ( X )
Työn nimi AV-TUOTANTO JA -DOKUMENTOINTI KUUDES.OSA		
Koulutusohjelma Viestinnän koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) HYVÄRINEN, Aimo		
Toimeksiantaja(t) Jyväskylän ammattikorkeakoulu		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli tulevaisuudessa perustettavan audiovisuaalisen alan yrityksen toimintasuunnitelman kehittäminen ja kuvaus. Lähtökohtana yrityksen perustamiselle toimi innovatiivisen idean kehittäminen jo ennestään tarjonnaltaan monipuoliselle audiovisuaaliselle alalle.</p> <p>Työssä pohdittiin lähtökohtia, joista yritystä on lähdetty suunnittelemaan , toiminta-ajatusta ja sen taustalla olevia arvoja. Samalla käsiteltiin, miksi ja mihin tarpeeseen yritys perustetaan.</p> <p>Työssä kehitettiin yritykselle toimintamalli paikallisten kulttuuriperinteiden säilömiseen ja muistitiedon keräämiseen pysyvämpään formaattiin. Yritysassiakille ja harrasteseuroille kehitettiin myös markkinointi- ja mainospaketit. Lisäksi yritys tulee tarjoamaan opastusta mediataidoissa erilaisille asiakkaille.</p> <p>Kulttuuria tulisi tallentaa ja se tulisi tallentaa kestävään muotoon. Tällä hetkellä digitaaliset tallenteet ovat toimivin vaihtoehto, sillä ne eivät vie paljoa fyysistä tilaa ja niitä on helppo muokata uudelleen ja välittää eteenpäin. Johtapäätöksenä voidaan todeta, että kulttuuriperimän taltiointista on kaupallisen potentiaalinsa lisäksi etua sekä yksilölle että yhteisölle.</p>		
Avainsanat (asiasanat)		
Yrityksen perustaminen, liikeidea, kulttuuri, perimätieto, tuotantoyhtiö, dokumentointi		
Muut tiedot		

Author(s) VIITALA,Satu	Type of publication Bachelor's Thesis	Date 25.04.2012
	Pages 41	Language Finnish
	Confidential <input type="checkbox"/> Until	Permission for web publication <input checked="" type="checkbox"/>
Title AV PRODUCTION & DOCUMENTATION PART SIX		
Degree Programme Media Design		
Tutor(s) HYVÄRINEN,Aimo		
Assigned by JAMK University of Applied Sciences		
<p>Abstract</p> <p>The purpose of this thesis was to describe and develop a strategy for a company working in the audiovisual sector. The starting point for establishing a company was to develop an innovative idea in form of products and services for a sector that already has a wide variety of products.</p> <p>The thesis explored some basics for developing a company including the company's mission and values. The reasons for establishing a company were also dealt with.</p> <p>A new action plan for storing local cultural traditions and preserving traditions in a more sustainable format was introduced. Readymade packages for marketing and promotional use were developed for corporate customers and other communities. The company will also provide guidance in media skills for customers with different backgrounds.</p> <p>The results show that culture should be stored in a sustainable format. Currently, using digital recordings for storing the gathered data would be the most potential solution, due to the ease of modifying and forwarding the data afterwards. The small physical size of the storages can be counted as an advantage. Furthermore, the material should be easy to re-edit and pass on.</p> <p>In conclusion, recording cultural heritages should be, in addition to its commercial potential, advantageous for both individuals and communities.</p>		
Keywords business concept, culture, tradition, production company, documentation		
Miscellaneous		

## SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO .....</b>	<b>2</b>
<b>2 AV-TUOTANTO JA –DOKUMENTOINTI KUODES.OSA .....</b>	<b>3</b>
<b>3 KULTTUURI.....</b>	<b>4</b>
<b>3.1 Kulttuurin merkitys ja luonne.....</b>	<b>4</b>
<b>3.2 Kulttuuriperintö .....</b>	<b>5</b>
<b>3.3 Kulttuuripolitiikka .....</b>	<b>6</b>
<b>3.4 Mediakulttuuri.....</b>	<b>8</b>
<b>4 YRITTÄJYYS .....</b>	<b>11</b>
<b>4.1 Yrittäjäksi ryhtyminen.....</b>	<b>11</b>
<b>4.2 Yritysmuoto .....</b>	<b>12</b>
<b>4.3 Luova talous .....</b>	<b>14</b>
<b>4.4 Luovan alan yrittäjän haastattelu .....</b>	<b>15</b>
<b>5 TOIMINTA-AJATUS .....</b>	<b>18</b>
<b>5.1 ”Tämä päivä on huomisen kulttuuriperinnettä” .....</b>	<b>18</b>
<b>5.2 Toimintatavat .....</b>	<b>19</b>
<b>6 ASIAKKAAT .....</b>	<b>21</b>
<b>6.1 Yksityisasiakkaat.....</b>	<b>21</b>
<b>6.2 Yrityisasiakkaat.....</b>	<b>22</b>
<b>6.3 Harrasteseurat.....</b>	<b>23</b>
<b>7 KOKONAISTUOTE.....</b>	<b>24</b>
<b>7.1 Palvelu .....</b>	<b>24</b>
7.1.2 Nuorten ohjaus.....	27
7.1.3 Muut dokumentoinnit.....	27
<b>7.2 Tuotteet .....</b>	<b>28</b>
7.2.1 Muistokapseli.....	29
7.2.2 Muistokuva .....	29
7.2.3 Mainoselokuvat.....	29
7.2.4 Yritysesittelyt .....	30
7.2.5 Luennot levyille.....	31
7.2.6 Facebook.....	31
7.2.7 Sosiaalinen media .....	31
<b>8 AMMATTITAITO.....</b>	<b>33</b>
<b>8.1 Yrittäjän tärkeät ominaisuudet .....</b>	<b>33</b>
<b>8.2 Oma osaaminen .....</b>	<b>36</b>
<b>9 POHDINTA.....</b>	<b>39</b>
<b>LÄHTEET .....</b>	<b>41</b>

# 1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni on audiovisuaalisen alan yrityksen kehittämistyö, jossa pohdin luovan yrityksen perustamisen lähtökohtia, perusteita ja toimintamalleja. Keskityn työssä mediakulttuuriin ja kulttuuriperintöön ja niitä yhdistämällä rakennettuun myytävään kokonaistuotteeseen.

Mietin luovaa yrittäjyyttä ja erilaisia toimintamalleja omassa yrittäjyydessäni. Erittelen lähtökohtiani ja vaikutteita yrittäjäksi ryhtymiselle ja tavoitteitani ammatillisen urani suhteen. Lisäksi jäsenän tuotteitani ja niiden pohjina toimivia malleja.

Käsittelen ja vertailen näkemyksiäni ja ajatuksiani hyödyntäen alan kirjallisuutta mediakulttuurista, kulttuuriperinnöstä sekä luovien alojen toiminnasta. Sen pohjalta tarkastelen merkitystäni luovan alan toimijana Satakunnassa.

Opinnäytetyöni toimii kuvauksena yritykseni toiminta-ajatuksesta. Kuvaan, miksi ja keitä varten yritys on olemassa ja mitkä ovat toiminnan keskeiset periaatteet. Haluan tuoda esille kattavan kuvauksen perustettavana olevan luovan yrityksen toiminta-ajatuksesta ja niistä lähtökohdista, joista yritystä lähdetäisiin toteuttamaan.

## **2 AV-TUOTANTO JA –DOKUMENTOINTI KUODES.OSA**

Yrityksen *Av-tuotanto ja -dokumentointi Kuudes.Osa* perustaminen lähti siitä ajatuksesta, että kalleimmat kansakunnan perinnöt löytyvät ihmisen arkipäivästä. Yrityksen pääpainona on audiovisuaalisen tuotannon asema osana mediatodellisuutta ja kokemusten muuttaminen mediavälitteisiksi. Yrityksen painopisteet ovat kulttuuripolitiikan toteuttaminen paikallisella tasolla, kulttuuriperinteiden taltiointi, työskentely mediakulttuurin parissa ja sen luominen.

Yrityksen toimena on dokumentoida asiakkaiden perinteitä, joihin kuuluvat kaikki ne tiedot, kokemukset, arvot ja uskomukset, jotka ovat kehittyneet elämän varrella.

Audiovisuaalinen dokumentti toimii ilmaisukanavana, jonka kautta voidaan heijastaa omaa historiaa. Sen sijaan digitaalinen dokumentti on tallenne, jonka avulla voidaan siirtää perimä- ja muistitietoa eteenpäin.

Perimätietoa kerääntyy, mutta se on usein aineettomassa muodossa. Tieto siirtyy eteenpäin keskusteluiden kautta. Mediasukupolvi käyttää, etsii ja tallentaa tietoa eri tavalla kuin aiemmin. Nykypäivän ihmiset ovat tottuneet tallentamaan kaiken muistiin kalentereihin, tietokoneille ja matkapuhelimiin muistutuksina. Enää ei tarvitse muistaa kaikkea, vaan mediavälineet huolehtivat tiedon säilyttämisestä ja jakamisesta. Dokumentointi korostuu, jotta tärkeää tietoa ei menetettäisi.

Käyttämällä nykypäivän tekniikkaa on mahdollista taltioda ainakin osa tärkeistä asioista. Vanhat valokuvat ja muut dokumentit voidaan, ja ne tulisikin, digitoida, ja suullista perimätietoa voidaan taltioda seuraaville sukupolville video- tai äänitiedostoina.

## 3 KULTTUURI

### 3.1 Kulttuurin merkitys ja luonne

Käsite kulttuuri on lähtöisin sanasta *cultura*, joka viittaa maanviljelykseen, jalostukseen, palvontaan, rakennukseen ja sivistykseen. Sana kulttuuri on siis alun perin merkinnyt tekemistä ja prosessia. Se ei ole ollut pysyvä, stabiili tai liikkumaton tila. Lisäksi sillä on kaksi ulottuvuutta: materiaallinen ja henkinen merkitystaso. Kulttuuri on prosessi, joka toimii yhteisöjen henkisen, älyllisen ja esteettisen kehityksen kuvaajana. Kulttuuri heijastaa jonkin tietyn kansan, ihmisryhmän tai ajanjakson elämäntapaa. Lisäksi se viittaa älyllisten ja taiteellisten ponnistusten tuloksiin. Kulttuuri on siis aina liikkeessä. (Herkman 2001, 16-18.)

Kulttuurilla ei siis viitata yhteisöjen kehittyneisyyteen tai sivistyneisyyden asteeseen. Kulttuuri enemmänkin leimaa kaikkea ihmisenä olemista, ja sitä tuotetaan koko ajan. Kulttuuri on inhimillisten merkityksien tuottamista vuorovaikutuksesta maailman kanssa. Tässä prosessissa medially on yhä suurempi rooli. Media on läsnä niissä viestintätilanteissa, missä käydään keskustelua ihmisyyttä koskevista kysymyksistä. Media on yhtäläillä osa tätä kulttuuria kuin myös sen tuottaja. (Herkman 2001, 18.)

## 3.2 Kulttuuriperintö

Suomen perustuslaissa todetaan, että vastuu kulttuuriperinnöstä kuuluu kaikille. Tämän vastuun lisäksi jokaisella ihmiselle tulee olla oikeus nauttia yhteisestä kulttuuriperinnostämme. (Suomen museoliitto, Kulttuuriperintö ja museot.)

Kulttuuriperinnöksi mielletään usein arvokkaat taulut ja taideteokset, vanhat kirjat tai sata vuotta vanhat rakennukset. Kulttuuriperintöä luovat kuitenkin aina ihmiset, ja se kertoo elämästä eri aikoina. Kulttuuriperintöä tutkimalla voimme päivittää historiaa nykypäivään ja oppia tuntemaan paremmin sekä omaa että muiden yhteisöjen tapoja ja perinteitä. Lisäksi se tarjoaa yhteisöille mahdollisuuden paikallistaa itsensä ajallisesti, tilallisesti ja sosiaalisesti. (Suomen museoliitto, Kulttuuriperintö ja museot.)

Kulttuuriperinteet ovat osa identiteettiämme, ja oman kulttuurin arvostaminen luo pohjan vieraiden kulttuurien aidolle arvostamiselle.

Kulttuuriperintöä on läsnä nykypäivässä henkisenä ja aineellisenä. Se ilmenee arjessa, esimerkiksi arvoissa, ajattelutavoissa tai asumiseen, ruokailuun ja pukeutumiseen liittyvissä tavoissa. Perinnekerrostumia voi löytyä jokapäiväisistä esineistä. Oppimiseksi ei kuitenkaan koeta kaikkia kohtaamisia menneisyyden kanssa. Elämysmatka suvun kotiseudulle voi merkitä juurien etsintää, yhteyden kaipuuta tai nostalgiaa. Suhde menneeseen voi olla pelkästään emotionaalinen eikä välttämättä tiedollinen. (Virta 2008, 126.)

Arjen historiakulttuuri puetaan usein tarinoiden muotoon, ja se on emotionaalisesti latautunutta. Siinä kiinnitetään huomiota tavallisen ihmisen näkökulmaan, kokemustapaan ja kohtaloon. Kulttuuriperintö on jo valmiiksi hyvin visuaalista. (Virta 2008, 126.)



Yrityksen idea pohjautuu juuri ihmisten tarpeisiin kertoa ja muistella omaa elämäänsä. Eletty elämä ja sen kautta saadut kokemukset yksilön näkökulmasta siirtyvät muistitiedosta konkreettiseksi tallenteeksi, jolloin kulttuuriperinnön jatkuvuus datana on kauaskantoisempaa ja tarkempaa kuin suullisena.

### **3.3 Kulttuuripolitiikka**

Yrityksen perusarvot pohjautuvat kulttuuripolitiikan edistämiseen. Yritys toteuttaa kulttuuripolitiikkaa osoittamalla, miten perinnekulttuuria voidaan sisällyttää nykypäivään perimätietoa taltioiden ja siirtäen sitä seuraaville sukupolville. Tästä esimerkkinä on vanhojen valokuvien digitointi multimediaesityksiksi, jotka toimivat visuaalisena ajankuvana.

Kulttuuripolitiikan tarkoituksena on vaikuttaa yhteiskunnallisiin asioihin. Tässä kontekstissa kulttuuri käsittää taiteen, taideharrastukset, median, kulttuuritutkimuksen ja sivistystyön koko laajuudessaan. Valtion rinnalle on kehittynyt kulttuurityön tukemiseen merkittäviä instansseja, kuten Taiteen keskustoimikunta ja läänien taide-toimikunnat. Paikallisesta kulttuurielämästä kohoaa maakunnallinen kulttuuripolitiikka. Maakunnan identiteetti on ennen kaikkea kulttuurista voimaa, jonka avulla maakunta voi tuoda itseään esille. Kotiseututyö tulee nousemaan arvostuksessaan voimavaraksi ja toimintastrategiaksi, joiden avulla lisätään seudun tunnettavuutta ja menestystä. (Kukkasmäki 2004, 13-14.)

Kulttuuripolitiikan pohjana ovat taiteen tuotannon henkisten ja aineellisten edellytysten turvaaminen, yhteiskunnan jäsenten tasa-arvon toteuttaminen kulttuuripalveluiden vastaanottajina, oikeuden ja mahdollisuuden turvaaminen omaehtoiseen luovaan toimintaan

sekä kansainvälisen kulttuurin edistäminen. Lähtökohtana kulttuuripolitiikassa on elämisen laadun yleinen kohottaminen ja tasa-arvon lisääminen. (Kukkasmäki 2004, 18-19.)

Juuri perinnepolitiikan pyrkimyksenä on sisällyttää perinteet muuttuvaan ja kaupungistuvaan yhteiskuntaan siten, että ne istuvat uusiin kulttuurielementteihin ja rikastuttavat kokonaiskulttuuria. Perinnepolitiikalla pyritään luomaan vankka pohja luovalle toiminnalle ja korostamaan perinteiden suojelua ja huollon merkitystä elinympäristöjen muuttuessa. Maatalouden murros vaikuttaa ihmisten muuttamiseen töiden perässä Etelä-Suomeen, työelämä saa teknologian kehittyessä uusia muotoja, ja sosiaalisen kanssakäymisen muodot muuttuvat. Yhteiskuntaan syntyy epätasa-arvoisuutta. Eriarvoisuus luo eroja kulttuuripalveluiden käytössä ja uusien kulttuurimuotojen omaksumisessa. Entisajan perinteitä uhkaa häviäminen, ja sukupolvien välillä oleva perinnetju katkeaa entistä helpommin. Perinteiden harrastaminen, esille tuominen ja markkinointi ovat entistä tärkeämpiä sillä kulttuurimme voimalähde on omat perinteemme. (Kukkasmäki 2004, 20-21.)

### 3.4 Mediakulttuuri

Aikamme kulttuuria kutsutaan mediakulttuuriksi, koska kaikki kulttuuri on jollakin tavalla sidoksissa mediaan. Sana media tarkoittaa jotakin, joka sijoittuu toiminnan ja informaation väliin ja toimii välittäjänä. Monet jokapäiväiset asiat hoidetaan medialaitteiden avulla. Tällaisia asioita ovat esimerkiksi sosiaalisten suhteiden ylläpito, ostosten teko tai tiedon hankinta. Terminä median vakiintunein merkitys on toimia viestintä- ja tiedotusvälineiden kuvaajana yleisellä tasolla, mutta jo jonkin aikaa se on kuvannut kaikkea viestintäteollisuutta abstraktina kulttuurisena toimijana.

(Herkman 2001, 12-14.)

Ennen kaikkea media viittaa tapaan kertoa tarinoita, uutisten välittämiseen ja tiedonsaantiin viestintävälineiden kautta. Kun sanaa media rajaa liittämällä siihen etuliitteen audiovisuaalinen, saadaan viestintävälineet rajattua ensisijaisesti elokuvaan, televisioon, videoon ja uusmediaan eli multimediaan. Tällöin viestintävälineistä jäävät pois mm. lehdistö ja kirjallisuus. (Herkman 2001, 14.)

Medioitunut yhteiskunta on tuonut tarpeita ja samalla mahdollisuuksia arkipäivän mediakäytön ja kulttuurin yhdistämisestä. Mediakulttuurin keskellä kasvaneelle ihmiselle tiedon pitää olla rajattomasti saatavilla ja sitä on päivitettävä usein. Kriittinen medialukutaito ei kuitenkaan kehity pelkästä teknisestä osaamisesta, vaan vastaan otettavan tiedon todenperäisyys on osattava arvioida. Usein käytännössä tiedon luotettavuutta on kuitenkin hankalaa selvittää.

Media on suuri osa arkipäiväämme, eikä sen kasvavaa merkitystä tavanomaisten asioiden hoitamiseen sovi vähätellä. Medioituneessa yhteiskunnassa vallitsee kuitenkin suuri epätasa-arvoisuus. Niiden

ihmisten lisäksi, jotka ovat syntyneet tai kasvaneet mediamaailmassa, on ikäluokkia, joiden ei ole tarvinnut opetella median käyttöä, tai jotka ovat tiedostaen pyrkineet välttämään mediakulttuuriin osallistumista. (Varis n.d., 13.)

Mediataidoiksi ymmärretään kyky käyttää Internetiä ja uusia medioita tehokkaasti sekä kykyä kerätä, organisoida, suodattaa ja arvioida informaatiota. Nämä taidot viittaavat erityisesti teknologia-, ja informaatiolukutaitoihin, joita Opetusministeriön mukaan kansalaiset tarvitsevat, jotta he pystyvät selviytymään jokapäiväisistä teknologiaa koskevista ongelmatilanteista. (Varis n.d., 14-15.)

Yrityksen toiminta-ajatusta on lähdetty kehittämään juuri siitä ajatuksesta, että median käyttö yleistyy jatkuvasti. Kaikki eivät kuitenkaan pysy muuttuvan teknologian mukana tietotaidollisista tai taloudellisista syistä johtuen. Monet voivat uskoa, etteivät oikeasti tule tarvitsemaan omaa tietokonetta tai Internetiä. Monet asiat kuitenkin siirtyvät verkkoon, eikä niiden hoitaminen muuta kautta ole kohta enää mahdollista.

Kaikki eivät kuitenkaan kuulu mediakasvatuksen piiriin, kuten kouluhin tai muuhun nuorisotoimintaan. Tällöin ne, joilta puuttuu tarvittava taito käsitellä mediatekniikkaa, jäävät epätasa-arvoisiksi. Yritys tukee omaehtoista mediakulttuuriin luomista, jolloin samalla tekijä oppii arkipäivän tärkeitä mediataitoja.

Ruotsalaiset kulttuurin tutkijat ovat kehitelleet mediatutkimusta yhteiskunnallisena ilmiönä ja kulttuurin välineenä. Kulttuuri voidaan jakaa tietoisuuteen, mikä sisältää ajatukset, tiedon, käsitteen ja arvot sekä viestintään, minkä avulla edellä mainitut asiat voidaan ilmaista siten, että yksi tai useampi ihmisaisti voi päästä niitä kokemaan. Tällöin kulttuuria syntyy, kun yksilöt tulkitsevat ulkoisia aja-

tusten, tiedon, arvojen ja tunteiden tuottamista vastavuoroisesti ja antavat niille merkityksiä.

Kulttuurin syntymisen yhteiskunnassa tulee tapahtua ihmisten suhteista toisiin ihmisiin eikä ainoastaan yksilöllisesti tai yksityisesti.

Mediaa voidaan käyttää ilmaisukanavana ja merkityksien välittäjänä. Puhuttaessa viestinnästä, puhumme itse asiassa yhteisyydestä, yhteisöllisyydestä, identiteetistä ja välittämisestä. Puhumme kulttuurista. (Varis n.d., 16-17.)

## 4 YRITTÄJYYS

### 4.1 Yrittäjäksi ryhtyminen

”Lopeta samalla koulunkäynti” oli ensimmäinen kommentti, jonka kuulin kerrottuani ryhtymisestä yrittäjäksi. Seuraavat sarkastiset kommentit olivat: ”Ehdottomasti kannattaa. Yrittäjillä kun on niin hyvät työajat, ja niiden päälle pitkät lomat, suuret palkat ja muut etuudet”

En ole lähtenyt opiskelemaan media-alalle rahan perässä, vaan toiveena toteuttaa ja kehittää itseäni luovaksi toimijaksi. Mutta jokaisen meistä on jollakin tapaa elämänsä rahoitettava. Lähtökohtana oman yrityksen perustamiselle usein tämän tyyppisellä alalla on itsensä työllistäminen.

Kannattavan liiketoiminnan pohjaksi tarvitaan ammattitaitoa, näkemyksellisyyttä, suunnitelmallisuutta sekä toteuttamiskykyä. Ilman näitä taitoja lähtökohta kannattavalle yritykselle on poissa. Edellä mainittuja taitoja voidaan kehittää. Ominaisuudet, kuten korkea suoritustarve, määrätietoisuus, pitkäjänteisyys, ahkeruus ja oma-aloitteisuus, tukevat yrittäjyyttä. (Vesalainen, Försti, Nieminen, Soini & Viitala 1996, 7-13.)

Yrityksen menestymisen kolmena asiakokonaisuutena nähdään idea, resurssit ja yrittäjä. Siitä, mikä on hyvä idea, tai millainen on hyvä yrittäjä, ei voida luoda varmoja kriteerejä. Yrittäjyyttä tutkivat pitävät yleisesti parempana yhdistelmänä keskivertoa ideaa ja hyvää yrittäjää kuin hyvää ideaa ja keskivertoa yrittäjää. Tällöin avainasemassa ovat kokemuksen ja koulutuksen kautta kehittyneet kyvykkyydet sekä niiden kautta muodostunut osaaminen. Jos yrit-

täjällä jokin osa-alue on heikko, on johtoryhmä hyvä ratkaisu. Tällöin yrityksen ulkopuolisista henkilöistä koostuva asiantuntijaryhmä voi auttaa, tukea ja neuvoa yrittäjää ongelmien tullessa. (Vesalainen ym. 1996, 12-13.)

Uuden yrityksen käynnistämisessä olennaisimpia asioita ovat liikeidean ja toiminnan hahmottaminen. Nämä määräävät, mitä yrittäjän on osattava, jotta yritys voisi menestyä. (Vesalainen ym. 1996, 49.)

Ennen varsinaista yrityksen perustamista yrittäjäksi aikovan tulisi arvioida omat tiedot, taidot, mielenkiinnon sekä henkisen kanttinsa. Arvioinnissa on oltava rehellinen, ja on tunnustettava omat puutteensa ja rajoituksensa. Tärkeää on, että henkilökohtaiset ominaisuudet ovat sopusoinnussa yrityksen liikeidean ja toiminta-ajatuksen kanssa. (Vesalainen ym. 1996, 51-52.)

## **4.2 Yritysmuoto**

Yritysmuodot ovat: yksityinen toiminimi, avoin yhtiö, kommandiitti yhtiö, osakeyhtiö tai osuuskunta. Yritysmuoto määrää ne puitteet, joissa yritystä edustavat henkilöt voivat toimia yrityksestä ulospäin. (Vesalainen ym. 1996, 110.)

Yleisin pienyrityksen muoto on yksityinen toiminimi. Kommandiittitai avoin yhtiö sopii silloin, kun yritys perustuu työpanoksen lisäksi pääomapanoksiin, ja yhtiöön tulee useampi yhtiömies. Osakeyhtiö on selkeästi pääomayhtiö ja osuuskunta perustuu suureen jäsenmäärään. Oikean yritysmuodon valitseminen on erittäin tärkeää, ja väärin tehdyt ratkaisut voivat aiheuttaa suuria taloudellisia vahinkoja. (Vesalainen ym. 1996, 110-111.)

Avoin yhtiö on toimiva ratkaisu, kun kaksi tai useampi henkilö ryhtyvät yhdessä harjoittamaan liiketoimintaa. Perustamisesta laaditaan kirjallinen sopimus ja yhtiö merkitään kaupparekisteriin. Avoin yhtiö on itsenäinen oikeushenkilö ja se omistaa taseen mukaisen omaisuutensa ja on yhtiönä velkasuhteessa velkojiinsa. Yhtiömiehet ovat kuitenkin henkilökohtaisessa vastuussa kaikista yhtiön tekemistä sitoumuksista. (Vesalainen ym. 1996, 111.)

Osakeyhtiötä lukuun ottamatta, kaikkia yritysmuotoja voidaan vapaasti vaihtaa toiseksi yritysmuodoksi. Osakeyhtiö on lopullinen ja se voidaan ainoastaan purkaa. (Vesalainen ym. 1996, 111.)

Yksityisen toiminimen sekä avoimen yhtiön voitto verotetaan yrittäjän tai yhtiömiesten henkilökohtaisena tulona. Henkilökohtaisena tulona verotettavaksi tuleva voitto-osuus jakaantuu verotuksessa ansiotulon ja pääomatulon tulolajiin. Näissä yritysmuodoissa yrittäjä voi, tietyn rajoituksen, ottaa varallisuutta yksityiskäyttöön. (Vesalainen ym. 1996, 115.)

Perustettavana olevan audiovisuaalisen alan yrityksen kannattavin yritysmuoto on avoin yhtiö, sillä yrityksessä toimii kaksi tasavertoisesta osakasta, yritystoiminta vaatii runsaasti työvoimaa, yritystoiminnan vaatima pääomapanos ja riskit pienenevät, sekä tällainen yritysmuoto mahdollistaa voittovarojen noston yksityiskäyttöön.



### 4.3 Luova talous

Luova talous on tämän hetken merkittävin ilmiö, ja se merkitsee maailmanlaajuisella tasolla uuden taloudellisen aikakauden tulemistä. Luova talous on siis kehitystä, minkä mukana on pysyttävä. Luovuus taloudellisena tekijänä ei ole määrällinen ilmiö, vaan ennen muuta laadullinen. Juuri tämä luovuus tekee luovan talouden hahmottamisesta hankalaa. ( Moisola, Rajanti & Vähäsantanen 2008, 7.)

Luovassa taloudessa tuotteen arvoa ei mitata pelkkien tuotteiden aineellisten ominaisuuksien mukaan. Arvoa määrittelee myös tuotteen antamat ja luomat merkitykset. Tuotteen valmistaminen ei perustu pelkästään raaka-aineen muovaamiseen, sillä siitä ei enää voittoa kerry. Tuotteelle on annettava merkitys, jota arvostetaan, ja jonka voi kokea omakseen. Painopiste siis siirtyy tuotteen tuottamisesta tunteiden tuottamiseen. (Moisola ym. 2008, 7-8.)

Luovuutta on vaikea mitata tai tunnistaa tilastotieteessä. Luovuus on tekemistä uudella tavalla, ja siksi sitä on vaikea mitata. Sitä ei voi esimerkiksi kuluttaa määrällisesti loppuun. Luova talous koostuu monipolvisesta prosessista. (Moisola ym. 2008, 8.)

Luovat toimialat käsittävät alat, joiden alkuperä on yksilöllisessä luovuudessa, kyvyssä ja lahjakkuudessa. Luovat alat luovat työpaikkoja ja vaurautta immateriaalioikeuksien tuottamisen kautta. Tämä luokitus kiinnittää luovat toimialat kiinteästi perinteisiin kulttuurisen luovuuden aloihin sekä tekijänoikeuksiin. Luovuutta ei kuitenkaan määritellä lähtökohtaisesti tiettyjen alojen kautta, vaan luovuus nähdään yleisinhimillisenä ominaisuutena sekä tuottavana toimintana. (Moisola ym. 2008, 25-26)

Olen nähnyt aina itseni luovalla ja innovatiivisella toimialalla. Media-ala on usein teknisen ja taiteellisen sektorin yhdistämistä, jolloin siinä vaaditaan luovuuden lisäksi myös ymmärrystä teknisiin mahdollisuuksiin ja rajoitteisiin. Käyttämällä tekniikkaa luovuuden välineenä syntyvät raamit kokonaistuotteen ympärille. Tämä tekee media-alasta minua erityisesti kiinnostavan.

#### **4.4 Luovan alan yrittäjän haastattelu**

Haastattelin Musafilmi Ky:n ohjaaja/tuottaja Noora Männistöä, joka tekee pääasiassa dokumentteja YLE:lle sekä pyydettäessä yhdistys-, projekti- ja yritysesittelyitä.

Männistöllä on pitkä historia media-alalla. Hän on käsikirjoittanut, juontanut, ohjannut ja näytellyt TV2:n lastenohjelmien toimitukselle. Seitsemäntoista vuotta hän teki freelancerina lastenohjelmia ja myöhemmin lastenelokuvia TV1:lle. Sen jälkeen hän oli mukana perustamassa Filmihalli Oy:ta, mikä teki erilaisia videotöitä, kuten dokumentteja, yritysesittelyitä, tilauselokuvia kaupungille, kunnille ja esimerkiksi museovirastolle. Filmihalli Oy jakaantui myöhemmin kahdeksi yritykseksi. Toinen niistä oli Musafilmi, minkä kautta Noora Männistö tekee edelleen töitä.

Männistö kertoo tekevänsä työtä paljolti yksin. Työskentelytapaansa hän kuvailee samankaltaiseksi kuin Agnes Warda elokuvassa Poimijat. Männistö kertoo poimivansa kuvia, tekoja ja tunnelmia, jotka kertovat jotain myös yhteiskunnasta ja yhteisöistä.

Kulttuurin säilömisestä Männistö sanoo näin:

*Ennen elokuvaa kulttuurista, niin kuin historiasta ylipäätään, säilyi seuraaville sukupolville pääasiassa vallanpitäjien, päättäjien ja varakkaiden kulttuuriperintöä ja historiaa. Toki elokuva-kin on palvellut, ja palvelee vieläkin, tuossa samassa tehtävässä. Mielestäni kuitenkin juuri dokumentti lajina voi tallentaa*

*myös tavallisen ihmisen kulttuuria ja historiaa ja parhaimmillaan hänen silmänsä tasolta hänen kokemanaan. Pidän tärkeänä, että kulttuuri eri aikoina saa valotusta eri näkökulmista ja myös säilyy monimuotoisena kulttuurihistoriana. (Männistö 2012.)*

Hän jatkaa, että yrittäjän näkökulmasta kulttuuriperinteiden säilömisestä on vaikea saada toimeentuloaan. Toisaalta esimerkiksi seurantadokumenttina tuotteen voi saada myytyäkin. Lisäksi rahaa voi saada mikäli yritys on aktiivinen erilaisissa kulttuuri- tai historiaprojekteissa, joissa rahoitus tulisi osana hanketta tai projektia. (Männistö 2012.)

Kysyntää kulttuuriperinteiden tallentamiselle Männistön mukaan on, mutta kysyjät ovat usein pieniä yhteisöjä, joilla ei ole maksukykyä.

*Kulttuurityön arvon tärkein mittari on mielestäni ihmisten elämän rikastaminen, "maailman-parantaminen". Taloudellistakin arvoa työllä on, mutta sitä pitäisi mitata pidempiaikaisen, usealle yhteiskunnan osa-alueelle kohdistuvan seurannan avulla.*

Männistö uskoo, että ihmisen, joka tuntee vanhaa kulttuuria ja omia juuriaan, on turvallisempi elää erilaisissa yhteisöissä ja ottaa vastaan muuttuvan maailman haasteita joutumatta tahdottomaksi, manipuloivaksi kuluttajaksi tai asiakkaaksi. Männistö huomauttaa, että kulttuuriperinnön säilöntä terminä tuntuu kulttuurin jähmettämiseltä kuin se olisi hyytelöä tai hilloa. Säilyttäminen pitäisikin ymmärtää enemmänkin elossa pitävänä toimintana. Tätä kautta vanhan kulttuurin elävä tuntemus auttaisi arvioimaan muutoksien seurauksia ja tekemään sopivasti sovellettuja omaan kulttuuriin sopivia muutoksia.

*Yhteiskunnassa usein, niin kuin nytkin, ovat kuitenkin vallalla kovat arvot, ts. taloudellinen "kannattavuus" on useasti ensimmäinen kriteeri, mihin vedotaan valintoja tehtäessä. Kannattavuus on valitettavan usein hetkellistä ja tuotto päättyy harvojen käsiin, yhteisöjen ja yhteiskunnan jäädessä maksu-miehiksi. (Männistö 2012)*

Yhdeksi hienoimmaksi hetkeksi työhistoriassaan hän kuvailee hetkeä, jonka hän jakoi 92-vuotiaan sotaveteraanin kanssa pohjoissatakuntalaisella syrjäkylän joella. He olivat kävelleet rantaa pitkin ja veteraani oli näyttänyt majavanpesiä, kertonut pullopostista ja muista tapahtumista, joita joella oli tapahtunut. Veteraani oli kuitenkin yhtäkkiä vakavoitunut ja sanonut, että on tässä surullistakin kerrottavaa. Hän kertoi, miten hänen kaksivuotias tyttärensä oli hukkunut siihen samaiseen jokeen.

*Vahva pala ihmisen elämää tuli talletettua ihan kuin vahingossa. Tuntui hienolta.* (Männistö 2012.)

Männistö toteaa lopuksi että vaikkei työ ole aina taloudellisesti kovin kannattavaa, niin asioiden havainnointi, keksiminen ja toteuttaminen tuottavat mielihyvää, jota ei rahalla saa.

Kysyttäessä, miksi hän tekee työtänsä, hän vastaa innostuvansa uusista haasteista. Uusi idea seuraavaan elokuvaan syntyy jo edellistä tehdessä, eli työ johdattaa toiseen. Hän toivoo, että voi vaikuttaa elokuvillaan kertomalla asioista, jotka eivät ehkä ole kaikkien nähtävillä. (Männistö 2012.)

## **5 TOIMINTA-AJATUS**

### **5.1 "Tämä päivä on huomisen kulttuuriperinnettä"**

Yritys on erikoistunut audiovisuaaliseen tuotantoon. Video- ja multimediatuotantoa tuotetaan yritysten, yksityisten henkilöiden ja harrasteseurojen historiikkien tallentamiseen sekä yrityksiensä sosiaalisessa mediassa tapahtuvan markkinointiviestinnän käyttöön. Yritys toteuttaa av-tuotannon vaiheet sisällöntuottamisesta taltiointiin, sekä jälkikäsitteilyn että tuotteen julkaisemisen.

Toiminnan lähtökohtana on tuottaa merkityksellisiä av-palveluita yksilöllisesti sekä ihmisläheisesti. Palvelut toteutetaan valmiiden toimintasuunnitelmien pohjalta, mutta ne räätälöidään ja tuotetaan aina tilaajan näköisiksi. Mediatyöskentelyssä huomioidaan, että tiedon puute on nuorilla ja vanhemmilla eri kohdissa.

Yrityksen arvot ovat teeskentelemättömyys, joustavuus sekä eri kulttuurien kunnioitus. Nämä periaatteet ohjaavat valintoja sekä työntekoa jokaisessa tuotannon vaiheessa.

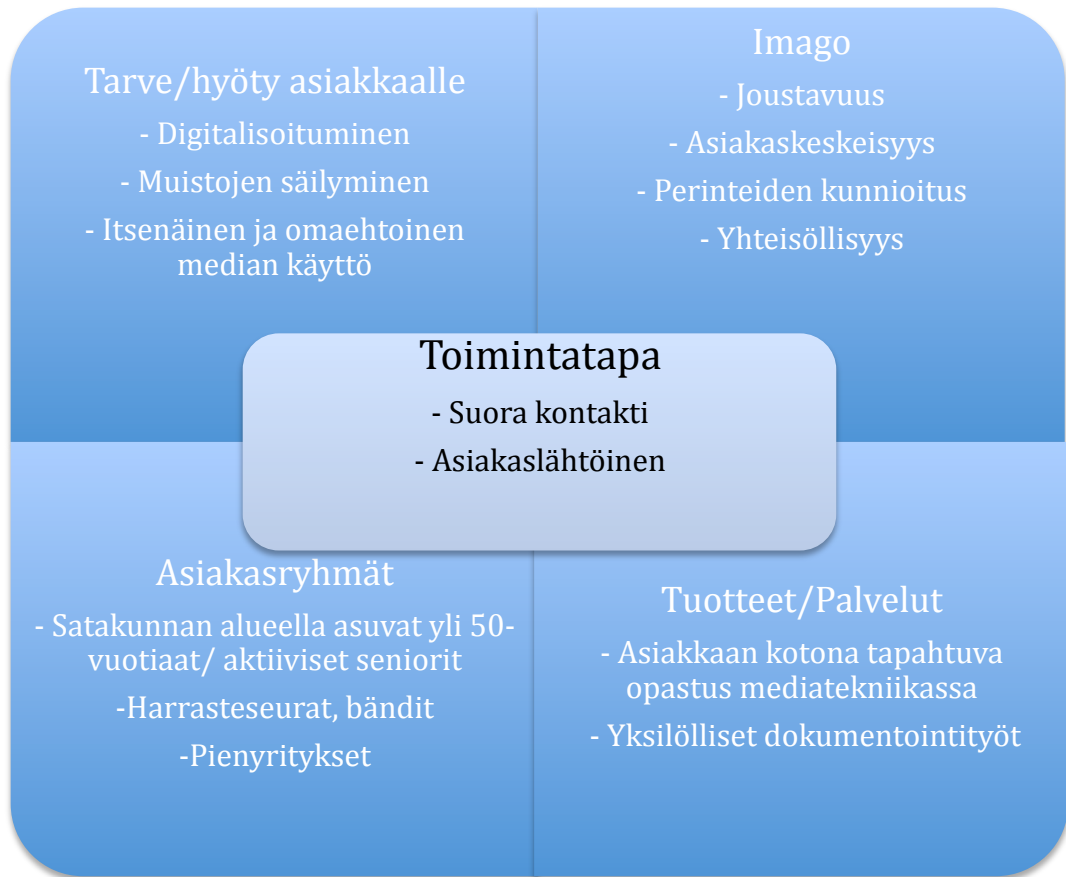
## 5.2 Toimintatavat

Yrityksen palvelut ovat audiovisuaalinen tuotanto ja dokumentointi. Palvelut on tuotteistettu palvelemaan yksityis- ja yritysasiakkaiden tarpeita toimintakulttuurien, kulttuuriperinteiden taltioimisessa sekä mediakulttuurin parissa toimimisessa.

Tuotanto jakaantuu kahteen eri sektoriin. Yksityisille asiakkaille tehdään dokumentointi- sekä opastustyötä. Yrityksille tarjotaan sosiaalisen median markkinointipaketteja. Painopiste on kulttuuriperinnön ja mediakulttuurin yhdistämisessä.

Tärkeänä osana työskentelyä on tuoda mediakulttuuri, sen luominen ja sen parissa työskentely tutuksi myös niille asiakkaille, joille mediakulttuurin parissa toimiminen ei ole ollut entuudestaan tuttua.

Pääasiakasryhmiä ovat pienyritykset, harrasteseurat sekä eläkeikäiset tai sitä lähestyvät yksityiset henkilöt. Jako harrasteseurojen sekä yksityisten henkilöiden välillä on häilyvä, sillä esimerkiksi sukuseurojen kanssa voidaan tehdä yhdistyksen yhteinen tuotanto tai se voidaan tehdä yhden yksityisen tilaajan kautta. Samoin yksityinen henkilö voi haluta dokumentoida esimerkiksi oman urheiluseuransa historiikin.



KUVIO 1 Yrityksen toimintatapa

## **6 ASIAKKAAT**

### **6.1 Yksityisasiakkaat**

Yksityisasiakkaiden palvelut on pääasiallisesti suunnattu vanhemmalle väestölle eli keski-ikäisille ja sitä vanhemmille. Tuotteet on suunniteltu ikäryhmille, joille on jo kertynyt tarinoita elämän varrelta, ja jotka haluavat siirtää omia perinteitään sekä muistojaan lapsenlapsilleen. Tuotteissa on ajateltu myös niitä, jotka eivät joudu käyttämään tekniikka arkipäivässään, eivätkä ole tottuneet käsittelemään digitaalisia välineitä.

Yhtenä kohderyhmänä toimivat perikunnat, jotka haluavat dokumentoida läheisen ihmisen kuoleman jälkeen jääneitä muistoja. Esimerkiksi voidaan haluta digitoida vainajan kirjeitä ja valokuvia tai tehdä asuinpaikan maisemista videokuvatallennus.

Myös nuoremmalle väestölle tarjotaan opastusta median hallinnassa. Ohjaustyössä, toisin kuin vanhemmalle väestölle suunnatussa opastuksessa, painotetaan enemmän sisällöntuottamista ja tuotannon jälkityötä. Monet nuoret käyttävät teknisiä laitteita jo valmiiksi sujuvasti.



## 6.2 Yrityisasiakkaat

Yrityisasiakkaiden palvelut suunnataan yksityisyrittäjille ja pienyrityksille. Pääpaino on sosiaalisessa mediassa. Kohderyhmiä ovat erityisesti ne yritykset, joilla ei ole resursseja luoda omia markkinointimateriaaleja, etsiä kanavia niiden levitykseen tai taitoja ylläpitää ja päivittää sosiaalisen median profiileja. Yrityisasiakkaille suunnitellaan sosiaaliseen mediaan tehtäviä mediaesityksiä. Näitä voivat olla mainoselokuvat, yritysesittelyt, palvelukuvaukset, luentosarjat, Facebook-markkinointi tai muiden foorumikeskusteluiden kautta tapahtuva mainostus.

Materiaalin sekä muun informaation levitys tapahtuu Internetissä. Julkaisukanavina toimivat sivustot määritellään yrityksen markkinoinnan tuotteelle määritetyn kohderyhmän mukaisesti.

Markkinointipaketit räätälöidään yritysten tarpeiden mukaan. Paketissa määritellään tuotteen formaatti, pituus, levityskanavat, tyylilliset seikat sekä se, kuinka pitkäkestoista ja aktiivista markkinointi on. Haluttaessa yrityksen henkilöstöä koulutetaan markkinoinnin päivittämiseen sekä tarvittavien profiilien ylläpitämiseen.

### **6.3 Harrasteseurat**

Yhtenä suurena kohderyhmänä ovat harrasteseurat. Harrastusryhmien on mahdollista saada toimintansa kuvaus videoituna, valokuvattuna ja diaesityksenä. Tuotteita voidaan käyttää markkinointimateriaalina uusien harrastajien hankkimiseen sekä dokumentointiaineistona seuran ja lajin kehityksestä. Tuotettua materiaalia voidaan julkaista seuran nettisivuilla, käyttää osana kausijulkaisua tai esittää sitä jäsentapahtumissa.

Harrasteseuroille myydään myös mahdollisuutta koulutusvideoiden tuottamiseen. Koulutusvideoissa voidaan esitellä lajin säännöt sekä pääpiirteet, ohjeistaa oikeaoppisiin suorituksiin tai esitellä seuran omaa huippuosaamista. Opetusmateriaalia seurat voivat myydä tai jakaa jäsenilleen.

## 7 KOKONAISTUOTE

### 7.1 Palvelu

Yksityisasiakkaiden kanssa painotetaan henkilöhistoriikkien dokumentointia. Siksi työskennellessä on tärkeää kunnioittaa asiakkaan toiveita työskentelytavoista. Esimerkiksi vanhoja valokuvia tulee käsitellä varovaisesti . Myös lopputuloksesta pitää tulla asiakkaan näköinen.

Jokainen työvaihe, kuten haastatteluiden kuvaaminen, vanhan materiaalin digitointi, leikkaus ja julkaisu, selitetään asiakkaille selkeästi ja avoimesti, niin että asiakas tietää koko ajan, miten dokumentti kehittyy, ja millaisia työvaiheita ja -tehtäviä tuotannon aikana suoritetaan. Yksityisasiakkaiden kanssa yksi tärkeimmistä työvaiheista on tutustua heihin, ja keskustella siitä, mikä on heille tuotannossa oleellisinta ja tärkeintä, sekä siitä, mitä he haluavat dokumentoinnissa tuoda esille.

Tuotteita voidaan yhdistellä tai niitä voidaan karsia asiakkaan tarpeiden mukaan. Asiakas on mukana kaikissa tuotannon vaiheissa ja määrittelee itse sen, kuinka paljon hän haluaa ohjeistusta itsenäistä työskentelyä varten. Asiakkaan on mahdollista suorittaa työvaiheet kokonaan itse yrittäjän ohjeistuksella tai vain seurata tekoprosessia ja tämän kautta hahmottaa dokumentointityön kokonaisuutta.

Pienyrityksien ja harrasteseurojen kanssa työskentely-ympäristönä ja av-materiaalin julkaisukanavana toimivat verkko ja sosiaalinen media. Näille tarjottavat tuotepaketit räätälöidään yrityksen asiakaskunnan ja toimialan mukaisesti, ja ne tuotetaan yrityksen arvoja

kunnioittaen. Yhdessä yrityksen kanssa valitaan oikeat sosiaaliset mediat sekä mietitään, millaista informaatiota heidän asiakkaansa ovat kiinnostuneita yritykseltä saamaan, ja mikä on hyvä informaation julkaisuväli. Yritystä ohjeistetaan toimimaan verkkomarkkinoinnissa osaksi myös itsenäisesti, ja heille luodaan puitteet itsenäiseen markkinointi-informaation päivittämiseen.

Kun tietoa etsitään Internetistä, täytyy tiedon olla kiinnostavaa ja nopeasti saatavaa. Multimediaesitykset koostuvat äänistä, liikkuvasta kuvasta sekä mahdollisista lyhyistä iskevistä teksteistä. Nämä ovat elementtejä, mitkä herättävät huomion viestin katsojassa nopeasti, ilman että katsojan on nähtävä napin klikkausta enempää vaivaa. Lyhyiden multimediaesitysten etuna kirjoitettuun selosteseen on se, että esityksessä tieto konkretisoituu kuvallisesti, ja tiedon etsijä näkee heti esimerkiksi sen, minkälainen yrityksen työympäristö on, minkälainen tapa heillä on toimia tai minkälaisia töitä yritys on tuottanut.

Yritysten vanhat asiakkaat voivat jakaa videoklippejä eteenpäin, ja näin saada omia verkostojaan kiinnostumaan yrityksen toiminnasta.

Yritysassiakkaita autetaan teknisen työn toteuttamisessa ja hallinnoinnissa. Heille tarjotaan laitteisto ja työntekijä dokumentointitöiden tekoon. Yritykset saavat itse määritellä, kuinka paljon he itse panostavat julkaisutyöhön, ja kuinka paljon he tarvitsevat tukea esitysten laatimisessa ja editoinnissa.



KUVIO 2 Yrityksen SWOT-analyysi

### **7.1.1 Medialaitteet**

Yksityisten asiakkaiden on myös mahdollista saada apua ja tukea itsenäiseen mediakäyttöön. Monista talouksista löytyy tekniikkaa, mitä ei osata hyödyntää. Esimerkiksi videokameran käyttö voi olla vierasta. Asiakas ei tiedä, kuinka materiaalia saadaan digikameroista tietokoneelle ja edelleen sieltä tulostettuna ulos. Tai hän ei tiedä, miten Internetin välityksellä voidaan ottaa videoyhteys kaukana asuvaan sukulaiseen tai tuttavaan.

Asiakkaita opastetaan tiedostojen hallitsemisen alkuvaiheesta valmiiseen tulokseen, niin että vastaisuudessakin he pystyvät toimimaan mediaympäristöissä ilman ulkopuolista tukea mahdollisimman tehokkaasti ja monipuolisesti.

### **7.1.2 Nuorten ohjaus**

Nuorille asiakkaille tarjotaan tukea ja opastusta omien taiteellisten töiden valmistamiseen. Näitä ovat esimerkiksi digikuvat, musiikkivideot ja omat äänitallenteet. Asiakkaille annetaan työkalut käsikirjoittamiseen, tuotannon kokonaisuuden hahmottamiseen sekä valmiin työn levitykseen. Tämän kaltaisia palveluita voidaan tilata koulutus- ja kurssimuodossa tai yksityisopetuksena.

### **7.1.3 Muut dokumentoinnit**

Yksityisasiakkaille on tarjolla myös häiden, ristiäisten ja muiden merkkipäivien taltiointi. Juhliin voi tilata video- tai valokuvaajan, joka kuvaa tapahtuman, käsittelee kuvat ja pakkaa tiedostot levyille niin, että ne ovat heti valmiita tulostettavaksi tai lähetettäväksi sähköpostilla.

Vaihtoehtona on myös lähettää juhlissa olleiden vieraiden ottamia kuvia, jolloin ne käsitellään paremman tasoisiksi ja pakataan yhte-näiseksi levyksi tai kuvat julkaistaan internetgalleriassa.

## 7.2 Tuotteet

Yksityisille asiakkaille päätuotteita ovat muistotallenteet, jotka voi-vat olla video- tai äänituotantoja. Muistotallenteet toimivat lahjoina esimerkiksi isovanhemmilta lapsenlapsille. Näiden välityksellä he voivat kertoa omista elämästään ja jättää perintönä kuvauksen omasta historiastaan. Materiaalina voidaan käyttää vanhoja valoku-via ja videoita, sekä tallentaa uutta materiaalia videokuvana tai ää-niraitana. Valmis työ on dokumentti asiakkaan eletystä elämästä ja kertyneistä muistoista.

Vanhoja äänitiedostoja sekä video- ja valokuvia on mahdollista tal-lentaa digitaaliseen muotoon. Videot ja digitaaliset materiaalit säi-lyvät pitkään, vievät vähän tilaa ja niiden tallennusformaattia voi-daan päivittää teknologian kehittyessä. Materiaalit on mahdollista saada datamuodossa, eli yksittäisinä tiedostoina levyille talletettui-na, mutta myös esimerkiksi kuvakirjana, digitaalisena diaesityksenä tai suoraan Internetiin luotuun kuvagalleriaan. Halutessa voidaan valita tiedostojen teemaan sopiva ulkoasu, kuten esimerkiksi van-hanaikaisuus, romantiikka tai ilo. Näin kuvien jakaminen sukulais-ten ja ystävien kanssa on nopeaa ja vaivatonta, ja ulkoasujen eri teemat tuovat materiaalille lisätunnelmaa.

### **7.2.1 Muistokapseli**

Muistokapselit kootaan digitoimalla vanhoja dokumentteja, kuten valokuvia, videoita ja kirjeitä. Myös kaitafilmiä ja muiden vanhojen äänitteiden digitointi on mahdollista yhteistyökumppaneidemme kautta.

Asiakas valitsee itse ne materiaalit, jotka hän haluaa digitoida, ja vastaa tekijänoikeudellisista asioista. Halutessaan asiakas voi olla mukana digitointityössä. On mahdollista tuoda kannettava laitteisto asiakkaan luokse, jolloin voidaan seurata, miten työtä tehdään ja kuinka digitointi tapahtuu. Jos asiakas haluaa oppia itse työn vaiheet, häntä ohjeistetaan työtä tehdessä niin, että hän pystyy vastaisuudessa suorittamaan työtä itse. Vaihtoehtoisesti kuvat voidaan digitoida *AV-tuotanto ja -dokumentointi Kuudes.osan* toimistotiloissa.

### **7.2.2 Muistokuva**

Muistokuva on video- tai äänimateriaalia, joissa asiakas kertoo omin sanoin elämästään, ja niistä asioista, jotka hän on kokenut tärkeiksi. Valmis teos on dokumentaarinen elokuva tai äänite. Muistokuvien sisältö suunnitellaan asiakkaan kanssa yhdessä, mutta pohja ja apukysymykset annetaan asiakkaalle käsikirjoittamisen tueksi.

### **7.2.3 Mainoselokuvat**

Mainoselokuvat toimivat viihteellisenä tapana viestittää, minkälainen yritys on kyseessä. Mainokset voivat olla narratiivisia, sijoittua fiktiiviseen maailmaan ja niissä voi olla juoni. Mainoksista voidaan



luoda videosarja, missä videot toimivat yksittäisinä julkaisuina, mutta samalla niissä on yhtenäisiä elementtejä tai sarjamuotoisesti jatkuva juoni.

Videomateriaalin avulla on helppo kertoa, mitkä ovat yrityksen tärkeimmät arvot. Esimerkiksi äänitysyritys haluaa mahdollisen asiakkaan näkevän, kuinka kaiken toiminnan pohjana on vapaa ja luova ilmapiiri, kun taas yksityiselle sosiaalisen alan yritykselle tärkeää on viestittää luotettavasta ja arvokkaasta hoitotyöstä. Mainoselokuvis- sa mielikuvien avulla viestitään yrityksen toiminta-ajatuksesta.

#### **7.2.4 Yritysesittelyt**

Yritysesittelyt ja palvelukuvaukset toimivat paljolti samaan tapaan kuin mainoselokuvatkin, mutta ne ovat informatiivisempia. Esittelyitä sekä kuvauksia voidaan tehdä videona, animaationa tai digitaalisina diaesityksinä. Liikkuvan kuvan, äänen ja muun multimedian avulla julkaisuun luodaan rytmiä ja haluttua tunnelmaa, mikä keventää informaation vastaanottamista.

Yritysesittelyissä tai palvelukuvauksissa ei käytetä fiktiivisiä käsikirjoituksia, vaan materiaali koostetaan taltioimalla todellisia työtilanteita, yritystapaamisia, palavereita tai esittelemällä valmiita töitä. Lisäinformaatiota voidaan antaa lisäämällä kuvien sekaan tekstikuvauksia yrityksen toiminnasta. Yritysesittelyt sekä palvelukuvaukset on tarkoitettu informatiivisiksi julkaisuiksi, joissa tieto on selkeästi esillä.

### **7.2.5 Luennot levyille**

Luentosarjat ovat taltioituja puhetilaisuuksia, joita voidaan leikata tiiviimmiksi, ja tarvittaessa lisätä faktoja tekstinä. Pääasiassa niiden tarkoitus on kuitenkin toimia video- tai äänitallenteina pidetyistä luennoista tai muista sen kaltaisista tilaisuuksista. Tallenteet ovat digitaalisia dokumentteja, minkä tarkoitus on yleensä valottaa jotakin asiaa tai muuten tuottaa informaatiota katsojille. Luentosarjat kertovat yrityksen tietotasosta ja osoittavat yrityksen sisäistä osaamista sekä tietämystä.

### **7.2.6 Facebook**

Facebook ja muut vastaavat foorumit toimivat tallenteiden julkaisukanavina sekä yrityksen toiminnan tiedottamiskanavina. Facebookissa voidaan julkaista luentosarjoja tai lyhyitä koosteita niistä, ja tällä tavoin luoda avointa kuvaa yrityksen tieto- ja osaamistasosta. Yrityksiä ohjeistetaan facebookin käyttöön, ja he voivat määritellä kuinka paljon heillä on resursseja omatoimiseen markkinointiin.

### **7.2.7 Sosiaalinen media**

Sosiaalisessa mediassa markkinointi edellyttää uuden ja tuoreen informaation jakamista tasaisessa virrassa. Tyhjänä oleva profiili ei markkinoi itsestään. Julkaistut esitykset luovat mielikuvaa yrityksen aktiivisesta toimimisesta sekä muistuttavat toimijan olemassaolosta.

Internetissä tiedon levittäminen on helppoa ja nopeaa, mutta juuri siksi sen on oltava harkittua ja valvottua. Kännykkäkameran huonolla kuvalaadulla kuvatut omasta mielestä hauskat videot saattaa

joku ulkopuolinen, mahdollinen asiakas, tulkita väärin, ja kokea näkemänsä perusteella yrityksen toiminnan epälaadukkaaksi. Kun mediatuotokset tehdään ammattimaisella kalustolla, suunnitellaan huolella ja sisältö tuotetaan kohderyhmää ajatellen, korostuu asiakkaille se imago, mitä yritys haluaa ulospäin viestittää.

## 8 AMMATTITAITO

### 8.1 Yrittäjän tärkeät ominaisuudet

Valmistun ammattiin, missä tehtävänä on tuottaa luovaa työtä. Työt ovat usein projektiluonteisia, eikä projektin päätyttyä ole välttämättä tiedossa seuraavaa työtehtävää. Mediakentällä työskentelyssä ei päde perinteinen ”kahdeksasta neljään” työmoraali, vaan työtä pitää osata aikatauluttaa sille otollisimmille ajoille. Lisäksi tärkeäksi osaksi työllistymistä tulee taito osata markkinoida itseään.

Markkinointiin tarvitaan kommunikointia ja sen on oltava avointa, rehellistä ja kaksisuuntaista. Yrittäjän ja asiakkaiden välisen kontaktin kautta palvelu saadaan ihmisten tietoon ja halujen kohteeksi. Juuri kasvotusten tapahtuva kanssakäyminen on kaikkein tärkein kommunikoinnin muoto, sillä se jättää voimakkaimman ja kauaskantoisimman mielikuvan. (Alanko 2004, 11.)

Luovan ja teknisen työn yhdistäminen on mielenkiintoista ja monipuolista, mutta vaatii tekijältään laajaa osaamiskenttää, sekä taitoa hallinnoida eri osa-alueita. Media-alalla tekniikka ja työympäristöt kehittyvät jatkuvasti, joten alalla toimivien tekijöiden on kehityttävä jo pelkästään muuttuvien työvälineiden muuttuessa pysyäkseen mukana kilpailussa. Kuluttajat vaativat aina vain yksilöllisempää palvelua ja tuotteen huippulaatua pidetään itseisarvona. Ostetun tuotteen on annettava kuluttajalle kokonaisvaltainen elämys. (Alanko 2004, 28.)

Mutta työ ei valmistu ainoastaan vain teknisten laitteiden avulla. Esimerkiksi luovuutta vaativiin suunnittelu- ja ideointi töihin ei ole olemassa teknisiä laitteita. Sen sijaan on olemassa harjoituksia, joiden avulla voi avata ajatuksia, kehittää uusia ideoita tai etsiä itselleen alkusysäyksiä käsikirjoittamiseen. Maine ja kunnia ovat katoavaista ja kilpailu on kovaa, joten yksityisyrittäjällä ei ole aikaa jäädä odottamaan inspiraatiota, sillä sitä ei välttämättä koskaan tule, mutta sen sijaan oman työn sujuvuuteen ja motivointiin voi vaikuttaa monilla tavoin. Työtä ei ainakaan kannata jarrutella vanhanaikaisilla uskomuksilla, säännöksillä ja rajoituksilla. Yrityksen tärkein pääoma on työntekijän korvien välissä. (Alanko 2004, 38-41.)

Tärkeitä taitoja ovat myös taito osata etsiä tietoa itsenäisesti, taito löytää aikaa uusien asioiden oppimiseen sekä halu itsensä kehittämiseen niin luovalla - kuin tekniselläkin saralla. Vaikka asiat sujuisivat näennäisesti ilman ongelmia on kaikessa aina varaa parantaa. On tärkeää löytää itselleen sopivat toimintamallit. On tiedostettava, mitkä asiat toimivat oman ammattitaitoni perustana, ja millaisessa aikataulussa pystyn suoriutumaan työstäni. Töitä on tehtävä herpaantumatta ja täydellä sydämellä. Oikeassa olosuhteissa kehitystä tapahtuu kuin itsestään. Näiden asioiden määrittäminen on pohjana oman ammattitaidon kehittämiseksi. (Alanko 2004, 42.)

Esimerkiksi luovuutta vaativaa suunnittelutyötä ei ole pakko toteuttaa toimistolla tietokoneen ääressä. Tuotteliaampaa voi olla hetki puistossa tai kävelyretki rannassa. Tärkeää ei ole se, että näytetään siltä kuin tehtäisiin työtä, vaan se, millaisia tuloksia saadaan.

Projektityössä tulee eteen hetkiä, jolloin työtä ei sillä hetkellä ole. Tätäkin aikaa on aikataulutettava, sillä samalla tavalla kuin liian tiivis työtahti, myös löyhä aikataulu on huono kannustin.

Jos aikaa edellisestä työkerrasta on kulunut liian kauan, ei työhön välttämättä pääse enää sisälle. Samoin, jos työtä tehdään vain vähän väliä, voi kynnyks töihin menoon kasvaa.

Yrittäjänä on vaikea luopua mahdollisista tilaustöistä, mutta keskeisenä asiana hyvän työvirran säilyttämisessä on työjaksaminen ja henkinen palautuminen, sillä pitkäjänteinen menestyksen rakentaminen perustuu ihmisen hyvinvointiin.

Työstressi voi aiheuttaa uupumusta, jolloin vireystila on matala, ja työstä on vaikea löytää myönteisiä kokemuksia. Henkinen tasapaino ja hyvä itsetunto ovat edellytykset sille, että saa aikaan tuloksia sekä pelkästään jo sille, että jaksaa tehdä töitä. Aivot ovat työntekijän tärkein työväline ja samoin kuin tietokone on joskus suljettava, myös aivojen on annettava aika ajoin palautua. (Alanko 2004, 42-43.)

Motivaatio, työvirtauksen sujuvuus sekä jaksaminen työssä ovat ne asiat, joiden avulla saavutetaan sovitut päämäärät, ja joiden varassa oma ammattitaito kasvaa. Luovuutta ja kekseliäisyyttä löytyy kaikista, on vain luotava puitteet ja annettava tilaisuus käyttää omaa päätään ilman pelkoa epäonnistumisen seurauksista. On opittava kannustamaan, kehuaan ja palkitsemaan itseään. Raha on hyvä motiivi työnteolle, mutta yksinään riittämätön. (Alanko, 2004 44-45.)

## 8.2 Oma osaaminen

Olen opiskellut media-alaa seitsemän vuotta. Olen valmistumassa keväällä 2012 medianomiksi Jyväskylän ammattikorkeakoulusta, jossa opinnot aloitin syksyllä 2007.

Tätä ennen suoritin media-assistentin tutkinnon vuosina 2003-2006 Satakunnan käsi- ja taideteollisessa oppilaitoksessa. Lisäksi olen suorittanut dokumenttituotannon opintoja ollessani työttömänä vuonna 2006.

Aloitettuani opiskelut ammattikorkeakoulussa minulla oli siis jo pohjakoulutus media-alalta. Pystyin jo heti alussa opiskelemaan useampia kursseja, sillä perusopintoihin ei tarvinnut kuluttaa paljoa energiaa. Tämä edesauttoi sitä, että pystyin syventämään tietojani asioista jotka kiinnostivat ja olivat jo entuudestaan tuttuja, mutta myös siihen, että pystyin valitsemaan kursseja, joita minulla ei ollut ennen ollut.

Pääasiallisesti opintokokonaisuuteni koostuivat av-tuotannosta ja Tv- sekä elokuvailmaisusta, mutta ehdin keskittyä myös kuvankäsittelyyn sekä mediakasvatukseen. Erilaiset projektiopinnot olivat suuressa osassa opiskeluani. Nämä kokonaisuudet sisälsivät av-laitteiden tekniikan hallinnan lisäksi dokumenttikerrontaa, luovaa kirjoittamista sekä tuotannon hallitsemista.

Opiskelut Jyväskylän ammattikorkeakoulussa perustuvat pitkälti projektityöskentelyyn, joka on ollut yksi niistä asioista, jotka ovat mahdollistaneet minulle laajan osaamis pohjan.

Ryhmätyöskentely ja oman panoksen tärkeyden hahmottaminen kokonaisuuden toimivuudessa sekä lopullisessa tuloksessa, on ollut tärkeimpiä oppeja tämänkaltaisessa opiskelussa, mutta siinä sivussa on tullut taito tarvittavien teknisten asioiden hallitsemiseen.

Projektityöskentelyssä pääsee tutustumaan tuotannon koko kaareen. Tämä auttaa hahmottamaan ne resurssit, joita onnistunut projekti vaatii. Eli eri taitojen, tietojen ja osaamisen hyödyntäminen päämäärän saavuttamiseksi.

Tekniset laitteet ja tietokoneohjelmat ovat minulle helppoja omak-sua. Pidän työskentelystä tietotekniikan sekä muun tekniikan paris-sa, ja olen aina ollut kiinnostunut opiskelemaan uusia ohjelmistoja, päivityksiä ja tapoja työskennellä medialaitteiden avulla. Vielä het-ki sitten ajattelin, että aina ensin on hallittava tekniikka, ja vasta sitten voi alkaa toteuttamaan omaa taitteellista näkemystä. Opin kuitenkin, että sisältö on tuotannossa vähintään yhtä tärkeää. Juuri erinäiset dokumenttikerronnan kurssit ohjasivat ajatteluani suuntaan, missä korostuu kerrottu viesti, sanoma, ja se että tuo-toksella on jokin merkitys.

Opiskeluideni aikana olen myös suorittanut pakollisen yrittäjyys-kurssin. Kurssi valotti hyvin niitä virallisia ja teknisiä puolia, mitä yrittäjyydessä on, mutta todellisen ymmärryksen yrittäjyydestä sain ollessani harjoittelijana yksityisyrittäjällä. Harjoitteluni aikana sain seurata, niin hyvässä kuin pahassa, mitä todellisuudessa tarkoittaa se, että palkka ei tule kuukausittain, vaan palkan maksaa yrittäjä itselleen. Opin mitä mahdollisuuksia, velvollisuuksia ja vapauksia yrittäjällä on, ja miten työtä tehdään, ei vain asiakkaille, mutta myös itselle.

Markkinointia ei ole ainoastaan lehti-ilmoitukset vaan myös tehdyt työt ja vanhat asiakassuhteet. Suurta osaa oman yrityksensä mark-kinoinnissa näytteleekin juuri oma osaaminen.

Koen, että suorittamani harjoittelu sekä projektiopinnot tukevat toi-siaan ja ovat tarjonneet minulle hyvät olosuhteet omien taitojeni sekä itsenäisen osaamisen kehittymiselle. Ne ovat myös nostatta-



neet minussa yrittäjähenkisyyttä sekä vahvistaneet ammatillista itsetuntoani.

Yrittäjälle ei kukaan tule kertomaan, miten asiat toimivat, vaan tietotaidon sekä tarvittavan tiedon etsimistä tullaan olla työntekijällä itsellään.



KUVIO 3 Henkilökohtainen SWOT-analyysi

## 9 POHDINTA

Media-ala mielletään innovatiiviseksi ja jännittäväksi työksi, jossa on mahdollista päästä tuomaan esille omia taiteellisia näkemyksiä. Media-alaa on pidetty trendikkäänä, työllistäväyden suhteen on luotu epärealistisia odotuksia, ja alalle koulutetaan paljon työntekijöitä.

Yrittäjäksi ryhtymisen pohjana on usein halu työllistyä alalle, jolla työpaikkoja on vähän. Aktiivisuutta löytää tilaisuuksia ja valmiutta tarttua niihin tarvitaan oman osaamisen ja kehittymisen lisäksi. Monesti juuri aloittelevilla ammattilaisilla on tarvittavaa ennakkoluulottomuutta ja kykyä heittäytyä uusiin haasteisiin.

Vaikka yrittäjänä olenkin vielä nuori, taitoja itsensä toteuttamiseen yrityksen kautta mahdollistaa mediakentällä moninaisissa tehtävissä saatu kokemus. Monipuolinen koulutus, työkokemus ja sen kautta syntyneet sosiaaliset ja ammatilliset verkostot luovat tukevan pohjan oman toiminnan aloittamiselle.

Luova ala tarjoaa mahdollisuuden innovatiivisten ideoiden esiin tuomiselle ja mahdollistaa kaupallisen työn kulttuurin parissa. Saan tehdä työtä, jolla on merkitystä sekä itselleni että isommalle yhteisölle. Kulttuuriperinteiden taltiointi on tärkeää, ja sitä tulee dokumentoida.

Yrityksen toiminta-ajatusta kehittäessä on tärkeää ottaa huomioon, miksi yritystä perustetaan. Lähtökohtana tässä työssä on ollut itsensä työllistäminen, mutta yrityksen perustamisen näkökulmasta siihen tarvitaan muutakin kuin kaunis ajatus. On oltava toimintasuunnitelma ja innovatiivinen idea sekä tarve tuotteelle, jotta asiakkaat haluaisivat käyttää siihen rahaa. Yrittäjäksi ryhtymistä helpottaa se,

että luova talous nähdään jo tärkeänä osana yrittäjämaailmaa. On alettu ymmärtää että tuotteen arvo ei enää määräydy vain raaka-aineen hinnan mukaan.

Opinnäytetyönä tehdyn av-yrityksen toimintasuunnitelman kautta olen saanut puntaroida ja tutkia ideaani luovan alan toimijana. Olen saanut uutta ja monipuolista tietoa yrittäjyydestä, eri kulttuureista sekä apuja liikeidean valmisteluun. Tämän toiminta-suunnitelman pohjalta voidaan lähteä kehittämään yrityksen laajempaa liiketoimintasuunnitelmaa. Lisäksi se luo pohjan yrityksen perustamiselle.

## LÄHTEET

Alanko, E.R. 2004. Bisnes, menestys & maalaisjärki. Helsinki: WSOY.

Herkman, J. 2001. Audiovisuaalinen mediakulttuuri. Tampere: Vastapaino.

*Kallinen, A. Nuori: älä tule millekään alalle. 12.2.2011. Viitattu 3.10.2011.*

[Http://aaronkallinen.wordpress.com/tag/media-ala/](http://aaronkallinen.wordpress.com/tag/media-ala/).

Kukkasmäki, T. 2004. Kulttuuritoiminnan käsikirja. Kuopio: Puijo.

Kulttuuriperintö ja museot. n.d. Museovirasto. Viitattu 28.9.2011.  
[Http://www.museoliitto.fi/index.php?k=9189](http://www.museoliitto.fi/index.php?k=9189).

Moisala, A., Rajanti, T. & Vähäsantanen, S. 2008. Luovat alat Satakunnassa 2008. Pori. Taideteollinen korkeakoulu, Porin taiteen ja median osasto.

Männistö, N. 2012. Musafilmi Ky. Haastattelu 6.3.2012.

Varis, T. n.d. Medialukutaito. Viitattu 3.10.2011.

[Http://www.uta.fi/~tikame/medialukutaito\\_varis.pdf](http://www.uta.fi/~tikame/medialukutaito_varis.pdf). Tampereen yliopisto.

Vesalainen, J. Försti, Y. Nieminen, P. Soini, M. Viitala, J. 1996. Aloitan oman?. Helsinki: Ajatus.

Virta, A. 2008. Kulttuuriperintö ja oppiminen. Kulttuuriperintö arjessa, 1, 126-129. Viitattu 22.9.2011.

[Http://www.edu.fi/download/124309\\_Kulttuuriperinto\\_ja\\_oppiminen.pdf](http://www.edu.fi/download/124309_Kulttuuriperinto_ja_oppiminen.pdf).