

Video perehdytyksen välineenä

Perehdytysvideosarja BW Restaurants ravintolaperheelle

Kaisa Paavilainen



Tekijä(t) Kaisa Paavilainen	
Koulutusohjelma Journalismin koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Video perehdytyksen välineenä	Sivu- ja liitesivumäärä 20 + 1
<p>Tämä opinnäytetyö on toteutettu toimeksiantona ravintolayhtiö BW Restaurantsille.</p> <p>Työn tavoitteena oli tuottaa yhtenäinen perehdytysvideosarja ravintolayhtiön tarpeisiin uusien työntekijöiden perehdyttämisen tueksi. Produktimuotoinen työ koostuu yhdeksästä perehdytysvideosta sekä kirjallisesta raportista.</p> <p>Perehdytys on todella tärkeä osa uuden työntekijän työhönottoprosessia. Sen lisäksi, että kunnollinen perehdyttäminen auttaa työntekijää pärjäämään paremmin työssään, se auttaa luomaan positiivista mielikuvaa uudesta työnantajasta ja työympäristöstä.</p> <p>On muistettava, että videot eivät voi korvata henkilökohtaista perehdytystä, mutta ne ovat hyvä apuväline perehdytyksen tukena. Kuvallinen materiaali kertoo enemmän kuin pelkkä sanallinen viesti, ja ravintoloiden esittelyssä visuaalisuudella on erityisen tärkeä merkitys.</p> <p>Videot ovat myös kustannustehokas tapa kertoa uusille työntekijöille perustietoja uudesta työympäristöstä. Videoiden välityksellä viesti saadaan kulkemaan samankaltaisena kaikille, ja niiden viesti ovat helpompi omaksua kuin kirjallinen materiaali.</p> <p>BW Restaurants ravintolaperheeseen kuuluu useita ravintoloita, joilla on kaikilla oma konseptinsa, mutta yhteiset laatustandardit ja toimintaperiaatteet. Videoiden avulla uusille työntekijöille saadaan välitettyä perustiedot yhtiön ravintoloista ja niissä työskentelystä.</p> <p>Haastattelun videoita varten yhteensä 14 BW-ravintoloissa esimiesasemassa olevaa henkilöä. Näistä haastatteluista koostin yhdeksän videota, joita elävöitin ravintoloissa kuvaamalla kuvituskuvalle.</p> <p>Videoiden sisältö sekä haastattelurungot suunniteltiin yhdessä BW-ravintoloiden edustajan kanssa. Käytännön toteutuksen eli kuvaukset, haastattelut ja editoinnin tein alusta loppuun itse. Kuvaukset aloitettiin kesällä 2017 ja saatiin päätökseen alkuvuodesta 2018, jonka jälkeen toimeksiantaja on ottanut videot aktiiviseen käyttöön.</p>	
Asiasanat Video, perehdyttäminen, haastattelut	

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Video perehdytyksen välineenä	2
2.1	Perehdytys prosessina.....	2
2.2	Videon edut perehdytyksen välineenä	3
3	BW Restaurants	5
3.1	BW Restaurants yrityksenä.....	5
3.2	Toimeksianto.....	6
4	Projektin toteutus.....	7
4.1	Suunnittelu	7
4.2	Aikataulu	9
4.3	Haastattelujen toteutus	10
4.4	Kuvituskuva.....	12
4.5	Editointi	15
4.6	Valmiit videot.....	15
5	Pohdinta	19
	Lähteet	21

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö on toteutettu toimeksiantona BW Restaurants ravintolaperheelle. Työn tavoitteena on tuottaa perehdytysvideosarja toimeksiantajan käyttöön uusien työntekijöiden perehdyttämisen tueksi.

Projektin alkaessa keväällä 2017 BW Restaurantsilla oli suunnitteilla kahden uuden ravintolan avaukset, ja tiedossa oli, että uutta henkilökuntaa tullaan rekrytoimaan paljon. Tätä silmälläpitäen he hakivat tekijää sarjalle perehdytysvideoita, joita voisi käyttää uusien työntekijöiden perehdytyksen tukena.

Tavoitteena oli saada aikaan useamman videon kokonaisuus, jolla uusille työntekijöille voitaisiin kertoa yhtenäisesti ja helposti omaksuttavalla tavalla perustietoja BW-ravintoloiden konseptista, ruoka- ja juomatuotteesta, toimintaperiaatteista sekä työskentelytavoista.

Toimeksianto osui omaan osaamiseeni ja kiinnostuksen kohteisiini täydellisesti. Olen kiinnostunut ruoka- ja ravintolajournalismista, ja olin jo tehnyt suuren osan työharjoittelustani MTV Lifestylen ruokasivustolle. Opiskeluaikani olin osallistunut useisiin videotyöprojekteihin ja halusin kehittää osaamistani eteenpäin.

Tämä opinnäytetyö on produktimuotoinen, ja se koostuu yhdeksästä perehdytysvideosta sekä kirjallisesta raportista. Videot ovat toimeksiantajan sisäisessä käytössä, eivätkä ne siksi ole julkisia.

Työn teoreettisessa osuudessa tarkastelen perehdytyksen merkitystä työhönottoprosessissa sekä videon etuja perehdytyksen välineenä. Lähteinä käytän perehdytysoppaita sekä videoperehdytykseen liittyviä artikkeleita.

Empiirisessä osuudessa kuvailen perehdytysvideosarjan tuotantoprosessia suunnitteluvaiheesta valmiiseen tuotokseen asti. Lopuksi seuraa pohdinta, jossa käsittelen projektin onnistumisia ja kehityskohteita.

2 Video perehdytyksen välineenä

Uuden työntekijän perehdytys on aina pitkä prosessi, jota ei missään nimessä voi kuitata pelkillä videoilla. On siis syytä ymmärtää, että tässäkin tapauksessa video on vain yksi osa laajempaa perehdytysprosessia. Video on kuitenkin kätevä tapa esitellä kaikille aloitaville työntekijöille yhtenäisellä tavalla organisaatio, siihen kuuluvat ravintolat sekä perusteet ruoka- ja juomatuotteesta.

2.1 Perehdytys prosessina

Perehdytys on kokonaisvaltainen ja pitkä prosessi, joka vaikuttaa työntekijän tulevaan toimintaan, hänen osaamisensa kehittymiseen ja sitä kautta koko yrityksen tulokseen. Sen tarkoituksena on paitsi perehdyttää uuteen työhön, myös luoda työntekijälle myönteinen asennoituminen yritystä ja sen päämääriä kohtaan. (Eräsalo 2008, 60.)

Perehdytyksen osa-alueisiin kuuluu organisaation esittelyn lisäksi työntekijän perehdyttäminen omiin työtehtäviinsä ja rooliinsa työyhteisössä sekä tutustuttaminen työskentelyvälineisiin ja työturvallisuuteen. Viimeksi mainittujen asioiden omaksuminen vaatii jo henkilökohtaista ja tehtäväkohtaista perehdytystä.

Eräsalon (2008, 62) mukaan perehdytyksessä korostetaan usein työn teknistä hallintaa. Jos työntekijällä on alan koulutus sekä aiempaa työkokemusta, perehdytyksessä voidaan korostaa enemmän esimerkiksi palvelun laadun merkitystä. Palvelun, ruoka- ja juomatuotteiden laatu onkin yksi tärkeimmistä asioista joita tämän opinnäytetyön toimeksiantaja haluaa perehdytysvideoiden avulla tuoda esiin, sillä laadun ylläpitäminen on yritykselle ensiarvoisen tärkeää.

Tärkeä osa perehdytystä on myös uuden työntekijän tutustuttaminen organisaatioon, jotta työntekijä osaa ajatella toimintaa laajemmasta näkökulmasta (Eräsalo 2008, 64).

BW-Restaurantsin ravintolaperheeseen kuuluu viisi ravintolaa, kaksi leipomo-ravintolaa sekä cocktailbaari. Vaikka ne ovat kaikki keskenään hyvin erilaisia, niillä on samankaltaiset toimintaperiaatteet, arvot ja laatustandardit taustallaan.

Jokaisen työntekijän on tärkeää saada aloittaessaan perustiedot kaikista BW-ravintoloista. Video on kätevä tapa antaa kattava yleiskatsaus ravintoloista yhdellä istumalla helposti omaksuttavassa muodossa.

2.2 Videon edut perehdytyksen välineenä

Perehdyttäminen antaa uudelle työntekijälle tavoitteen ja vision, joita kohti hän pyrkii kulkemaan (Kjelin & Kuusisto 2003, 14). Perehdytysvideoiden avulla organisaation tavoitteita ja visioita pyritään tuomaan esille helposti omaksuttavin ja ymmärrettävin keinoin.

Perehdytyksen yhtenä pyrkimyksenä on säilyttää organisaation yhtenäiset käytännöt ja toiminnan selkeys. Tämä on tärkeää toiminnan laadun ja tasaisen jatkuvuuden säilyttämiseksi. (Kjelin & Kuusisto 2003, 15.) Videon etu perehdytyksen välineenä piilee osin juuri siinä, että haluttu viesti saadaan videon välityksellä vietyä samanlaisena kaikille.

Henkilökohtainen perehdytys on välttämätön osa perehdyttämistä, mutta se ei takaa kaikille perehdytettäville yhtenäistä sisältöä, sillä jokaisella työntekijällä ja esimiehelle on ehtinyt muodostua oma tapansa tehdä töitä. Nämä tavat välittyvät perehdytyksen myötä myös uusille työntekijöille riippumatta siitä, ovatko ne linjassa yrityksen tavoitteiden kanssa. Riskinä on myös se, että henkilökohtaisen perehdytysprosessin aikana jokin olennainen asia unohtuu välittää eteenpäin uudelle tulokkaalle.

Toisin sanoen, kun perehdyttäminen on yhden henkilön varassa, hänen yksittäiset taitonsa ja ajankäyttönsä korostuvat ja perehdytyksen laatu on liikaa valitun perehdyttäjän henkilökohtaisen osaamisen varassa (Kupias & Peltola 2009, 37).

BW-Restaurantsissa perehdytyksen apuvälineenä käytetään myös kirjallista materiaalia, joka osaltaan auttaa varmistamaan perehdytyksen yhtenäisyyttä. Kirjallisen materiaalin omaksuminen ei kuitenkaan ole kaikille helppoa, eikä sen sisältöjä välttämättä aina ymmärretä kuten on tarkoitettu.

Luettavaa materiaalia on usein myös liikaa, jolloin materiaalin tarkoitus kääntyy itseään vastaan. Jos uudelle tulokkaalle annetaan käteen liian iso määrä luettavaa, motivaatio siihen tutustumiseen laskee. (Kupias & Peltola, 2009, 162.)

Video on nykyaikainen ja helposti lähestyttävä väline, joka tuo liikkuvan kuvan myötä mukanaan visuaalisen ulottuvuuden, joka auttaa hahmottamaan muun muassa sitä, minkälaisista ravintoloista on kyse ja antaa samalla konkreettisemmän kuvan esimerkiksi keittiössä työskentelystä. Videon välityksellä myös ravintolan tunnelma välittyy paremmin kuin tekstin ja kuvien kautta.

Jamie Jenkins (2016) nimeää neljä etua, joita video tarjoaa perehdytyksen välineenä. Ensimmäkin video tarjoaa mahdollisuuden kertomisen lisäksi myös näyttää, millaista on olla osa uutta työyhteisöä. Toinen etu on se, että videon välityksellä kerrottu viesti sitouttaa katsojaansa paremmin kuin pelkkä sanallinen viesti. Videolla viesti on helpommin ymmärrettävissä, mutta ennen kaikkea se jää helpommin mieleen, joka on työnantajan kannalta olennaista.

Jenkinsin mukaan video voi myös nopeuttaa perehdytysprosessia ja auttaa uusia työntekijöitä sopeutumaan uusiin tehtäviinsä nopeammin. Tämä pätee etenkin silloin, kun omaksettavaa tietoa on paljon. Neljäs etu on kustannustehokkuus. Videon avulla perehdytyksessä säästetään sekä aikaa että rahaa, kun videon avulla saadaan esitettyä asioita tiivistetyssä ja yhtenäisessä muodossa useammalle ihmiselle kerrallaan.

3 BW Restaurants

Tämä opinnäytetyö on toteutettu toimeksiantona BW Restaurants -ravintoloille. Tässä luvussa kerrotaan tarkemmin ravintolayhtiöstä sekä toimeksiannosta.

3.1 BW Restaurants yrityksenä

BW Restaurants on Tomi Björckin ja Matti Wikbergin perustama ravintolayhtiö, jonka ensimmäinen ravintola Farang avattiin Helsingissä vuonna 2009. Sittenkin Helsinkiin on avattu myös ravintolat Gaijin, Boulevard Social, Bronda, Ventuno, cocktailbaari Goldfish sekä leipomoravintola Levain, jolla on kaksi toimipistettä. Ventuno, Töölön Levain ja Goldfish avautuivat vasta videokuvausten jälkeen, joten ne jäivät tämän toimeksiannon ulkopuolelle.

Vaikka kaikkien BW-ravintoloiden taustalla vaikuttavat samat lähtökohdat, laatustandardit ja periaatteet, ovat ravintolat keskenään hyvin erilaisia. Jokaisella ravintolalla on oma yksilöllinen luonteensa ja konseptinsa, ja ne eroavat toisistaan niin ruokatuotteeltaan kuin sisustukseltaan.

Taidehallin tiloissa kuvausten aikaan toiminut Farang keskittyy kaakkoisaasialaiseen ruokaan modernilla otteella, korostaen tuoreita ja laadukkaita raaka-aineita. Kaikille BW-ravintoloille ominaiset maistelumenut ja sosiaalisen syömisen konsepti ovat olleet Farangissa merkittävässä roolissa alusta lähtien.

Vuonna 2011 Bulevardille perustettiin Gaijin, joka Farangin tapaan nojaa aasialaisiin makuihin. Gaijinissa vaikutteet haetaan Kaakkois-Aasian sijaan Koreasta, Japanista ja Pohjois-Kiinasta. Myös Gaijinissa korostetaan sosiaalista syömistä, ruokien jaettavuutta, ja maistelumenut ovat tarkkaan harkittuja kokonaisuuksia.

Gaijinin naapuriin vuonna 2012 perustettu Boulevard Social vie makumatkalle Välimeren maihin ja Pohjois-Afrikkaan. Vaikutteita on haettu muun muassa Marokosta, Tunisiasta ja Libanonista.

BW:n neljäs ja suurin ravintola Bronda avattiin Etelä-Esplanadille vuonna 2014. Siellä eurooppalaisten suurkaupunkien maut kohtaavat New Yorkin. Ravintolan ohessa toimii myös laadukas cocktailbaari.

Levain on puolestaan vuonna 2017 perustettu leipomoravintola, jonka tavaramerkkinä on hapanjuureen leivottu leipä. Leipomotuotteiden lisäksi Levain tarjoilee myös lounasta ja illallista.

Uusin BW-ravintola on italialaiseen ruokaan keskittyvä Ventuno, jonka yhteydessä toimii myös erillinen cocktailbaari Goldfish. Syksyllä 2018 avatut Ventuno ja Goldfish olivat kuvausten aikana vasta suunnitteilla, ja perehdytysvideot tehtiin osaltaan myös näiden ravintoloiden henkilöstön perehdytyksen tueksi.

3.2 Toimeksianto

BW Restaurants haki keväällä 2017 tekijää tai tekijäparia toteuttamaan opinnäytetyönä sarjan perehdytysvideoita, joiden avulla uusille työntekijöille saadaan esiteltyä yhtenäisesti yhtiön toimintaperiaatteet, ravintolakonsepti, ruoka- ja juomatuotteet sekä kunkin ravintolan omat erityispiirteet.

Hakemuksen lähetettyäni sain kutsun haastatteluun, jossa kävimme alustavasti läpi toimeksiantajan toiveita ja tavoitteita videoiden suhteen. Muutaman tapaamiskerran jälkeen varmistui, että tulen toteuttamaan projektin itsenäisesti ilman työparia.

Projektille asetettiin tavoitteeksi luoda yhtenäinen videoperehdytyskonsepti, jota voidaan hyödyntää yhtiön kaikissa yksiköissä osana uuden työntekijän perehdytystä. Videoiden tarkoituksena on tehostaa perehdytykseen käytettyä aikaa sekä varmistaa tasalaatuinen ja korkeatasoinen viestintä yhtiön ydinviesteistä.

Ravintoloiden palvelukonsepti on hyvin tarkkaan mietitty kokonaisuus, ja yksittäisillä ravintoloilla oma erityinen luonteensa. BW-Restaurantsin toiminta-ajatukseen kuuluu, että työntekijöillä on perustietämys oman toimipisteensä lisäksi myös muista BW-Ravintoloista. Toimeksiantaja halusi käyttää perehdytyksen välineenä nimenomaan videota, jotta kaikille työntekijöille saadaan esiteltyä yhtenäinen kuva ravintoloiden periaatteista ja konseptista.

4 Projektin toteutus

Toteutin videoprojektin melko itsenäisesti, mutta suunnitteluvaiheessa ja kuvausten alkuvaiheessa apuna ja toimeksiantajan yhteyshenkilönä oli BW-Restaurantsin henkilöstöpäällikkö Milja Jokinen. Toimeksiannon mukaisesti huolehdin videotuotannosta eli haastatteluista, kuvauksesta sekä editoinnista.

4.1 Suunnittelu

Opinnäyteprosessi käynnistyi luonnollisesti suunnitteluvaiheella. Aloitimme videoiden alustavan ideoinnin jo ensimmäisessä tapaamisissa henkilöstöpäällikkö Milja Jokisen kanssa 25. huhtikuuta, vaikka siinä vaiheessa ei ollut vielä varmaa, kenet BW Restaurants valitsee työn toteuttajaksi. Toisella tapaamiskerralla mukana oli myös ravintolatoimenjohtaja Tiina Kujamäki.

Toisen tapaamisen jälkeen sain vahvistuksen toimeksiannosta. Tämän jälkeisissä tapaamisissa suunnitelmat tarkentuivat ja osin myös muuttuivat.

Alustavan suunnitelman mukaan tarvetta olisi kaikkiaan neljälle videolle. Ensimmäisessä videossa ”BW:n tarina” BW Restaurantsin perustajat Tomi Björk ja Matti Wikberg kertoisivat ravintolayhtiön taustoista ja tulevaisuuden visioista. Videolla painotettaisiin erityisesti sitä, että kyseessä ei ole ravintolaketju vaan pikemminkin ravintolaperhe, jossa jokaisella ravintolalla on omanlaisensa luonne. Videon arvioitu kesto olisi 3–5 minuuttia.

Toisella videolla BW Restaurantsin pääkeittiömestari, pääbaarimestari ja pääsommelier kertoisivat yleisesti BW-ravintoloiden ruoka- ja juomafilosofiasta. Videon arvioitu kesto olisi 5–8 minuuttia.

Kolmannella videolla jokaisen ravintolan ravintolapäällikkö ja keittiöpäällikkö kertoisivat oman ravintolansa erityispiirteistä. Koska ravintoloita on viisi, videon kestoksi arvioitiin yhteensä noin 15–20 minuuttia.

Neljännellä videolla keskityttäisiin ravintoloiden palveluprosessiin, joka on hyvin samantyyppinen kaikissa BW-ravintoloissa. Palveluprosessilla on hyvin tärkeä rooli ravintolakemuksen onnistumisessa.

Näin ollen kolme ensimmäistä videota olisivat luonteeltaan enemmän taustoittavia, ja neljäs perehdyttäisi uusia työntekijöitä konkreettisemmin työtehtäviin.

Suunnittelimme haastattelurungot yhdessä Milja Jokisen kanssa sen mukaan, millaisia asioita videoissa haluttiin tuoda esille. Ne muotoiltiin siten, että esimerkiksi kaikkien ravintoloiden keittiöpäälliköiden kohdalla pystyimme soveltamaan pitkälti samaa haastattelurunkoa, jonka kysymyksissä painotettiin ravintoloiden ruokatarjontaa. Ravintolapäälliköiden haastattelurungossa keskityttiin enemmän ravintolan tyyliin, identiteettiin ja palvelukonseptiin.

Pääkeittiömestari Serko Rantaselle, pääsommelier Jouni Olkkoselle sekä pääbaarimestari Andrei Gioancalle räätälöitiin kullekin omat kysymyksensä, kun taas Tomi Björckille ja Matti Wikbergille esitettiin pääpiirteittäin samat kysymykset molemmille.

Suunnitellun aikataulun mukaan kuvaukset oltaisiin toteutettu osissa siten, että kuvaukset alkaisivat kesäkuussa ja kaikki tarvittava materiaali oltaisiin kuvattu lokakuun loppuun mennessä. Tämän jälkeen videoiden editointi ja opinnäytetyön kirjallisen osuuden oli määrä valmistua vuoden loppuun mennessä.

Projektin edetessä kävi ilmi, että haastattelu-aikataulujen sopiminen ei sujunut lainkaan odotusten mukaan. Sain viimeiset haastattelut kuvattua lopulta tammikuussa, ja nekin vasta, kun otin ohjat omiin käsiini ja sovin aikataulut viimeisten haastateltavien kanssa suoraan ilman välikäsiä.

Myös videoiden määrä ja pituus muuttui matkan varrella. Ravintoloiden esittelyt toteutettiin yhden 15–20-minuuttisen koosteen sijaan viitenä erillisenä noin 5–6 minuutin mittaisena videona. Jos videot olisi leikattu lyhyemmiksi, niistä olisi jäänyt pois perehdytyksen kannalta olennaista tietoa, joten päädyimme pitämään videot alkuperäistä suunnitelmaa pidempinä.

Pääkeittiömestarin, pääbaarimestarin ja pääsommelierin haastatteluista syntyi yhden videon sijaan kolme erillistä videota, joiden pituus venyi 6–8 minuuttiin per video.

Alkuperäisessä suunnitelmassa ollut palvelu- ja myyntiprosessia kuvaava video päätettiin lopulta jättää kokonaan pois, sillä jo edellä mainittujen videoiden toteuttamiseen kului alkuperäiseen suunnitelmaan nähden kohtuuttoman kauan aikaa, ja videoiden valmistuminen viivästyi suunnitellusta useilla kuukausilla. Videoita syntyi lopulta yhdeksän, ja niitä varten haastattelin 14 henkilöä.

4.2 Aikataulu

Kuvaaminen aloitettiin suunnitelmien mukaisesti juhannusta edeltävällä viikolla 19. kesäkuuta. Tarkoituksena oli haastatella ensimmäisen viikon aikana Brondan, Boulevard Socialin ja Gaijinin keittiö- ja ravintolapäälliköt sekä mahdollisuuksien mukaan myös Matti Wikberg, Serko Rantanen (ruokatuote) sekä Jouni Olkkonen (viinit).

Ensimmäisen viikon kuvaustavoite osoittautui aivan liian kunnianhimoiseksi, ja lopulta saimme tehtyä suunnitelluista 9–10 haastattelusta vain viisi, sillä haastatteluja ei saatu sopimaan henkilökunnan aikatauluihin. Haastattelujen lisäksi sain kuvattua kuvituskuva Brondassa, Boulevard Socialissa sekä Gaijinissa.

Editoin näiden kuvausten pohjalta muutamia näytepätkiä, mutta materiaalia ei riittänyt vielä kokonaisiin videoihin. En voinut aloittaa vielä tässä vaiheessa lopullisten versioiden editointia, sillä suurin osa videoista rakentuisi kahden eri henkilön haastatteluista, joista toinen oli siinä vaiheessa vielä kuvaamatta.

Juhannuksen jälkeen kuvauksiin tuli lähes kolmen kuukauden tauko. Heinä-elokuussa en saanut minkäänlaista vastausta kyselyihini kuvausten jatkamisesta, vaikka lähetin säännöllisesti tiedoksi omat työvuoroni, joiden puitteissa olisi löytynyt runsaasti mahdollisia kuvauspäiviä.

Kesän jälkeen projekti vihdoinkin jatkui, kun Australiassa asuva Tomi Björck oli saapumassa Suomeen ja haastattelu-aika saatiin sovittua syyskuun puoliväliin.

Björckin haastattelun jälkeen kuvauksiin tuli jälleen monen viikon tauko. Koska elettiin jo lokakuuta ja haastatteluista puuttui edelleen yli puolet, ehdotin projektin rajaamista niin, että toteuttaisin vain kolme videota: BW:n tarinan sekä ruoka- ja juomatuotteista kertovat videot, sillä niihin oli olemassa jo melko paljon materiaalia.

Reilu viikko ehdotukseni jälkeen sain lopulta vastauksen. Lokakuun loppupuolelle järjestyi yhtäkkiä kahdeksasta puuttuvasta haastattelusta viisi. Kuudes onnistui marraskuun alkupuolella. Sain marraskuussa myös runsaasti hyvää kuvituskuva annoksista ja juomista ruokalistan vaihdon yhteydessä.

Koska materiaali alkoi olla marraskuussa melkein kokonaan kasassa, totesin että on realistista saada kaikki videot tehtyä alkuvuoteen mennessä palvelukonseptivideoita lukuun ottamatta. En kuitenkaan saanut kahta viimeistä haastattelua sovittua ennen kuin otin itse

suoraan yhteyttä haastateltaviin. Kävi ilmi, että heidän kanssaan ei oltu edes yritetty sopia kuvausaikoja.

Lopulta päädyin kuvaamaan vielä yhden haastatteluista kokonaan uudestaan, sillä kesällä tehdyssä haastattelussa ikkunasta tulvinut kirkas auringonpaiste oli sekoittanut kamera-asetukset kesken haastattelun, eikä valotusvirhettä saanut korjattua enää editointivaiheessa. Tästä ei kuitenkaan tullut merkittävää viivästystä, sillä en edes yrittänyt sopia asiasta yhteyshenkilön kautta, vaan sovin ajan suoraan haastateltavan kanssa.

4.3 Haastattelujen toteutus

Kaikki haastattelut toteutettiin melko samanlaisella kaavalla. Jokainen haastattelu tehtiin erikseen ravintolan tiloissa yleensä aamupäivisin ravintolan ollessa suljettuna.

Käytin kuvauksissa kahta videokameraa. Molemmat kamerat oli sijoitettu paikalleen jalus-talle siten, että toinen kuvasi haastateltavasta puolikuvaa (kuva 1), toinen puolilähikuvaa (kuva 2). Näitä kuvakulmia vuorottelemalla videota saatiin elävöitettyä editointivaiheessa myös silloin, kun sopivaa kuvituskuva oli käytettävissä vain vähän. Äänen tallentamiseen käytin haastateltavan vaatteisiin kiinnitettävää nappimikrofonia.



Kuva 1. Puolikuva, kuvakaappaus Tomi Björckin haastattelusta.



Kuva 2. Puolilähikuva, kuvakaappaus Tomi Björckin haastattelusta.

Pyrin asettelemaan haastateltavat kuvaan Casey Frechetten (2013) ohjeiden mukaisesti niin, että puolilähikuvassakin haastateltavan pään yläpuolelle jää hieman tilaa, eikä rajaus ole liian tiivis. Kun haastateltava on sijoitettuna kuvassa vasemmalle, hänen katseensa suuntautuu etuoikealle, ja sama toisinpäin. Jos samalla videolla esiintyi kaksi eri haastateltavaa, pyrin asettamaan toisen heistä katsomaan vasemmalle, toisen oikealle, jotta kuvakulmiin saadaan vaihtelua. Itse sijoituin kuvan ulkopuolelle kameran viereen.

Kuten Frechettekin toteaa, videohaastattelussa valaistuksella on suuri merkitys. Haastateltavan kasvojen tulee näkyä hyvin, ja tämä oli ravintolaolosuhteissa välillä haastavaa. Hämärässä ravintolassa ei aina ollut riittävästä valaistuksesta, joten pyrin hyödyntämään mahdollisuuksien mukaa ikkunoista tulvivaa luonnonvaloa.

Kamerassa käytin usein automaattiasetuksia, joka osoittautui joissain tapauksissa ongelmalliseksi. Puolipilvisellä säällä ikkunan läpi tuleva luonnonvalo sekoitti muutamassa haastattelussa kameran valotusasetuksia niin, että jouduin käyttämään paljon aikaa valotuksen korjaamiseen editointivaiheessa. Yhden haastattelun kuvasin kokonaan uudelleen, sillä kuvan valotusongelmia ei saatu enää jälkikäsitellyssä korjattua.

Haastattelut toteutettiin ennalta suunniteltujen haastattelurunkojen mukaisesti. Keittiöpäälliköille oli omat kysymyksensä, samoin ravintolapäälliköille. Pääkeittiömestarille, pääsommelierille sekä pääbaarimestarille esitettiin omat yksilöllisemmät kysymyksensä, kun taas ravintolayhtymän omistajille ja esitettiin pääpiirteittäin samat kysymykset molemmille. Py-

rin kuitenkin esittämään myös lisäkysymyksiä ja muokkasin tarvittaessa kysymyksiä tilanteen mukaan.

Perehdytysvideoita kuvatessa on otettava huomioon, että kaikki haastateltavat eivät välttämättä ole tottuneet esiintymään kameran edessä, joten oli tärkeää saada haastateltavat tunteemaan olonsa rennoksi haastattelutilanteessa. Tähän auttoi rento jutustelu ennen kameran käynnistämistä, sekä muutaman helpompi lämmittelykysymys ennen itse asiaan siirtymistä.

Vaikka osaa haastateltavista selvästi aluksi jännitti kameralle puhuminen, itse haastattelut sujuivat lopulta yllättävän hyvin, ja videolle saatiin sellaista materiaalia kuin toivottiinkin. Ainoastaan kerran jouduin improvisoimaan, kun haastateltavaa jännitti todella paljon istua paikallaan kameran edessä. Sitten siirsimme haastattelun keittiön puolelle, jossa haastateltava sai kertoa työstään tutussa ympäristössä hellan ääressä, jolloin toteutui hienosti myös videoiden mahdollistama ”show and tell” -tyyli.

Keittiössä kuvatusta videosta tuli lopulta hauskempi ja eläväisempi kuin perinteisellä metodilla kuvatuista haastatteluista, ja jälkikäteen hieman harmitti, että tätä vaihtoehtoista tyyliä tuli kokeiltua vasta kuvausten loppuvaiheessa. Se olisi saattanut sopia hyvin muidenkin keittiöpäälliköiden haastatteluihin.

4.4 Kuvituskuva

Alusta asti oli selvää, että tulisin elävöittämään haastatteluvideoita kuvituskuvalla, jota kuvasin ravintoloissa sekä salin puolella että keittiössä.

Yksi suurimmista haasteista kuvituskuvan kohdalla oli se, etten saanut kuvata ravintoloiden asiakkaita lainkaan. Kuvaukset tehtiin useimmiten aamuisin, kun ravintola oli vielä kiinni, tai iltapäivällä, kun asiakkaita oli vain vähän. Silloinkin kuvaukset oli tehtävä asiakkaita häiritsemättä.

Tyhjää ravintolaa kuvaamalla on vaikeaa, tai jopa mahdotonta saada kuvattua sitä tunnelmaa, mikä ravintolassa vallitsee kun se on täynnä asiakkaita. Pystyin kuvaamaan lähinnä tyhjiä pöytiä, kattauksia ja ravintolan yleisilmettä.

Pyrin elävöittämään kuvaa salin puolelta erilaisilla kamera-ajoilla sekä efekteillä, jossa kuvaa tarkennetaan tai sumennetaan johonkin tiettyyn kohteeseen, esimerkiksi juomalaasiin tai ravintolan logoon. Kuvasin paljon myös ravintoloiden sisustuksesta löytyviä yksi-

tyiskohtia eri kuvakulmista ja eri etäisyyksiltä, jolloin samasta kohteesta sai käytettyä useita erikokoisia kuvia peräjälkeen (kuvat 3, 4 ja 5).



Kuva 3. Kuvakaappaus ravintola Brondan videosta.



Kuva 4. Kuvakaappaus ravintola Brondan videosta.



Kuva 5. Kuvakaappaus ravintola Brondan videosta.

Kaivattua liikettä kuviin saatiin myös sillä, että kuvasin illan kattaukseen valmistautuvia tarjoilijoita. Kuviin tarttui esimerkiksi pöytien kattamista ja kynttilöiden asettelua. Parasta materiaalia salityöskentelystä sai silloin, kun samaan kuvaan sai useampia työntekijöitä ja kuvaan tarttui heidän keskinäistä vuorovaikutustaan. Tämä antaa katsojalle pienen vilauksen siitä, millainen tunnelma henkilökunnalla on työssään.

Parasta kuvituskuvaakin sain keittiöstä, jossa sain kuvata kokkeja työssään. Kuvissa nähdään keittiötyöskentelyä aina annosten esivalmisteluista valmiiden annosten kokoamiseen saakka. Kuvat annoksista olivat tässä tapauksessa todella tärkeitä, sillä BW-ravintoloiden ruokatuote on usein tavallisesta poikkeava eksoottisine ruokalajeineen ja raaka-aineineen. Annosten näyttäminen antaa selkeämmän kuvan ruokatuotteesta kuin pelkkä sanallinen kerronta.

Perehdytysvideoiden kannalta tärkeää kuvituskuvaakin sain etenkin Gaijinista, jossa pääsin kuvaamaan listanvaihdon yhteydessä tehtyä henkilökunnan maistelutilaisuutta, jossa uusittu ruokalista esiteltiin kokonaisuudessaan kaikille ravintolan työntekijöille. Näissä kuvissa korostuu se, kuinka henkilökuntaa perehdytetään jatkuvasti uusiin ruoka- ja juomatuotteisiin, sekä ravintoloissa vallitseva yhteisöllisyys.

Samantyyppistä kuvaa sain myös Boulevard Socialin uusien drinkkien maistelutilaisuudessa, jossa sain hyvää kuvaa cocktailien valmistuksesta. Ilman näitä kuvia pääbaarimestari Andrei Cioancan haastattelu olisi jäänyt visuaalisesti vajavaiseksi.

Monet kuvituskuvista olivat sellaisia, että pystyin hyödyntämään niitä useammassakin videossa. Ravintolakohtaisissa videoissa käytin luonnollisesti vain kyseisessä ravintolassa kuvattua kuvaa, mutta esimerkiksi Tomi Björckin ja Matti Wikbergin haastatteluissa sekä pääkeittiömestari Serko Rantasen haastattelujen kohdalla kuvituskuvaksi kävi missä tahansa BW-ravintolassa kuvattu materiaali, joka tuki haastattelun ääniraitaa.

Pääsommelierin sekä pääbaarimestarin haastatteluiden kohdalla sopivaa kuvituskuvaa oli käytettävissä vähemmän, joten heidän kohdallaan lopullisissa videoissa näytettiin enemmän kasvokuvaa. Tällöin oli hyvä, että haastattelut oli kuvattu kahdella kameralla, jolloin leikkauskohdat sai liitettyä yhteen luontevasti kuvakulmaa vaihtamalla.

4.5 Editointi

Käytin videoiden editointiin Adobe Premiere -ohjelmaa, joka mahdollistaa kuvan monipuolisen käsittelyn myös silloin, kun kuva- tai ääniraitoja on useampia.

Editoin videoita sitä mukaa, kun sain kuvausmateriaalia kokoon. Koostin kustakin videosta ensin alustavan raakaversioiden, eli leikkasin haastatteluista omat kysymykseni pois ja tiivistin haastattelujen sisällöt yhtenäiseksi kokonaisuudeksi. Jos samalla videolla oli useampia haastateltavia, sommittelin heidän osuutensa loogiseksi vuoropuheluksi.

Lähetin raakaversiot Milja Jokiselle arvioitavaksi aina ennen videoiden viimeistelyä. Jos itse haastatteluissa oli vielä tässä vaiheessa editoitavaa, muokkaukset oli helpompi tehdä ennen kuvituskuvan lisäämistä. Kun sain vahvistuksen sille, että asiasisältö on kunnossa, kuvitin videon ravintoloissa kuvaamallaan kuvituskuvalla.

Editointivaiheessa sain tarvittaessa apua myös videotyön opettajalta Esko Hatuselta, joka antoi palautetta muun muassa valaistuksesta ja opasti kuvanlaadun hienosäädössä. Esimerkiksi kontrastia lisäämällä kuvan saa säädettyä viimeistellymmän näköiseksi ja värejä säätämällä oli mahdollista korjata värivärähtelyjä, jotka syntyivät, kun kamerasäätö oli reagoinut haastattelun aikana muuttuneeseen valaistukseen.

4.6 Valmiit videot

Valmiita videoita syntyi lopulta yhdeksän. Ravintolat Farang, Gaijin, Bronda, Boulevard Social ja Levain saivat kukin oman videonsa, pääbaarimestari Andrei Gioanca, pääsommelier Jouni Olkkonen ja pääkeittiömestari Serko Rantanen omansa. BW Restaurantsin perustajat Tomi Björck ja Matti Wikberg esiintyivät yhteisellä videolla.

Koska Björckiltä ja Wikbergiltä kysyttiin suunnilleen samat kysymykset molemmilta, videosta syntyi luonteva vuoropuhelu. Molemmat kertoivat samoista asioista hieman eri sanoin, ja kokonaisuudesta tuli yhtenäinen siitä huolimatta, että haastattelujen välissä oli muutama kuukausi, ja ne oli kuvattu eri ravintoloissa.

Esimerkkinä lainaus videon alusta, jossa he kertaavat ensimmäisen yhteisen ravintolansa Farangin syntytarinaa:

Tomi Björck: "Ihan alun perin se ravintolan tarina lähtee siitä, että kaksi kokkikaveria, minä ja Matti tavattiin Chez Dominiquessa aikoinaan."

Matti Wikberg: "Siellä me ystävystyttiin. Siitä nyt on jo yli 15 vuotta. Ja viinilasillisen ääressä perustettiin useampiakin ravintoloita, ja tuli hyvin selväksi se, että me ollaan samaa mieltä siitä, minkälaisista ravintoloista me pidetään ja mitä me ravintolassa arvostetaan."

Tomi Björck: "Sitten aina iltaisin duunin jälkeen, kun käytiin bissellä tai haukkaamassa jotain syötävää, niin puhuttiin, että olisi kiva jos olisi joku aasialainen paikka."

Björck ja Wikberg kertovat vajaan kahdeksan minuutin mittaisella videolla yhtiön taustoisista, heidän keskinäisestä työnjaostaan sekä tulevaisuudennäkymistä. Videolla kerrotaan myös yleisesti BW-ravintoloiden ruoka- ja juomafilosofiasta, laatustandardeista sekä siitä, millainen BW Restaurants on työnantajana.

Pääbaarimestari Andrei Cioanca kertoo omalla videollaan BW Restaurantsin cocktaileista, jotka ovat tärkeä osa ravintoloiden konseptia. Koska haastateltavia on tällä videolla vain yksi ja kuvituskuva rajallisesti, videolla näkyy suurimman osan ajasta Cioanca itse.

Hänen haastattelunsa kuvattiin Boulevard Socialin baaritiskillä, joka oli kuvauspaikaksi hyvä valinta, sillä kuten Frechette (2013) toteaa, haastateltavista saa usein enemmän irti, kun heitä haastattelee omassa ympäristössään. Myös haastattelun tausta värikkäine pulloineen on visuaalisesti näyttävä, mikä vähentää kuvituskuvan tarvetta (kuva 6).



Kuva 6. Kuvakaappaus pääbaarimestari Andrei Cioancan haastattelusta.

Pääsommelier Jouni Olkkosen videon aiheena on BW Restaurantsin juomafilosofia viinien osalta. Tämänkin videon kohdalla kuvituskuva oli käytettävissä melko vähän, joten haastateltavaa näytetään keskimääräistä enemmän. Tämän videon kohdalla se saattaa olla jopa etu, sillä asiaa tulee paljon nopealla tahdilla, jolloin runsas kuvituskuvan käyttö saattaisi viedä huomiota pois haastateltavan sanomasta.

Pääkeittiömestari Serko Rantasen haastattelun keskiössä on BW Restaurantsin ruokafilosofia. Rantanen kertoo muun muassa eri ravintoloiden ruokatuotteiden erityispiirteistä ja klassikoannoksista, annosten ja maistelumenujen suunnittelusta sekä BW Restaurantsille ominaisesta sosiaalisesta syömisestä eli jaettavista annoksista.

Rantasen haastatteluvideo on mielestäni yksi onnistuneimmista, sillä haastattelu on selkeä ja yhtenäinen, haastateltava on tottunut esiintymään kameran edessä ja kuvituskuva on paljon ja monipuolisesti. Myös haastattelun lokaatio Brondan ikkunan äärellä on hyvä, sillä taustalla näkyy muutakin kuin tyhjä seinä (kuva 7).



Kuva 7. Kuvakaappaus pääkeittiömestari Serko Rantasen haastattelusta.

Kullakin ravintolavideolla oli kaksi haastateltavaa: ravintolapäällikkö sekä keittiöpäällikkö. Kussakin videossa ääneen pääsi ensin ravintolapäällikkö, joka kertoi ravintolan tyylistä, kohderyhmästä ja sisustuksesta yleisellä tasolla. Keittiöpäällikkö sai kertoa tarkemmin ruokatuotteesta. Haastatteluja elävöitettiin keittiössä ja salissa kuvatulla kuvituskuvalla.

Jokaisen videon lopussa haastateltavilta kysyttiin, millaiset terveiset he haluaisivat välittää aloittaville työntekijöille. Useimmiten vastauksissa nousi esiin, että vaikka alussa uutta omaksuttavaa on paljon, sitä ei kannata jännittää, sillä työkaverit ja esimiehet auttavat ja opastavat mielellään. Vastaukset olivat kannustavia, ja niissä korostui työntekijöiden keskuudessa vallitseva yhteishenki. Uskon, että tällainen viesti on aloittaville työntekijöille tärkeä, ja osaltaan luo positiivista asennoitumista uutta työtä kohtaan.

5 Pohdinta

Kun alun perin tartuin toimeksiantoon, en osannut arvata kuinka laajaksi projekti tulisi paisumaan. Suunnitellun neljän videon sijaan valmiita videoita tuli yhdeksän, ja haastateltavia oli kaikkiaan 14.

Toimeksiantaja oli lopputulokseen varsin tyytyväinen. Saamani palautteen mukaan videot otettiin aktiiviseen käyttöön uusien työntekijöiden perehdytyksen tueksi, ja ne on koettu organisaatiossa erittäin hyödyllisiksi. Vaikka työni ei tuonut alalle yleisesti merkittävää hyötyä, se täyttää organisaation asettamat tavoitteet ja vastaa heidän tarpeisiinsa.

Saamani palautteen mukaan myös työskentelytapoihini oltiin tyytyväisiä.

”Kaisan työnlaatu ja työskentelytapa olivat erittäin ammattimaisia ja hänen kykynsä sekä suunnitella että ohjata haastattelutilanteet sekä editointitaito olivat huikkeitä. Hän osoitti journalistista taitoa perehtymällä asioihin syvällisesti ja onnistuen tiivistämään haastateltavien laajoista kuvauksista viestin ytimekkäästi ja yrityksen näköisesti. Hän toimi itsenäisesti ja arvostan suuresti hänen sinnikkyytään saattaa projekti loppuun huolimatta siitä, että yrityksen antama tuki ja resurssit olivat hyvin rajalliset ja useassa kohtaa johtivat siihen, että hän ei pystynyt toteuttamaan projektia suunnitellussa aikataulussa, ja tehtävänanto erittäin kunnianhimoinen. Voin enemmän kuin mielelläni suositella Kaisaa vastaaventyyppeihin projekteihin, hän oli täysi ammattilainen.”

Kehuista huolimatta löydän työstäni myös puutteita. Kuvausten alkaessa olin tehnyt useita videoprojekteja koulussa, mutta tämä oli ensimmäinen kerta, kun hoidin videotuotannon suunnittelua lukuun ottamatta alusta loppuun yksin: kuvasin, haastattelin ja editoin ilman apukäsiä.

Tässä kohtaa nousi esiin kokemattomuuteni kuvaajana, sillä liiallinen automaattiasetuksiin tukeutuminen kostautui muutaman haastattelun kohdalla ilmenneiden valotusongelmien kanssa. Pääbaarimestarin haastattelun kohdalla puolilähikuvan tarkennus oli epäonnistunut, mutta se ei haitannut merkittävästi lopputulosta.

Kuvituskuvan kohdalla suurin haaste oli se, miten tyhjästä ravintolasalista saa kuvattua kiinnostavaa videokuvaa. Näissä tilanteissa oli opittava kiinnittämään huomiota yksityiskohtiin ja luomaan liikkeen tuntua efekteillä ja kamera-ajoilla. Näitäkään kikkoja ei voi viljellä liikaa, joten välillä oli vain tyydyttävä näyttämään tyhjää salia, jossa ei tapahdu mitään.

Keittiössä kuvaamisessa haasteena oli se, miten pysyä kokkien vauhdissa mukana. Kun ammattilainen laittaa ruokaa, sitä kuvatessa on oltava koko ajan valppaana ja osattava ennakoita, mitä tapahtuu seuraavaksi. Ravintolakeittiöt ovat usein pieniä paikkoja, jolloin kuvaajan on myös oltava varovainen, ettei ole kenenkään tiellä. Näyttävistä ruokannoksista sai kuitenkin hyvännäköistä kuvaa, jota oli ilo käyttää videoiden mausteena.

Haastattelutilanteet sujuivat pääpiirteittäin hyvin. Vaikka osaa haastateltavista jännitti, sain heidät rentoutumaan ja vastausmateriaali oli juuri sellaista, mitä toimeksiantaja oli toivonutkin.

Myös editointi sujui ilman suurempia ongelmia, vaikka jälkikäteen ajateltuna hienosäätöä olisi voinut tehdä enemmänkin. Esimerkiksi käsivaralla kuvatusta kuvituskuvasta olisi voinut vähentää huojuntaa, ja tarkemmalla värimäärittelyllä kuvasta olisi saanut viimeistellymmän oloisen. Myös tarkennusvirheisiin olisi voinut löytyä ratkaisuja editointivaiheessa, mutta taitoni eivät silloin siihen riittäneet.

Jälkikäteen katsottuna videoita olisi voinut tiivistää lyhyemmiksi. 6–8 minuutin mittainen asiapitoinen video on katsojalle liian pitkä kokonaisuus, kun näinä päivinä ollaan totuttu yhä lyhyempään, jopa alle minuutin mittaiseen videoilmaisuun. Tiivistäminen olisi kuitenkin vaatinut asiasisällöstä tinkimistä, ja perehdytysvideoiden kohdalla se olisi tarkoittanut olennaisen tiedon pois jättämistä.

Suurin syy projektin viivästymiselle oli kuvausaikataulujen yhteensovittamiseen liittyvät haasteet. Työskentelin kuvausten aikaan MTV Uutisissa, mutta tein paljon iltavuoroja, jolloin aamupäivät jäivät vapaaksi videohaastatteluja varten. Siitä huolimatta sopivia haastatteluajoja oli vaikea saada sovittua, etenkin silloin kun aikataulut piti sopia välikäden kautta. Projekti eteni maaliin vasta, kun sain sopia haastatteluajat suoraan haastateltavien kanssa ilman välikäsiä.

Vaikka projekti paisui suunniteltua suuremmaksi ja aikataulut venyivät luvattoman paljon, olen enemmän kuin tyytyväinen aihevalintaani. Koen oppineeni projektin aikana valtavasti niin videotyöskentelystä, haastattelutekniikasta kuin ravintola-alasta.

Opinnäytetyöstä on ollut välitöntä hyötyä myös työelämässä. Pian videoiden valmistumisen jälkeen City.fi etsi vakituista ravintolatoimittajaa, joka tuntee Helsingin ravintolakentän ja osaa tehdä myös videoita. Sain paikan, jolloin pääsin heti toteuttamaan oppimiani asioita käytännössä ja kehittämään osaamistani eteenpäin.

Lähteet

Eräsalo, Ulla 2008. Käytännön henkilöstöjohtaminen majoitus- ja ravintola-alalla. Restamark. Vantaa.

Frechette, Casey 2013. What journalists need to know about interviewing for video. <https://www.poynter.org/reporting-editing/2013/what-journalists-need-to-know-about-interviewing-for-video/> (Luettu 09.10.2017.)

Jenkins, Jaime 2017. 4 Ways Video Can Make Onboarding More Effective. <https://elearningindustry.com/4-ways-video-can-make-onboarding-effective> (Luettu 23.10.2019.)

Kjelin, Eija & Kuusisto, Pia-Christina 2003. Tulokkaasta tuloksetekijäksi. Talentum. Helsinki.

Kupias, Päivi & Peltola, Raija 2009. Perehdyttämisen pelikentällä. Gaudeamus. Tampere.