

VIDEOT JA VAIKUTTAMINEN

JYRÄNKÖLÄN SETLEMENTTI

HEINOLAN KANSALAIPOISTO

MEDIAPAJA

SIRKKA SUOMI, MIKKO KALLIO, LAURA PARONEN

6.5.2020

**Jyränkölän
Setlementti**

ROHKEASTI IHMISEN PUOLELLA

KÄYTTÖTARKOITUS?

- Tiedon jakaminen, ohjeistus
 - Esim. Ilmoittautumisohjeet
 - Informatiivisuus, asiakeskeisyys
- Video opetuskäytössä
 - Video on oppimisprosessi
 - Esim. suomen kielen oppiminen kuvaten ja videoita analysoiden
 - Elämänhallinta, asioiden loppusaattaminen aidon työtehtävän myötä (esim. kuty, nuoret)
 - Oppimista tapahtuu videon avulla
 - Koronakriisissä konkretisoitunut etäopetuksen muoto
 - Tavoitteellinen ja spesifi

KÄYTTÖTARKOITUS?

- Toiminnan esittely
 - Esim. hankkeiden ja toimintojen esittely
 - Vaikutetaan ”epäsuorasti” esim. rahoittajiin, tai tuleviin asiakkaisiin kuvaamalla omaa toimintaa
 - Kevätnäyttely, konserttitaltiointi, loppuraportti, henkilökuvat
- Imagon luominen
 - Vaikutetaan katsojan tunteisiin, luodaan mielikuvia
 - Arvot nostetaan esiin
 - Esim. musavideot (toimintaa esitellään biisin avulla, esim. Pidä Huolta)
 - Myös huumorin avulla, sketsityyliin (esim. Mediapajan esittelyvideo)

KÄYTTÖTARKOITUS?

- Vaikuttamisvideot / tuotannot
 - Tavoitteena selkeästi nostaa esiin epäkohtia ja vaikuttaa asenteisiin
 - Vaatii kirkkaan ydinviestin sekä kohderyhmän
 - Prosessi: käsikirjoitus, ohjaus, kuvaus, editointi, julkaisu → vaatii aikaa ja syvyyttä
 - Esim. Koulukiusaamisvideo (MP), Minä Elän -lyhytdokkarit

KORONA-AJAN PROGGIKSIA JYRÄKÖLÄSSÄ

- Livelähetykset (Facebook ja Zoom):
 - Virtuaalineulekahvila
 - Livestream -jumpat
 - Koko kansan virtuaalinen vappu
 - Digiteematuokiot
- Videopäiväkirjakampanja (yhteistyö Heinolan museon kanssa)
- Minä Elän-hanke: mm. videokäsikirjoituskoulutus verkossa (Joonas Berghäll)

HAVAINTOJA VIDEOISTA

- Persoona ja tarinallisuus kiinnostavat
- Tekniikka ei ole onnistumisen tae – kännykälläkin pärjää
- Viestin paketoiminen – ei liikaa asiaa
- Minkä pituinen video on sopiva?
- Rohkeutta ja heittäytymistä 😊