

Ilkka Salminen

Valo kuvassa

Valaisun trendit Super Bowl 2016 -mainoksissa

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi

Elokuvan ja Television Koulutusohjelma

Opinnäytetyö

11.11.2016

Tekijä Otsikko	likka Salminen Valo kuvassa
Sivumäärä Aika	21 sivua 11.11.2016
Tutkinto	Medianomi
Koulutusohjelma	Elokuvan ja Television Koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Elokuvaus ja Leikkaus
Ohjaaja	Elokuvauksen Lehtori Jouko Seppälä F.S.C
<p>Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen ja koostuu tästä kirjallisesta osasta ja teososasta, joka on tekijän kuvaama mainos: Together Through Life (2016, ohj. Noora Kuparinen). Kirjallinen osa pyrkii vastaamaan kysymykseen: Mitä elokuvavalaisun trendejä/tyylejä on havaittavissa Superbowl 2016 -mainoksissa ja mistä ne ovat peräisin?</p> <p>Työssä on tutkittu 42 mainosta, joiden seasta on nostettu kaksi valaisutyyliä. Työ etenee selittämällä käsitteitä valosta kuvan sisällä ja muuta työssä käytettyä termistöä. Analyysiosiossa käydään läpi mitä valaisullisia toistuvuuksia mainoksista löydettiin, ja minkälaisiin kategorioihin niitä voitiin jakaa. Kaksi valaisutyyliä käydään läpi käyttämällä molemmista kolmea esimerkkiä. Teososassa on käytetty yhtä käsitellyistä tyyleistä ja sitä tarkastellaan tekijän näkökulmasta.</p> <p>Teknisessä jaottelussa mainokset lajiteltiin sävyn sekä kontrastin mukaan. Taiteellisessa jaottelussa tutkitaan kuvan sisällä tapahtuvaa valaisua ja sen ilmiöitä toistuvuuksien löytämiseksi. Historiaosuuksissa on etsitty tyylien toistuvuuksia elokuvan historiasta eri vuosikymmeniltä.</p> <p>Keskeisin havainto liittyy siihen, että kaikki valaisun suhteen on jo tehty ja uuden luominen vaatii uutta ajattelua ja rajojen rikkomista.</p>	
Avainsanat	valaisu, mainos, analyysi, trendi, tyyli, elokuvaus

Author(s) Title	likka Salminen Light in Image
Number of Pages Date	21 pages 11 Nov 2016
Degree	Bachelor of Arts
Degree Programme	Film and Television
Specialisation option	Cinematography & Editing
Instructor	Jouko Seppälä F.S.C, Lecturer in Cinematography
<p>This thesis consists of this written piece and moving image piece Together Through Life (2016, dir. Noora Kuparinen) shot by the author. Written piece aims to answer a question: What film lighting styles/trends can be found in Superbowl 2016 commercials and what is their history?</p> <p>The analysis is made by examining 42 commercials out of which two dominant styles have been selected and analyzed. The general terminology and the terminology of light inside an image is explained. In the analysis part of the thesis patterns of lighting trends in the commercials and the categories they fall into are examined. Two styles of lighting are analyzed by using three examples each. In the moving image part of the thesis one of found styles is being used and it is handled from the author's perspective.</p> <p>From technical perspective the commercials are divided by tone and contrast. From artistic perspective the lighting techniques are divided by lighting styles and effects to find repetition. In the historical part of the thesis patterns found in the styles are searched from different decades of film history.</p> <p>The main observation is that most things considering lighting have already been done and creation of new requires fresh thinking and breaking of borders.</p>	
Keywords	lighting, commercial, analysis, trend, cinematography

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Valo	1
2.1	Valon ominaisuuksia	2
2.2	Valo kuvassa	3
2.3	Valaisun termistöä	4
3	Superbowl 2016 -mainosten analyysi	5
3.1	Keskisävyinen pehmeä luonnonvalo ja naturalismi	6
3.1.1	Mainos 1: Suntrust - Hold your breath	7
3.1.2	Mainos 2: Michelob - Breath	8
3.1.3	Mainos 3: Honda - New truck to love	9
3.1.4	Historia	10
3.2	Alasävyinen keinovalo ja tyyllittely	11
3.2.1	Mainos 4: TurboTax - Never a sellout	12
3.2.2	Mainos 5: Machine Zone - Mobile strike fight	13
3.2.3	Mainos 6: QuickBooks Death Wish Company - Storm's a-Brewin'	14
3.2.4	Historia	15
4	Teososa	17
5	Lopuksi	20
	Lähteet	21

1 Johdanto

Kuvaajana minua ovat kiinnostaneet aina trendit ja aikakaudet ja niiden vaikutukset taiteessa. Kukaan ei kuitenkaan keksi tyhjästä tehdä asioita tietyllä tavalla. Olemme koko ajan alttiita vaikutuksille, vaikka emme tiedostaisi sitä. Rakennamme kuvapankkia imeväällä kaiken ympäristöstämme. Elokuvalalaisuuden historia on lyhyt, mutta silti vaiherikas. 100 vuoden sisällä on ehditty käyttää vaikka minkälaisista valaisua ja luoda siinä samalla tyylejä, jotka moni katsoja tunnistaa.

Ammatillisen kehittymisen ja ajan seuraamisen vuoksi minusta on tullut mainosten suurkuluttaja. Olen huomannut, että mainokset ovat usein mielestäni innovatiivisempia kuin musiikkivideot elokuvauksellisesti, ja halusinkin tutkia, löytyykö Superbowl 2016 –televioliähetyksissä esitetyistä mainoksista, selkeitä toistuvuuksia valossa teknisesti sekä taiteellisesti. Onko mahdollista esim. todentaa ja yleistää, että tältä näyttää Superbowl 2016 -mainos. Selkeiden trendien tutkimisen lisäksi halusin selvittää, mistä ne kumpuavat.

Tutkimus perustuu Superbowl 2016 -mainoksiin sekä elokuvaan ja jonkin verran elokuvaa käsittelevään kirjallisuuteen. Analysoidessa tutkittiin 42:ta mainosta, jotka on löydettävissä osoitteesta <https://www.ispot.tv/events/2016-super-bowl-commercials>. Pois laskuista jätettiin animaatiot sekä elokuvien ja tv-sarjojen mainokset. Tarkoituksena on tutkia puhtaasti valoa. En käytä analyysissä muita elokuvauksen osa-alueita kuten polttovälit, liike, kompositio, puvustus, maskeeraus, lavastus, värimäärittely.

2 Valo

Valo on mitä tahansa säteilyä, joka pystyy aiheuttamaan visuaalisen aistimuksen. Se on sähkömagneettisen spektrin osa, jonka ihmissilmä näkee. (Wikipedia 2016a.) Osueensa emulsioon tai sensoriin se luo kuvan. Se on ilmaisun muoto ja tarinankerronnan muoto. Sillä luodaan tunnelmaa ja rakennetaan hahmoja.

Valon lähteitä on kahdenlaisia: artifiisiaalia sekä luonnollista. Luonnolliset valonlähteet ovat aurinko, kuu, taivas, revontulet. Artifiisiaaleja valonlähteitä voivat olla esimerkiksi: katulamput, kodin valaisimet, kynttilänvalo, nuotio. (Alton 1959, 31.) Elokuvalalaisimilla

voimme imitoida todellisuutta luoden valoa sinne missä sitä ei ole, tai jatkaa valonlähdetä motivoidulla valaisulla. Valon ei aina tarvitse olla motivoitua ja realismiin nojautuvaa vaan se voi myös toimia abstraktisti ilman motivaatiota. Se voi olla tunnemuistin tukija, jossa valon muisto ei kohtaa realismin kanssa vaan kohottaa sitä.

Valon tuote on aina varjo ja varjot luovat kontrastin. Sen jyrkkyys tai loivuus on suuri tekijä tunnelman luojana. Valolla voimme rajata kuvan sisällä asioita näkyviksi ja varjoilla voimme tehdä kuvan sisällä olevia asioita näkymättömäksi. Valo on osa kompositiota. Valo ja varjo auttavat meitä katsomaan oikeaan kohtaan ruutua.

Valaisun voi jakaa tekniseen sekä tunnelähtöiseen lähestymiseen. Molemmat ovat useimmiten läsnä valaistaessa. Teknisessä lähestymisessä huomio valaisussa on valon määrässä. Valaisemme siten, että kuva on teknisesti hyväksyttävää. (Alton 1959, 32.) Tällöin mikään kuvan osa, jonka ei pidä, ei alivalotu eikä ylivalotu. Eli valon määrä on riittävä suhteessa haluttuun lopputulokseen. Tunnelähtöisessä valaisussa käytämme teknistä lähestymistä tunteen saavuttamiseen. Esittelemme tilaa, jossa toiminta tapahtuu. Voimme simuloida päivän ja vuoden aikaa. Toteutamme elokuvalla sopivaa esteettistä tyyliä. Käytämme valoa syvyyden ja kolmiulotteisuuden luojana.

Ilman valoa meillä ei ole kuvia.

2.1 Valon ominaisuuksia

Suunta:

Valolla on aina suunta. Se voi tulla edestä, takaa, sivulta, alta tai päältä ja mistä tahansa kulmasta. Edestä tuleva valo on usein varjotonta. Sivulta tuleva valo muotoilee ja luo kontrastia. Takavallo luo siluetteja. Alhaalta tuleva väärentää kasvon piirteitä. Päältä tuleva valo luo varjon silmien alle. (Ks. esim. Bordwell 2016, 126.) Elokuvavalaisussa yhdistellään monesti näitä halutun valon luomiseksi. Erityisille valaisun tuottamille efekteille on myös omia termejensä, kuten Rembrant-valo, joka tuottaa kasvojen toiselle poskelle nenän varjon avulla kolmion muotoisen valopisteen. Päävalon suhteesta kameraan voidaan käyttää termejä ylänäyttämövalo ja alanäyttämövalo. Sanotaan, että valo tulee ylänäyttämön puolelta, kun varjopuoli kasvoista näkyy kameralle. Alanäyttämön puolelta tuleva valaisu on ylänäyttämövalon vastakohta, eli varjopuoli ei näy kameralle.

Laatu:

Valo voi olla laadultaan kovaa tai pehmeää tai jotain siltä väliltä. Kovaa ja pehmeää valoa ei sinänsä ole olemassa vaan kyse on varjojen terävyydestä. Valo mielletään kovaksi, kun se tekee varjoja, jotka piirtyvät terävänä. Pehmeäksi valo mielletään, kun varjon ääriiviivat alkavat hajota. Vaikuttavana tekijänä varjojen terävyyteen on kohteen ja valon koko suhteessa toisiinsa, johon vaikuttaa myös niiden etäisyys toisistaan.

Intensiteetti:

Valon intensiteetti kuvassa tai kohteessa vaikuttaa siihen, onko se kirkas vai tumma vai jotain siltä väliltä.

Väri:

Luonnollisesti väri kuuluu vahvasti valon ominaisuuksiin, mutta opinnäytetyön aiheen huomioon ottaen en käsittele sitä muuten kuin, että sitä mitataan kelvineissä ja se on kylmää tai lämmintä tai jotain siltä väliltä.

2.2 Valo kuvassa

Sävy:

Kuvan valon määrää luokitellaan usein alasävyyen ja yläsävyyen. Opinnäytteessä on käytetty myös termiä keskisävy. Näillä tarkoitetaan valon ja varjon tonaliteettia kuvan sisällä. (Ks. esim. Wikipedia 2016d; Wikipedia 2016e.) Jos kuva on alasävyinen, sijoittuu valon tonaliteetti alle keskiharmaan, ja jos taas yläsävyinen, sijoittuu se yli keskiharmaan. Keskiharmaalla tarkoitetaan valotusarvon sijoittumista kymmenen bittisessä järjestelmässä viidensadan liepeille aaltomuotoa tutkimalla tai keinoväriä tutkimalla 50:n liepeille. Aaltomuoto visualisoi kuvan valon ja varjon tonaliteetin käyräksi, ja keinoväri visualisoi kuvan valon ja varjon tonaliteetit värialueisiin. Joskus on hyvä kuitenkin käyttää omaa harkintaa sen suhteen, mihin kategoriaan kuvan laittaa, koska tärkeintä on kuitenkin se, miltä kuva tuntuu, eikä se, mitä mittaristo näyttää.

Kontrasti:

Kontrastilla tarkoitetaan kuvassa valkoisen ja mustan välistä tonaliteettia. Jos kuvan tummimman ja vaaleimman kohdan välissä on vähän sävyjä, kutsutaan kuvaa jyrkäksi. Jos tummimman ja vaaleimman kohdan välissä on paljon sävyjä, kutsutaan kuvaa latteaksi.

(Ks. esim. Film School Online! 2016.) Eli voidaan ajatella, että jos kuvassa on vain mustaa ja valkoista, on se jyrkkää, ja jos siinä löytyy myös harmaan sävyjä, on se loivempaa. Käytän myös termiä keskikontrastinen, jotta ei tarvitsisi luokitella kuvia ääripäiden välillä.

Valaisusuhde:

Päävalon suhde tasoitusvaloon tarkoittaa valaistun kohteen tummimman ja vaaleimman kohdan tonaliteettia suhteessa toisiinsa. Päävalon suhteella taustaan tarkoitetaan juuri sitä, mitä se sanoo. Suhdetta voi ajatella valon määrässä tai aukoissa. (Ks. esim. Wanderingdp 2016.) Tässä opinnäytteessä käsittelen suhdetta aukoissa. Valaisusuhdetta on kuitenkin mahdoton tutkia keinoväriä käyttäen aukoissa täysin objektiivisesti, koska värimäärittely vaikuttaa asiaan, ja se mitä me näemme ei välttämättä ole se mitä kuvatessa kuvaaja on nähnyt. Tästä syystä on syytä pitää valaisusuhteita vain suuntaa-antavina.

2.3 Valaisun termistöä

Valon termistöjä käyttäessä valaistava kohde on ihminen ja usein kasvot. Seuraavat termit ovat käsitteitä, jotka eivät ole täydellisiä, ja ne joskus yhdistyvät toisiinsa, mikä tekee niiden käytöstä epäselvää. Niitä pitääkin lukea suuntaa-antavina työkaluina. Ne eivät myöskään tarkoita yksittäistä lamppua vaan valoilmiotä. Seuraavat käsitellyt termit eivät mitenkään kata koko valaisun termistöä, vaan käsittävät pelkästään opinnäytteessä käytetyt termit.

Päävalo:

Vastaa kuvan valotuksesta. Usein sillä selitetään kameran takaa tai hahmon sivulta tulevaa valoa kasvoihin, mutta silloin kuvat joissa ei ole päävaloa, esim. pelkässä takavalossa kuvattu lähikuva kasvoissa, jossa ambienssi luo pehmeän valon kasvoille, jäävät ilman termiä päävalo, mutta päävalon voi myös käsittää suurimpana valonlähteenä, jolla kuvan valaisua rakennetaan.

Tasoitusvalo:

Vastaa kuvan varjopuolen valotusarvosta eritoten kasvoja valaistaessa. Tasoitusvalon ei tarvitse olla valonlähde vaan esim. päävalon tuottama epäsuora valo voi toimia tasoitusvalona.

Takavalon ja sen tyypit:

Valo joka tulee kohteen takaa. Hiusvalo on korkealta kulmasta tuleva takavalon tyyppi, joka spesifisti tarkoittaa valoilmiotä, joka valaisee tukkaa ja olkapäitä. Reunavalon on takavalon äärimmäisin muoto, joka valaisee kohteen reunat, mutta ei osu mihinkään, jonka kamera näkee. Korkovalon on reunavalon tyyppinen takavalon, mutta osuu kameran puolelle ja kasvoille.

Praktikaali:

On kuvassa näkyvä valaisin, joka useimmiten on päällä. Valaisuteknisesti ei välttämättä valaise mitään vaan valaisun tekevät muut kuvan ulkopuoliset lamput.

3 Superbowl 2016 -mainosten analyysi

Tarkasteluun otin 42 Superbowl 2016 mainosta ja aloin etsimään ensiksi teknisiä toistuvuuksia valossa. Apunani kuvien arvioinnissa käytin keinoväriä, aaltomuotoa sekä omia tulkintoja. Pyrkimys oli päästä mahdollisimman objektiiviseen tutkimustulokseen. Mainoksia tutkin ensin valon määrässä, jotta olisi helpompi löytää taiteellisia toistuvuuksia.

Ensimmäiseksi jaottelin mainokset valon ja varjon määrän mukaan kuvassa: alasävy-, keskisävy- ja yläsävykuviin. Yläsävykuvia oli vähiten, sitten alasävykuvia toiseksi vähiten ja keskisävykuvia huomattava enemmistö. Kaikkien kuvien kontrasti asetui hyvin systemaattisesti yläsävykuvissa loivaan kontrastiin, alasävykuvissa jyrkempään kontrastiin ja keskisävykuvissa keskikontrastiin. Joitakin poikkeuksia oli mukana.

Valaisusuhteita tutkin kuvissa keinovärin avulla, jolla pystyi selkeästi erottamaan valon määrän kuvan sisällä. Suhteet pyörivät eri kuvissa valon määrässä hyvin samoissa arvoissa. Yläsävykuville oli tyypillistä 1:1–1:2 -suhde päävalon ja tasoitusvalon välillä. Keskisävykuvissa se oli 1:1–1:3 ja alasävy kuvissa 1:2–1:5. Päävalon suhde taustaan yläsävykuvissa olivat lähinnä 1:1. Keskisävykuvissa vaihtelua oli paljonkin, mutta ne osuivat välille 1:1–1:5, joista 1:1 oli kuitenkin yleisin. Alasävykuvissa 1:5 oli yleisin.

Päävalon voimakkuus vaihtelee systemaattisesti riippuen siitä, onko kuva ylä-, keski- vai alasävyinen. Alasävyisille kuville oli ominaista, että päävalo on yhden tai useamman aukon alle keskiharmaan. Yläsävyisille kuville ominaista oli, että päävalo on yhden aukon yli keskiharmaan ja keski- ja yläsävyisissä kuvissa oli enemmän vaihtelua.

Tästä voidaan vetää johtopäätöksiä, että alasävyisissä kuvissa on useimmiten jyrkkä kontrasti, päävalon suhde tasoitusvaloon suuri, päävalon suhde taustaan suuri ja päävalo on usein alle keskiharmaan. Keski- ja yläsävyisissä kuvissa on keskikontrasti, päävalon suhde tasoitusvaloon ei suuri eikä pieni, päävalon suhde taustaan ei suuri eikä pieni, ja päävalo pyörii yhden aukon yli tai alle keskiharmaan. Yläsävyisissä kuvissa on loiva kontrasti. Päävalon suhde tasoitusvaloon on pieni, päävalon suhde taustaan on pieni sekä päävalo on usein yhden aukon yli keskiharmaan. Poikkeuksia kuitenkin löytyy.

Mainokset jakautuivat valon käytössä sisällöllisesti siten, että puolet draamallisista mainoksista oli alasävyisiä ja loppupuoli keski- ja yläsävyisiä. Komediallisissa mainoksissa valon määrä kuvassa oli paljon vaihtelevampi ja kaikkia kolmea eri sävyn eroja oli tarjolla, mutta keski- ja yläsävyä oli selkeästi eniten ja alasävyiset edusti pienintä osaa.

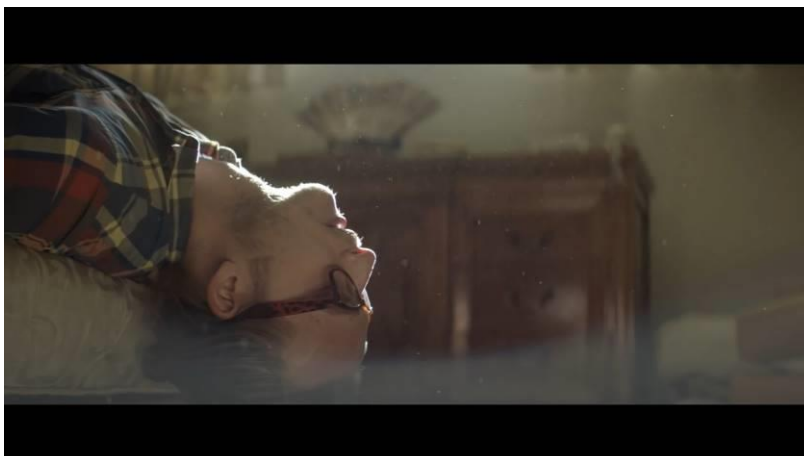
Seuraavaksi lähdin tutkimaan taiteellisia toistuvuuksia hyödyntäen teknisiä toistuvuuksia. Mainoksista erottui selkeästi kaksi erilaista tyyliä. Toinen luonnollisempi ja toinen tyylitellympi. Alaluvuissa 3.1 ja 3.2 käsittelen molempia tyyliä teknisesti ja taiteellisesti sekä tutkin niiden historiaa. Molemmista tyyleistä on otettu esimerkiksi kolme mainosta.

3.1 Keski- ja yläsävyinen pehmeä luonnonvalo ja naturalismi

Tämän tyylin mainokset tavoittelevat realismia ja luonnollisuutta. Ne ovat sävyiltään naturalistisia. Kielitoimiston sanoo, että naturalismi tarkoittaa taiteessa äärimmäiseen todennukaiseen pyrkivää (Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy 2016). Minulle se elokuvan valaisussa tarkoittaa kuva ja tunnemuistin toistamista. Tarkoitin tällä sitä, että joskus visuaalinen muisto esim. todella kirkas auringon valo keittiössä saattaa todellisuudessa olla vain pienehkö suora valonlähde. Naturalistisessa valaisutyylissä pyritään toteuttamaan todellisuutta valkokankaalle meidän kuva-tunnemuistin rajoissa. Kaikille realismi ei tarkoita samoja asioita. Esim. sisätiloja valaistaessa suoraan ammuttujen praktikaalien kova valo on jollekin realistista kun toiselle se näyttää vääraltä, jos on tottunut siihen, että praktien valo on pehmeää. Sitä voi ajatella niin, että ihminen joka ei

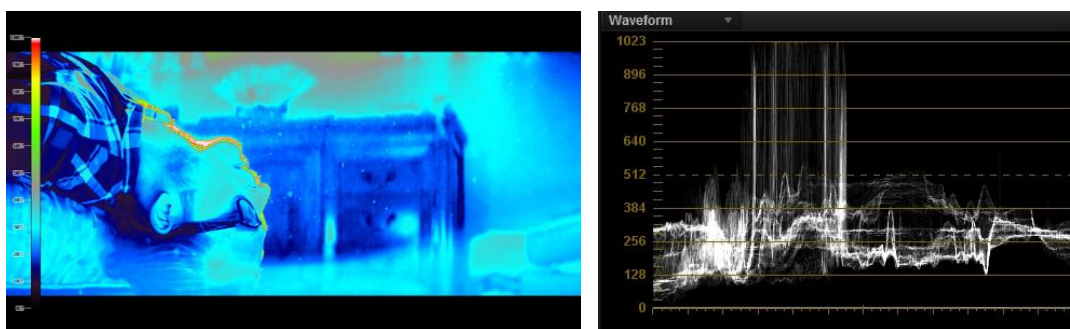
ole koskaan nähnyt aurinkoa, vieroksuu ylhäältä tulevaa kovaa valoa ja hänelle näyttäytyisi keinotekoiselta. Todellisuus on kovan ja pehmeän valon soppa ja katsojasta kiinni.

3.1.1 Mainos 1: Suntrust - Hold your breath



Kuvio 1. <https://www.youtube.com/watch?v=XGwkPc29CVc>

Tämä kuva on osa suurempaa kuvamontaasia, mutta tunteeltaan ja valoltaan edustaa hyvin koko mainosta. Mainoksessa on käytetty pääsääntöisesti yhtä valonlähdettä valaisemaan kuvaa. Valo on pehmeää ja myötäistä tai tulee ylänäyttämön puolelta. Aurinko toimii tässä mainoksessa usein takavalona luoden reunavalotyypisiä efektejä. Valo tulee kovana takaa auringon motivoimana, ja päävalona toimii auringon tuottama ambienssi tai praktikaali. Tällainen valaisu luo realistisia mielikuvia mainoksen esittämästä elämästä ja maailmasta.



Kuvio 2. Keinoväri vasemmalla ja aaltomuoto oikealla.

Keinoväriä (Kuvio 2.) tutkimalla voi, että päävalon ja tasoitusvalon suhde toisiinsa on 1:1. Päävalon suhde taustaan on myös 1:1. Kuva on siis hyvin tasaisesti valaistu, ja sanoisin,

että kuva edustaa keskisävyisyyttä, koska tasaisuuden lisäksi päävalo on yhden aukon alle keskiharmaan. Aaltomuotoa (Kuvio 2.) tutkimalla voi kuvan todeta olevan loiva kontrastiltaan, vaikkakin reunavalo nostaa kuvan tumman ja kirkkaan kokonaistonaliteettia huomattavasti. Kuva on keskisävyinen ja loivakontrastinen.

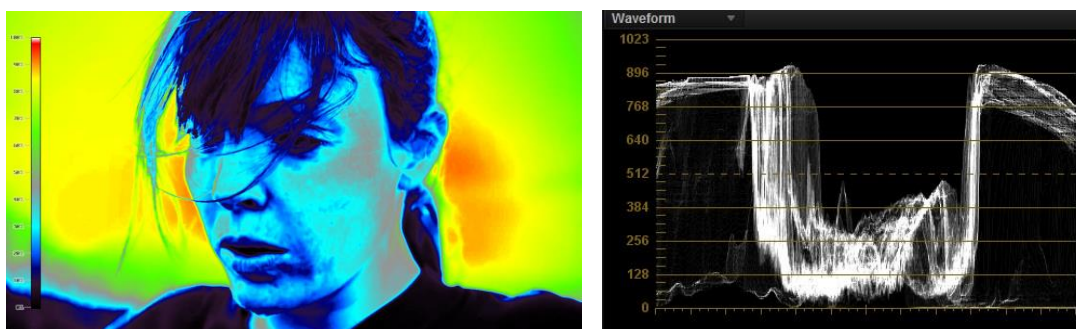
3.1.2 Mainos 2: Michelob - Breath



<https://www.youtube.com/watch?v=-cYFe2c2Zfw>

Kuva (Kuvio 3.) on osa montaasia, joissa on useita eri valotilanteita ja valaisutyylejä, mutta tämä kuva kuvastaa mainoksen vallitsevaa tunnetilaa. Mainoksessa on käytetty pääsääntöisesti yhtä valonlähdettä, jolla pyritään luonnollisuuteen. Myös hentoa hiusvaloa esiintyy. Valon suunta on yleensä myötäistä tai tulee ylänäyttämön puolelta. Mainoksessa valo on todella pehmeää. Hien tuoma kiilto iholla tuo omanlaisensa peilimäiset huippukohdat kirkkaaseen päähän. Tämä tuo lisää kiinnostavuutta vallitsevaan pehmeään valoon. Taivasta on käytetty myös korkovalona.

Kuva (Kuvio 3.) on tehty selkeästi laskevan auringon aikoihin pilvisellä säällä. Pilvimassa auringon edessä on ollut sen verran ohutta, että takavalossa on vielä potkua ja se on hajonnut kauniisti tarttuen nenänpäähän, leukaan ja hiuksiin. Niin kuin edellisessäkin kuvassa, ambienssi toimii päävalona ja on myötäistä. Taivaan sinistä hehkua tulee hahmon vasemmalle poskelle ja kaulaan.



Kuvio 3. Keinoväri vasemmalla ja aaltomuoto oikealla

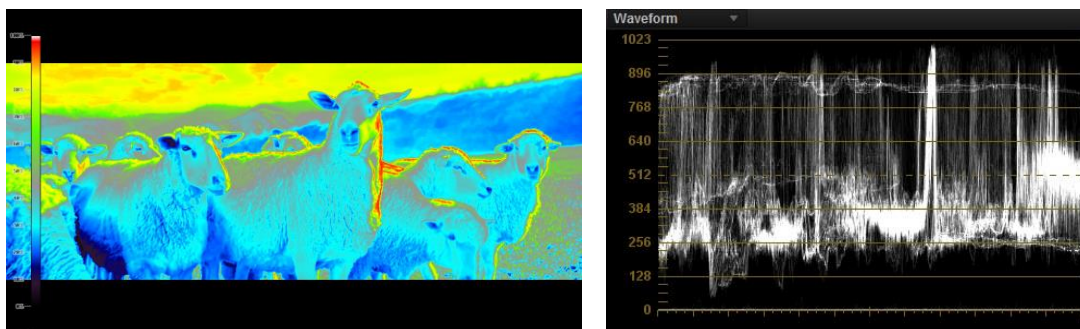
Kuviota 4 tutkimalla näemme, että päävalo on yhden aukon verran alle keskihimaan ja päävalon ja tasoisvalon suhde on 1:1. Päävalon suhde taustaan on 2:1. Kuvan voisi laittaa yläsävykategoriaan, jos kasvot olisi valotettu yli keskitason, mutta alle keskihimaan valotettuna keski- ja väyvä kategoria sopii paremmin. Voisimme todeta kuvan olevan myös loivakontrastinen. Kuvan huiput huomioon ottaen todettakoon sen olevan keski- ja kontrastinen. Kuva on siis keski- ja väyvä ja keski- ja kontrastinen.

3.1.3 Mainos 3: Honda - New truck to love



Kuvio 4. <https://www.youtube.com/watch?v=kTaCT8ZmdJA>

Mainos sijoittuu yhteen paikkaan ja yhteen aikaan. Ja tämä kuva välittää koko mainoksen valaisun idean.



Kuvio 5. Keinoväri vasemmalla ja aaltomuoto oikealla

Keinoväriä (Kuvio 6.) tutkimalla saamme selville, että päävalo on yhden aukon alle keskiharmaan. Päävalon ja suhde tasoitusvaloon on 1:1. Päävalon suhde taustoihin on 1:2 yli ja alle päävalon. Sanoisin kuvan menevän keskisävykategoriaan, koska päävalo on alle keskiharmaan. Jos se olisi keskiharmaissa tai korkeammalla, ehdottaisin yläsävyä. Kontrastista voi sanoa, että se on keskellä, ei loiva eikä jyrkkä, vaikkakin pääsääntöisesti valon ja varjon tonaliteetti sijoittuu kapealle alueelle, nostaa takavalo sekä taustat kontrastin jyrkkyyttä. Kuva on keskisävyinen ja keskikontrastinen.

Mainoksessa aurinko toimii päävalona sekä takavalona riippuen kuvakulmasta. Tässä kuvassa (Kuvio 5.) sanoisin, että aurinko on takavalotyyppinen. Se tulee kovaa ja korkealta. Päävalona toimii varjopuoli tehden siitä varjottoman.

3.1.4 Historia

Yllä käsiteltyä valaisun tyyliä ei suinkaan ole keksitty 2000-luvulla, vaan sen historia kantautuu amerikkalaisesta näkökulmasta katsottuna 1960-luvulle, jolloin nuoret elokuvantekijät halusivat tehdä elokuvia muualla kuin studioissa. He toivat mukanaan naturalismin, luonnonvalon käytön ja pehmeän valon paluun. Studioissa siihen aikaan oli totuttu käyttämään paljon kovaa valoa, joka pohjautuu 1940-luvulle. Silloin oli tehty transiitio pehmeästä glamour-valosta toiseen ääripäähän eli todella kovan valon käyttämiseen.



Kuvio 6. Kuvakaappaukset elokuvista Easyrider (USA, 1969) ja Days of Heaven (USA, 1978).

Pehmeän valon käytön historia kumpuaa mykkäelokuvista. Ne kuvattiin studioissa, joissa oli lasikatot ja kangas venytetty sen ylle, josta auringon valo paistoi sisään ja hajosi yhdeksi suureksi pehmeäksi valonlähteeksi. Mutta kuten kaikki tyyli, ihmiset kyllästyivät pehmeään tyyliin ja alkoivat käyttää kovaa valoa terävemmän tyylin vuoksi. 1940 alettiin kiinnostua realismista kuvailmaisussa ja sen myötä kovasta valosta. Kovaa valoa pidettiin realistisena, koska se oli kovaa eikä romantisoivaa kuten pehmeä valo. Pehmeä valo palasi ranskalaisen uuden aallon myötä 1960-luvulla. 1970-luvun jälkeen viimeistään alettiin palata taas pehmeään valoon myös Hollywoodissa.

3.2 Alasävyinen keinovalo ja tyyllittely

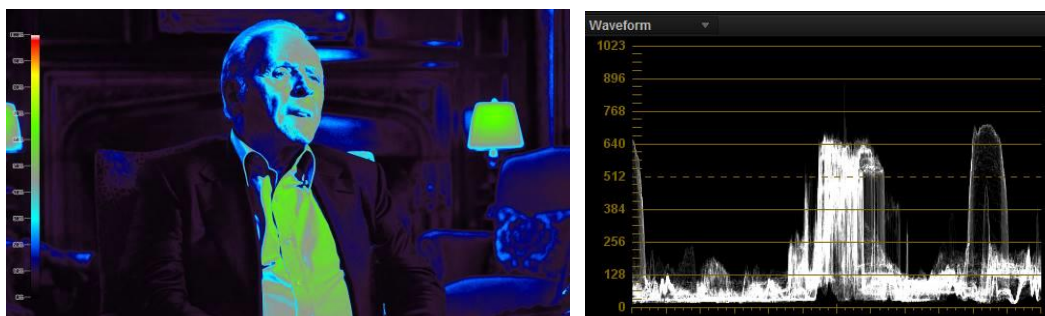
Tälle tyyliille on ominaista rikkaat varjot, jyrkkä kontrasti, alasävyisyys sekä kohteen varjopuolelle tuleva takavalot- tai korkovalotyyppinen efekti. Valo on useimmiten ylänäyttämöltä tuleva ja on Rembrant- tai sivuvalotyyppinen. Korkovalo tulee kasvoille takavalon vastakkaiselta puolelta ja voi olla sekä kovaa että pehmeää. Päävalon ja korkovalon väliin jäävä osa on useimmiten tumma varjo. Tämä tyyli keskittyy lähinnä miesten valaisuun.

3.2.1 Mainos 4: TurboTax - Never a sellout



Kuvio 7. <https://www.youtube.com/watch?v=dzSKHk8Q4Wo>

Tästä mainoksesta otamme käsittelyyn yhden kuvista, joka kertoo koko mainoksen valaisuidean. Tila on sama koko mainoksen keston ajan ja hahmolla on vastapuhuja.



Kuvio 8. Keinoväri vasemmalla ja aaltomuoto oikealla

Keinoväri-versiota (Kuvio 9.) kuvasta tutkimalla saamme selville, että kuvan päävalo on valotettu yhden aukon yli keskiharmaan. Päävalon ja tasoitusvalon suhde on 1:5 ja päävalon suhde taustaan sama. Aaltomuotoa (Kuvio 9.) tutkimalla voimme todeta kuvan valoinformaation sijoittuvan tummaan päähän. Kuvassa on vähemmän kirkkaita kuin tummia alueita. Kontrastin voin väittää taipuvan loivan puoleen, koska tumman ja kirkkaan ero on matalahko, mutta sanon, että kuva on keskikontrastinen. Voin siis luokitella kuvan olevan alasävyinen ja keskikontrastinen

(Kuvio 8.) Päävalo tulee korkeahkosti ja ylänäyttämön puolelta hieman epätäydellisenä Rembrant-valona, jos hahmo laskee katseensa. Se on kovahko ja edustaa jonkinlaista

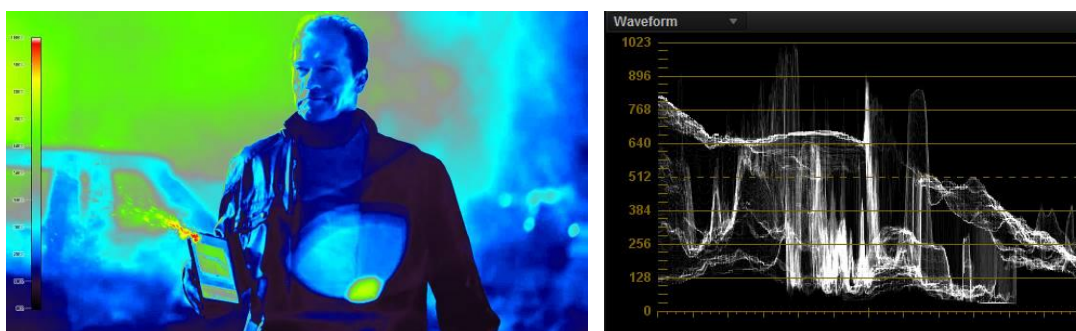
praktikaalia. Varjopuolelle tulee hahmolle kylmä ja pehmeä korkovalo. Se on kaiketi motivoitu kuun valona. Uskon, että se on siellä siksi, jotta mainoksen hahmot erottuisivat toisistaan valollisesti. Taustan praktikaalit antavat ymmärtää, että päävalo voisi olla jokin samankaltainen, mutta korkeammalta tuleva. Korkovalona kuun valo lisää hahmon kolmiulotteisuutta ja erottaa hänet muuten tummasta taustasta.

3.2.2 Mainos 5: Machine Zone - Mobile strike fight



Kuvio 9. <https://www.youtube.com/watch?v=nArguXUt52c>

Tässä mainoksessa on useampia kohtauksia ja valotilanteita, joista käsittelen vain tämän, koska se on hyvin lähellä ylempiä esimerkkejä.



Kuvio 10. Keinoväri vasemmalla ja aaltomuoto oikealla.

Keinoväri-versiota (Kuvio 11.) tutkimalla saamme selville, että päävalon suhde tasoitusvaloon on 1:4 ja päävalon suhde taustaan 1:1–1:4. Key on valotettu yhden aukon yli keskihimaan. Aaltomuotoa (Kuvio 11.) tutkimalla voi todeta, että kuva ei oikein asetu

alasävy kategoriaan, mutta kuitenkin alle keskisävyn. Hahmon valaisun huomioiden olen silti sitä mieltä, että alasävyinen tunnelma on vahva tässä kuvassa. Kontrastia arvioi-
dessa päädyn samaan kuin edellisessä mainoksessa samoja perusteita käyttäen. Kuva on mielestäni alasävyinen ja keskikontrastinen.

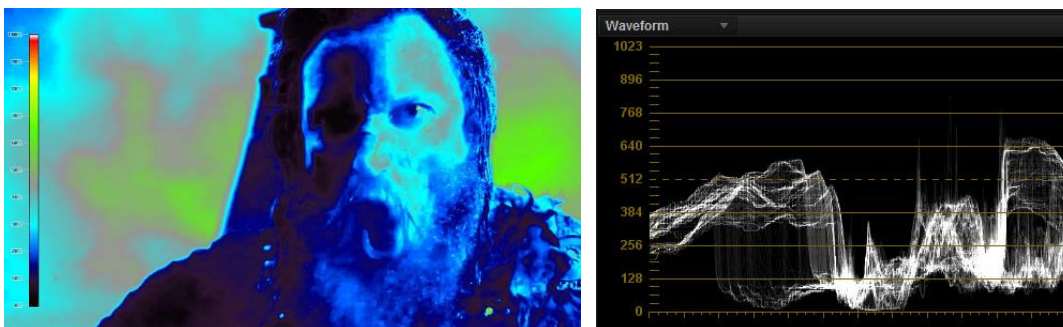
(Kuvio 11.) Päävalo tulee kovahkosti ylänäyttämön puolelta takasivulta, ja se luo lähes korkovalotyypin efektin, mutta taipuu kuitenkin sivuvaloksi, joka halkaisee kasvot kirkkaaseen ja tummaan. Varjopuolelle tuleva korkovalo on pehmeä ja heikohko. Kombinaatio tukee hahmon maskuliinisuutta ja tekee siitä entistä kulmikkaamman. Korkovalo myötäilee leuan muotoa ja tekee siitä suuremman. Päävalo ja korkovalo ovat molemmat motivoitu ympäristössä tapahtuvilla räjähdyksillä ja tulipaloilla.

3.2.3 Mainos 6: QuickBooks Death Wish Company - Storm's a-Brewin'



Kuvio 11. https://www.youtube.com/watch?v=V_3H_Y5QUWw

Tämä mainos sijoittuu yhteen lokaatioon, kuvakokoja on useita, mutta käsittelen taas vain lähikuvaa.



Kuvio 12. Keinoväri vasemmalla ja aaltomuoto oikealla

Keinoväriä (Kuvio 13.) tutkiessa voidaan havaita, että päävalo on keskiharmaan tasoilla. Sen suhde tasoitusvaloon on 1:5 ja taustan suhde siihen on 1:1–2:1, joka on kirkkaimmillaan yhden aukon verran korkeampi kuin päävalo. Aaltomuotoa (Kuvio 13.) tulkittaessa voidaan huomata, että kontrastia on huomattavasti vähemmän kuin edellisissä. Uskaltaisoin sanoa tämän edustavan jo loivempaa kontrastia. Kuvassa on suhteessa enemmän keskiharmaan alla olevia osia, joten alasävyyttä se ei täysin edustakkaan. Edellisen mainoksen tavoin laittaisin sen silti alasävyn kuvan kategorian alle, koska hahmon valaisu sitä kuitenkin edustaa. Kokonaisuuden laajemmissa kuvissa alasävyyaspekti tulee myös paremmin esiin. Sanoisin, että tämä kuva on alasävyn ja loivakontrastinen

Kuviossa 12. Päävalo tulee alaviistosta alanäyttämön puolelta soihdun motivoimana pehmeähkösti, koska se on lähellä kasvoja ja liekki suuri suhteessa kasvoihin. Korkevalo tulee myrskypilvien motivoimana pehmeästi. Korkevalo tekee hahmosta huomattavasti hurjemman näköisen, kun se piirtää kallon muotoa jättäen pimentoon tyhjän silmäkuopan.

3.2.4 Historia

Tämän tyyppisen valaisun historia kantautuu maalaustaiteeseen. Italialainen Caravaggio (1571–1610) oli chiaroscuro eli valon ja varjon luoman jyrkän kontrastin innovaattori. Hänen maalauksissaan hahmot olivat dramaattisesti valaistuja ja valo oli osa kompositiota. (Wikipedia 2016b.) Kuluttajalle tuttu dramaattinen valon ja varjon käyttö elokuvista löytyy amerikkalaisesta Film Noirista, jonka pohjatyön tehtiin jo 1910–1930 -luvulla ekspressionistisessa Saksassa (Ks. esim. Wikipedia 2016c).

On vaikea sanoa, milloin esimerkkien tyyppistä korkovalon käyttöä elokuvien valaisussa on alettu käyttää hahmojen rakentajana. Vanhimmissa mustavalkoisissa elokuvissa korkovaloa on käytetty, mutta efekti ei ole toistuva hahmojen kaassa. Kaikkein selkeimpiä esimerkkejä löytyy 70-luvun jälkeen toimintaelokuvissa, joissa se toimii ei-motivoituna efektinä tukemassa ja/tai rakentamassa hahmoa. Valaistuksen kohteena on lähes poikkeuksetta mies.

Aikaisimmat selkeimmät esimerkit löytyvät 1940-luvulta esim. *The Ox-Bow Incident*, USA 1943 (Kuvio 14.) ja *Stranger on a Train*, USA 1951 (Kuvio 14.).



Kuvio 13.

1960–1970 -luvulta löytyy esimerkkejä kuten *James Bond - From Russia with Love*, USA 1963 (Kuvio 15.) ja *Shaft*, USA 1971 (Kuvio 15.).



Kuvio 14.

1980–1990 luvulla korkovaloa käytettiin paljon toimintaelokuvissa kuten *Bladerunner*, USA 1982 (Kuvio 15.) ja *Terminator*, USA 1991 (Kuvio 16.).



Kuvio 15.

2000-luvun esimerkkejä löytyy esimerkiksi *Minority Report*, USA 2002 (Kuvio 17.) ja *Drive*, USA 2011 (Kuvio 17.).



Kuvio 16.

Seuraavaksi siirrytään käsittelemään työn teososa, jossa on mukailtu alaluvussa 3.1 käsiteltyä valaisutyylä.

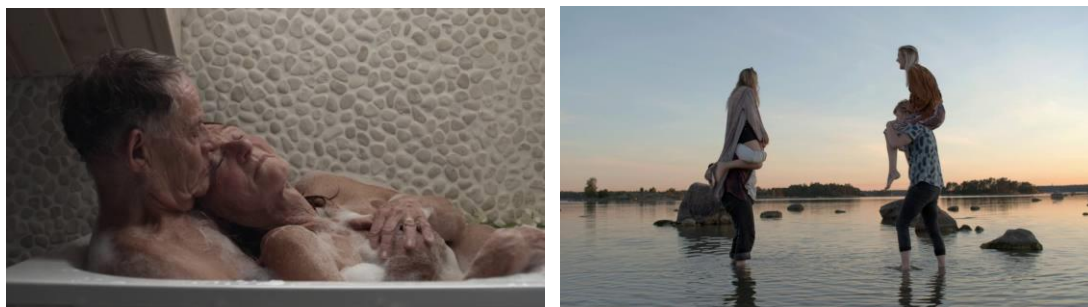
4 Teososa

Opinnäytteen teososa on helsinkiläiselle kultaseppä Kulmalalle tehty brändimainos. Asiakkaan halu oli saada mainoselokuva, jossa kiteytyisi tunteet joita heidän brändinsä haluaa välittää asiakkaalle, ja se, mitä kihlasormus tarkoittaa tunnetasolla. Mainoksen tarina koostuu arkisista kohtauksista, joiden sisällössä yritettiin välittää aina yksi tunne.

Valoilmaisua miettiessämme lähdimme ohjaajan kanssa purkamaan kohtauksien vallitsevaa tunnetta. Tunnetiloille mietittiin valotilanteita, jotka toimisivat kohtauksien kanssa olematta liian itsestään selviä, mutta jotka silti tukisivat tunnetta herkästi katsojan tunne muistia kutittelemalla. Kohtaukset olivat näyttelijäilmaisultaan hyvin herkkiä ja naturalistisia, ja pyrkimys oli näyttää maailmaa sellaisena kuin se muistoissamme on.

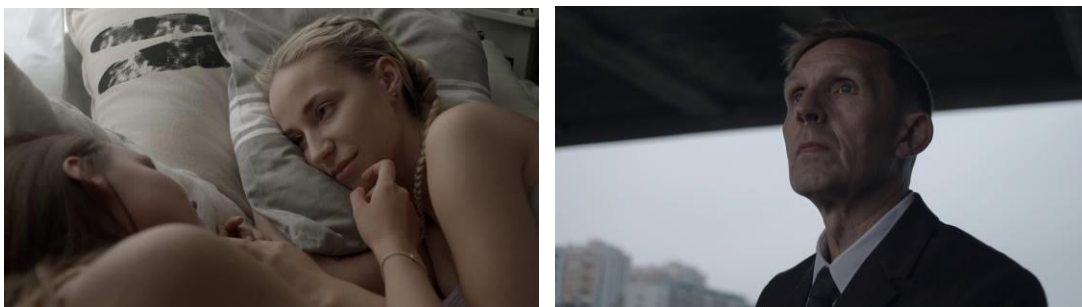
Budjetin pienuuden sekä pohjoisen pallonpuoliskon kesän tarjoamien valo-olosuhteiden vuoksi päädyimme tekemään kaiken luonnonvalossa. Lokaatiot oli valittu sen perusteella, miten auringonvalo oli mahdollista saada osumaan sinne. Kohtauksille oli mietitty valotilanteet, jossa oli sekä pilvistä että aurinkoista säätä. Piti miettiä myös, että miltä kohtaus tuntuu, jos sää on eri kuin mietitty, ja miten sitä voi kompensoida, jos voi. Meillä kävi kuvauspäivien ja sään kanssa todella hyvä tuuri, sillä satoi ja paistoi juuri oikeiden kohtausten kohdalla.

Valon käyttö on hyvin samankaltaista kuin alaluvussa 3.1. Käytimme aurinkoa takavalona, päävalona pohjoisen pehmeää valoa ja artifiisaalina valonlähteenä katulamppuja. Valo tulee useimmiten ylänäyttämön puolelta. Valonlähteitä oli pääsääntöisesti aina yksi. Päävalon ja tasoisvalon suhde liikkuu 1:1–1:4 välillä. Päävalo oli usein aukon tai useamman alle keskiharmaan. Uskoimme, että takavalon, pehmeä päävalo ja keskikontrastisuus voisi tuoda meille halutun kuvailmaisun.



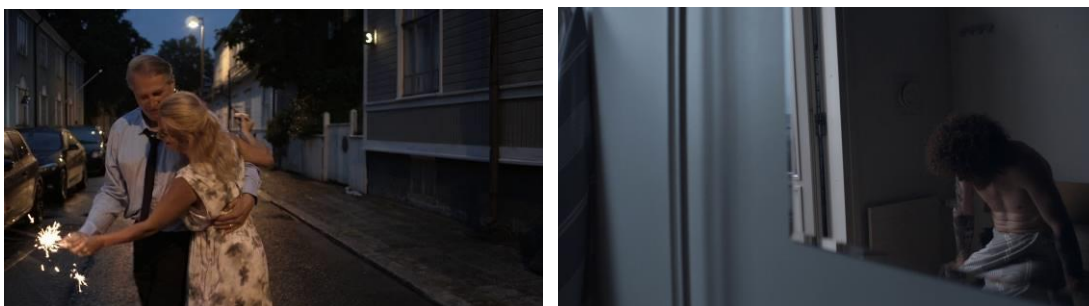
Kuvio 17. Kohtaus 1 ja kohtaus 2.

Kohtaus 1 kuvattiin keskipäivällä pienessä kylpyhuoneessa, jossa oli pieni ikkuna pohjoiseen. Halusimme vanhusten pehmeää hetkeä tukea pehmeällä valolla, mutta silti ylläpitää kontrastia realismin tuntuvouden vuoksi. Kohtaukseen 2 oli tärkeää saada vapauden ja nuoruuden tuntua. Olimme sitä mieltä, että kohtauksen tunnelmaan sopisi laskeva aurinko.



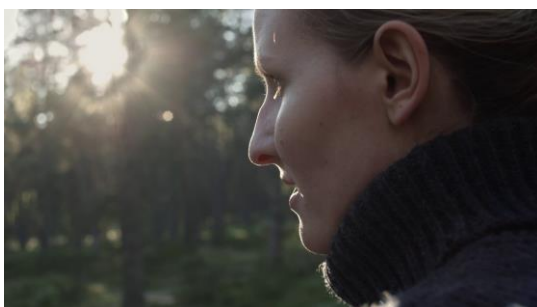
Kuvio 18. Kohtaus 3 ja kohtaus 4.

Kohtaus 3 on tunteeltaan hyvin samankaltainen kohtauksen 1 kanssa, joten valolle haluttiin samankaltaisia piirteitä. Valon lähteenä toimi tällä kertaa suuri ikkuna, jonka edessä oli ohut verho. Kohtaukseen 4 toivoimme pilvistä säätä, koska halusimme tukeaa harmaudella miehen surua.



Kuvio 19. Kohtaus 5 ja kohtaus 6.

Kohtaukseen 5 haluttiin huolettomuutta ja ajattelimme, että kesäyö sateen jälkeen toimisi katulamppujen valossa. Kohtaus eroaa muusta mainoksen valoilmmaisusta kovan päävalon ja artifiisaalin valon käytössä. Kohtaus 6:ssa tuettiin epätoivoa harmaudella, ehkä vähän samankaltaisia tunteita kuin kohtauksessa 4.



Kuvio 20. Kohtaus 7.

Viimeiseen kohtaukseen (Kuvio 21.) haluttiin toivoa ja toipumisen tunnetta. Auringolla tein reunavalo tyyppisen takavalon tukemaan haluttua ilmaisua.

Olemme tyytyväisiä lopputulokseen ja mielestämme kohtauksille valitut valotilanteet tukevat hyvin muuta kerrontaa.

5 Lopuksi

On selkeää, että mainoksissa on menty enemmän kohti naturalismia kuin kiiltokuvien esittelyä. Määrällisesti tyyli edustaa enemmistöä käsitellyissä mainoksissa vaikkakin enemmistö on pieni. Syitä voi olla esim. muutos kauneusmainonnan kehityksessä, jossa ollaan otettu askelia kohti naturalismia. Tunteiden välittämisestä katsojalle on tullut mainostajalle tärkeää. Tämä avaa paljon hanoja valoilmaisuuden puolesta.

Tutkiessani tyylien historiaa ja etsiessä niiden toistuvuuksia huomasin taas, että tavaltaan kaikki on jo tehty. Kysymys tulevaisuudessa onkin ehkä siitä, että miten yhdistelmällä eri tyyliä voidaan luoda jotain uutta. On myös vain ajan kysymys, milloin seuraava trendi valaisussa tulee. Tietyt trendit säilyvät aina kuten informatiivinen yläsävyinen kuva ja sen kaverina komediallinen sisältö. Se on helppo ymmärtää ja harvemmin se herättää kuluttajassa tunteita valoilmaisuuden puolesta.

Uskoisin, että jos naturalismi ja tunnelähtöisyys alkaa nostamaan päätään isommin, voidaan tulevaisuudessa nähdä vielä enemmän rajumpaa kuvastoa. Superbowlissa nähdyt ovat kuitenkin vielä todella siloteltuja ja peruskauniita. Odotan sitä hetkeä, kun joku saa tehtyä ruman kauniiksi ja tekemällä siitä valtavirtaa.

Lähteet

Wanderingdp 2016. Lighting ratios. <http://wanderingdp.com/cinematography/cinematography-school-lighting-ratios-101/> (luettu 7.10.2016)

Wikipedia 2016a. Light. <https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Light&oldid=744532109> (luettu 3.10.2016)

Wikipedia 2016b. Chiaroscuro. <https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Chiaroscuro&oldid=748482999> (luettu. 20.10.2016)

Wikipedia 2016c. German Expressionism. https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=German_Expressionism&oldid=742396915 (luettu 20.10.2016)

Wikipedia 2016d. High-Key Lighting. https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=High-key_lighting&oldid=741188168 (luettu 9.11.2016)

Wikipedia 2016e. Low-Key Lighting. https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Low-key_lighting&oldid=735110576 (luettu 9.11.2016)

Alton John 1959. Painting with light. USA: Macmillan company

Bordwell David & Thompson Kristian 2016. Film Art. McGraw-Hill Education