

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Merenkulun hallinnon koulutusohjelma

Teemu Leppälä

DOKUMENTAARINEN TOSI-TV MERENKULUN TUNNETTUUDEN
EDISTÄJÄNÄ

Opinnäytetyö 2012

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Merenkulun hallinnon koulutusohjelma

LEPPÄLÄ, TEEMU

Dokumentaarinen tosi-tv merenkulun tunnettuuden edistäjänä

Opinnäytetyö

115 sivua + 5 liitesivua

Työn ohjaajat

TaM Heikki Ortamo, FM, TM Jukka Seppänen

Toukokuu 2012

Avainsanat

merenkulku, tosi-tv, kultivaatio, dokumentit, viestintä

Merenkulku ja meritse tapahtuva kauppa ovat olleet tärkeitä ihmiskunnan historiassa. Suomen kansainvälisen kaupan tuonnista noin 90 %, ja viennistä noin 70 % siirtyy jossain logistisen ketjun vaiheessa merikuljetuksina. Merenkululla on huomattava merkitys jokaisen suomalaisen elämään, paljon suurempi kuin usein ymmärretään. Merenkulun olisi tärkeä saada kertoa siitä maailmasta, jollaista se todellisuudessa tänä päivänä on. Merenkulku on erittäin haastavaa työtä, jossa suuret tavaravirrat ja alukset liikkuvat kaikissa olosuhteissa.

Tutkimuksen taustalla oli kiinnostus selvittää kuinka merenkulun parissa työskentelevät henkilöt sekä tv-tuottajat kokevat tosi-tv:n sekä mahdollisen merenkulusta kertovan dokumentaarisen tosi-tv-ohjelmasarjan. Tutkimuksessa kysyttiin mielipiteitä siitä, miten merenkulku voitaisiin vastaajien mukaan tuoda parhaiten tunnetuksi suurelle yleisölle. Työn yhtenä tavoitteena oli myös selvittää, miten vastaajat kokevat suuren yleisön käsityksen merenkulusta tänä päivänä sekä kuinka nuoria saisi merenkulkualalle opiskelemaan ja töihin.

Tutkimusta varten lähetettiin sähköpostitse neljä esikysymystä sekä kahdeksan kysymystä, joihin tuli vastauksia 65 kappaletta. Vastaukset litteroitiin ja määriteltiin omiksi alaryhmiä. Vastaukset käytiin lävitse jokaisen kysymyksen osalta ja analysoitiin numeerisiksi arvoiksi graafisten esityksien muodossa. Tutkimuksen toteutusosaan kirjoitettiin suoria lainauksia vastauksista. Pohdinnoissa arvoidaan tutkimuksen tuloksia ja niiden merkityksiä kokonaisvaltaisesti. Johtopäätökset-luvussa koko tutkimusaineisto purettiin SWOT-analyyseiksi käyttäen. Tutkimusmetodi on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, ja tutkimuksen metodologinen viitekehys perustuu fenomenologiseen pohdintaan.

Aineistona tutkimuksessa on käytetty laajasti kirjoja, julkaisuja, tutkimusraportteja, internetiä ja lehtileikkeitä merenkulusta sekä audiovisuaalisuudesta. Tärkeä osa tutkimuksen rakennetta on oma vahva kokemus merenkulusta sekä lyhyempi kokemus, mutta sitäkin vahvempi kiinnostus audiovisuaalisuutta sekä erilaisia tuotannollisia projekteja kohtaan.

Tutkimus osoitti, että merenkulun parissa työskentelevät henkilöt sekä tv-tuottajat näkevät dokumentaarisen tosi-tv:n erinomaisena mahdollisuutena kertoa suurelle yleisölle merenkulusta. Tutkimuksen mukaan merenkulkuun liittyvä dokumentaarinen tosi-tv-ohjelmasarja vaikuttaa suoraan ihmisten ennakkoluuloihin ja väärinkäsityksiin joita merenkulusta koettiin olevan vielä vallalla. Poliittisten päätöksentekijöiden uskottiin myös valveutuvan mahdollisen merenkulusta kertovan ohjelmasarjan vuoksi. Kultivaatiotutkijoiden mukaan televisiolla voidaan vaikuttaa ihmisten käsityksiä yhteisestä todellisuudesta sekä myös vaikuttaa koko yhteiskuntaan. Tärkeänä merenkulun tiedottamisen keinona koettiin myös erilaiset mediat.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Maritime Administration

LEPPÄLÄ, TEEMU

Documentary Reality TV Maritime Awareness in Promoting

Master's Thesis

115 pages + 5 pages of appendices

Supervisor

Heikki Ortamo, M.A., Jukka Seppänen, M.Sc. M.Th.

May 2012

Keywords

maritime, reality TV, cultivation, documentary, communication

Seafaring and Shipping have played an important role in the history of the humankind. Figures of Finland's international trade show that approximately 90% of goods imported to Finland and 70% of Finnish exports are at certain point of the logistical chain transported by sea. Shipping has an important impact on every Finnish citizens daily life, actually the impact is more significant than people commonly think. It is very important that shipping sector allowed to tell the general public how activities in this sector are actually carried out today. Shipping is a very demanding profession where large cargoes are moves in all possible weather conditions.

The main reason for this study was to look at what TV-producers as well as people working in shipping sector think about reality TV in general, and what they think about a reality-TV documentary that takes place in the shipping sector. The people who participated in the study were asked how to best improve general public's knowledge of shipping activity. One of the purpose of this study was to find out how the study participants feel that the general public perceives shipping and how to improve general public's knowledge of shipping.

The study was done by first sending four preliminary questions by e-mail and then eight supplementary questions. All together, 65 people answered to these questions. All answers were transcribed and divided into different sub-categories. All responses to each questions were individually analyzed and they were given a numerical value that was then presented in a graphical form. The study contains direct quotes from the responses. The reflection part of the study assesses the results and their significance in a comprehensive way. In the conclusion, chapter all data collected from study participants is analyzed with the help of SWOT tool. The research methodology was qualitative and study's methodological framework was based on phenomenological reasoning.

The sources used in this study were a wide variety of books, publications, research reports, internet, and newspaper articles on shipping and on audiovisual presentation. An important part of the structure of the study is the author's own strong experience in shipping, as well as experience and strong interest in audiovisual creations and development of various production projects.

The study shows that professionals working in shipping as well as TV producers see reality TV as an excellent way to tell the general public about shipping sector. Documentary reality TV serie on shipping is seen as a way to directly influence the general public's apparently common prejudices and misunderstandings on what shipping sector actually is. The results of the study suggest that reality TV serie on shipping could raise the political decision makers' awareness about shipping sector. Some researchers suggest that TV can greatly influence people's perception of the their surroundings and the whole society. Other medias were also seen as an important way of distributing information on shipping.

SISÄLLYS

ALKUSANAT	8
<u>1 JOHDANTO</u>	<u>10</u>
<u>2 TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT</u>	<u>14</u>
2.1 Tutkimuksen teoreettinen lähtökohta	14
2.2 Tutkimuksen filosofinen tausta	16
2.3 Inhimillinen tieto	17
2.4 Luovuus	18
2.5 Idea	19
2.6 Totuusteoriat	19
2.7 Kultivaatioteoria	20
2.8 Ulkoinen viestintä	22
2.9 Joukkoviestinnän vaikutus	24
2.10 Käsitteellistäminen	25
2.10.1 Tv-tuotannon ja audiovisuaalisuuden käsitteet	25
2.10.1.1 Audiovisuaalisuus	25
2.10.1.2 Dokumentaarisuus	26
2.10.1.3 Dramaturgia	26
2.10.1.4 Koukku	27
2.10.1.5 Kuvakäsikirjoitus	27
2.10.1.6 Leikkaus eli editointi	27
2.10.1.7 Ohjelmaidea	27
2.10.1.8 Pilotti	27
2.10.1.9 Selostusteksti	28
2.10.1.10 Synopsis	28
2.10.1.11 Tosi-tv	29
2.10.1.12 Treatment	29
2.10.1.13 Tuotantoyhtiö	29
2.10.1.14 Tuottaja	29
2.10.1.15 TV-ohjelmaformaatti	30
2.10.2 Merenkulun käsitteet	30

2.10.2.1 Logistiikka	30
2.10.2.2 Luotsaus	30
2.10.2.3 Luotsi	31
2.10.2.4 Merenkulku	31
2.10.2.5 Meriklusteri	31
2.10.2.6 Meriteollisuus	31
2.11 Televisio Suomessa	31
2.12 Tosi-tv	33
2.12.1 Tosi-tv:n alalajit	33
2.12.2 Tosi-tv käyttäytyminen	35
2.12.3 Tv-ohjelman tavoitteet	36
2.12.4 Tosi-tv ammattien kuvaajana	36
2.13 Klassisen draaman rakenne	38
2.13.1 Tosi-tv-ohjelman dramaturgia	39
2.13.2 Tosi-tv-ohjelman rakenne	39
2.14 Dokumentin merkitys	40
3 TUTKIMUSONGELMAT	42
3.1 Metodologia	42
3.2 Kriittinen ajattelu	42
3.3 Tutkimuksen metodi	43
3.4 Tutkimuksen näkökulma	44
3.5 Tutkimuksen tarkoitus	44
3.6 Tutkimuksen kulku	45
3.7 Ongelman asettelu	46
3.8 Ongelma-analyysi	47
3.9 Tutkimusongelma	48
3.10 Tutkimuksen kysymykset	49
4 TUTKIMUSMENETELMÄ	51
4.1 Eri tutkimusmenetelmiä	51
4.2 Valittu tutkimusmenetelmä	51
4.3 Tutkimuksen aineisto	52
4.4 Kohdejoukon merkitys	53
4.5 Tutkimuksen kohdejoukko	54

4.6 Tutkimuksen kysymykset	55
4.7 Tutkimuksen kysymysten vastaukset	56
4.8 Aineiston käsittely ja analysointi	57
4.9 Diskurssianalyysi	58
5 TULOKSET	60
5.1 Taustatiedot a-b	60
5.2 Taustatiedot c-d	61
5.3 Millä tavoin merenkulku mielestäsi voidaan tuoda tunnetuksi suurelle yleisölle?	62
5.4 Oletko katsonut tv:stä tulleita tosi-tv sarjoja kuten poliisit, pelastajat ja tulli?	65
5.5 Kiinnostaisiko sinua katsoa tosi-tv sarjaa merenkulun toimijoista kuten luotsit?	67
5.6 Oletko sitä mieltä, että tosi-tv:n avulla ihmisten tietoutta voidaan lisätä?	69
5.7 Oletko sitä mieltä, että tosi-tv pystyisi kertomaan merenkulusta realistisesti?	72
5.8 Miksi suuren yleisön tulisi tietää mielestäsi merenkulusta enemmän?	75
5.9 Toimisiko tosi-tv myös merenkulun sektorilla toimivien yritysten esittelynä?	79
5.10 Oletko sitä mieltä, että tosi-tv merenkulusta vaikuttaisi nuorten ammatinvalaan?	81
6 POHDINTA	84
6.1 Merenkulku mediatodellisuudessa	84
6.2 Median vaikutus	87
6.3 Vaikuttamisviestintä	89
6.4 Viestinnän tarpeet	91
6.5 Kerronnan sisällöstä	95
6.6 Tosi-tv:n vaikutus	97
7 JOHTOPÄÄTÖKSET	99
7.1 Johtopäätökset SWOT- analyysin nelikentän mukaisesti	99
7.1.1 Vahvuudet	101
7.1.2 Mahdollisuudet	102
7.1.3 Heikkoudet	103
7.1.4 Uhat	104
7.2 Tutkimuksen arviointi	105
7.3 Jatkotutkimusehdotukset	107
LOPPUSANAT	109
LÄHTEET	111

LIITTEET

Liite 1. Tutkimuksen kysymyslomake

Liite 2. Kansilehti ”Luotsi laivassa”.

Liite 3. Ohjelmaehdotuksen kansilehti

Liite 4. Esimerkki kuvakäsikirjoituksen (storyboard) osasta.

Liite 5. Finnpanel, TV:n katselu eri vuosina ja katselun jakaantuminen kanaville 2011.

ALKUSANAT

Opiskeleminen ja oppiminen antaa tietoa ja kokemuksia, jotka kasvattavat valmiuksia toimia erilaisissa tehtävissä yritysmaailmassa sekä myös elämässä. Merenkulun hallinnon ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon tarkoituksena on antaa valmiuksia toimia keskijohdon ja johdon tehtävissä. Opiskelut ovat painottuneet laajasti erilaisiin liiketoiminnan strategiaprosessien sekä johtamistaidon syventäviin opintoihin itsensä johtamisesta ryhmäjohtajuuteen. Luennot, seminaarit, paneelit ja laajat esseetehtävät ovat olleet vaativia sekä myös avartavia. Olen joutunut pohtimaan omaa luonteenpiirteitäni monessa tasossa ja eri näkökulmasta. Tässä tutkimuksessa ei pohdita laajemmin strategista johtajuutta tai jonkun merenkulun yrityksen toimialan paradigmoja. Tutkimuksen tarkoituksena on antaa lukijoille uudenlainen näkökulma tavanomaiseen merenkulun koulutuksen opinnäytteeseen. Tutkimusote on monitieteellinen, joten eri tieteitä on yhdistetty tähän tutkimukseen. Olen pyrkinyt rakentamaan mahdollisimman koherentin ja valitsemaani aiheeseen sopivan tutkimusasetelman. Tutkimuksen tarkoituksena on myös osoittaa tekijän perehtyneisyyttä tieteelliseen ajatteluun, tarvittavien tutkimusmenetelmien hallintaan, tutkimuksen aihepiirin tuntemukseen sekä kykyyn tuottaa tieteellistä viestintää. Tarkoituksena on virittää lukijalle käsityksiä audiovisuaalisuudesta sekä luovasta ajattelusta osana merenkulun ulkoista viestintää kaikessa sen laajuudessaan. Tutkimuksen tarkoituksena on myös avartaa tutkimuksen lukijoiden näkemyksiä luovuuden sekä suoraviivaisen ajattelun välillä. Työelämälähtöiseen luovuuteen perustuvan tuottavuustrategian mukaan (Työministeriö www-sivut 2012) Suomi menestyy luovaan työotteeseen perustuvalla uudistumisella. Tämä merkitsee sitä, että entistä enemmän keskitytään tuottamaan yhteiskunnallisia rakenteita ja palveluja, joilla varmistetaan luovaan työotteeseen perustuva uudistuminen ja kilpailukyky niin yksityisellä kuin julkisellakin sektorilla.

Minulla on ollut laaja näköalapaikka merenkulkuun. Merikapteenin koulutus ja pätevyys sekä työskentely kansi- sekä päällystötehtävissä eri varustamoissa ja laivoilla sekä viimeiset viisi vuotta luotsin tehtävissä ovat mahdollistaneet vahvan ja laajan merenkulun substanssiosaamisen. Lisäksi ahtausteknikon koulutus ja työskentely satamatyönjohtajana ovat antaneet näkemystä myös tavaravirtojen logistiikasta maapuolella. Audiovisuaalinen kokemus perustuu intohimoiseen haluun

kuvata ympäröivää maailmaa, ja siitä syntyvästä materiaalista minulla on ollut päämääränä muodostaa editoimalla tarina ja dramaturginen kokonaisuus, jossa on alku, keskikohta ja loppu. Tapahtumat ja juoni on se päämäärä, johon tragediassa on pyrittävä, ja päämäärä on kaikkein tärkeintä (Aristoteles 335 EAA, 24). Tuotannollinen kokemus koostuu useiden ohjelmaideoiden kehittamisestä sekä kahden merenkulusta kertovan ohjelmaideani pilotin eli koejakson tekemisestä suomalaisille tv-yhtiölle yhdessä tuotantoyhtiöiden kanssa. Suoraa koulutusta tai pätevyyttä tuotannolliselle puolelle minulla ei ole, vain intohimo ja halu luoda, oppia ja kokea jotain uutta, joka liittyy luomisprosessiin. Dokumentaristi ja tuottaja Jouko Aaltosen mukaan (Aaltonen 2011, 33) ammattilaisuuden ja amatööriyden raja on hämärtynyt. Kamerasta on tullut kynä, joka on jokaisen kirjoitustaitoisen käytössä. Näin saamme puheenvuoroja, jotka jäisivät muuten kuulematta.

Tärkeimpiä kuitenkin tutkimuksen valmistumisen kannalta olivat ne vastaukset, joita sain tutkimukseen osallistuneilta. Siis suuri kiitos ja kumarrus tutkimukseen osallistuneille henkilöille, erityisesti TaM Heikki Ortamolle, joka toimi ohjaavana opettajana tässä tutkimuksessa. Hän hyppäsi tutkimukseen mukaan viime hetkellä ennen pohjakosketusta. Lisäksi haluan kiittää FM ja TM Jukka Seppästä, joka antoi arvokasta kritiikkiä tutkimuksen viimeisimmistä versioista. Toivon ja myös koen tietyllä asteella avanneeni tutkimuksellani laajemman keskustelun merenkulun tämän hetkisestä ulkoisesta viestinnästä sekä myös siitä, kuinka luova ajattelu tulisi nähdä vahvempana osana kokonaisvaltaista ajattelua myös merenkulussa. Tutkimustyö ei pääty tämän tutkimuksen viimeiselle sivulle, vaan jatkuu erilaisten projektien ja toivottavien yhteistuotantojen merkeissä. Kirjoittaminen jatkuu aina ja on evolutionaarinen, tekijää opettava prosessi, joka on tutkimuksen tekijässä itsessään sisällä. Tärkeätä olisi myös kaikkien merenkulun sidosryhmien, kuten yritysten, koulujen, varustamojen ja itse merenkulkijoiden, nähdä myös se merkitys ja mahdollisuus, mikä dokumentaarisella tosi-tv-ohjelmasarjalla merenkulusta voi olla; sellaisella ohjelmasarjalla merestä, laivoista ja merimiehistä, joka täyttää taulutelevision tai tietokoneen päätteen tyhjän ruudun katsojan haluamaan aikaan. Ruudun, joka poistaa vääriä ennakkoluuloja ja asenteita sekä tuo uusia innokkaita nuoria merenkulun kansainväliselle kentälle. Full Ahead!!

1 JOHDANTO

“Dokumentaarinen tosi-tv-ohjelmasarja merenkulusta voi antaa konkreettisen kuvan suurelle yleisölle siitä, mikä merkitys merenkululla yhteiskunnallisesti on, sekä millaisia ammattilaisia merenkulkijat ovat.”

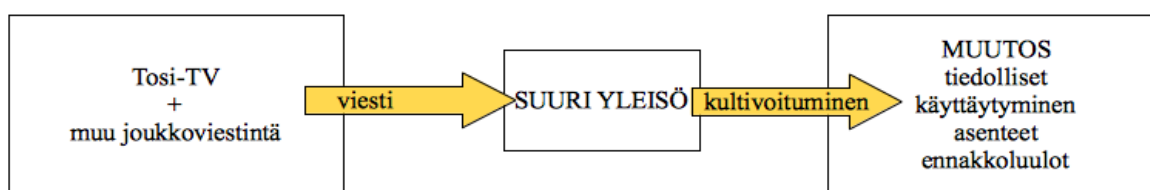
Johtoajatus, Teemu Leppälä 30.09.2009

Dokumentaarisella tosi-tv:llä on erityinen suhde ympäröivään todellisuuteen. Kuvatut tapahtumat ja tilanteet ovat todellisia, ja leikkausvaiheessa ne herätetään henkiin orgaaniseksi kokonaisuudeksi. Kun dokumentaarisen tosi-tv-ohjelmasarjan aiheena on merenkulku, on se riippuvainen ympäröivistä ihmisistä ja maailmasta. Katsoja löytää television kautta yhteyden merenkulkuun ja sen todellisuuteen. Tämä merenkulun todellisuuden heijastaminen television kautta pyrkii laajentamaan inhimillistä tietämystä ja ymmärrystä merenkulusta. Merenkulun tunnettavuuden edistäminen dokumentaarisen tosi-tv:n muodossa vähentäisi mahdollisia vääriä uskomuksia sekä poistaisi ennakkoluuloja tämän päivän merenkulkua kohtaan. Kultivaatiotutkijoiden mukaan (Kunelius 1999, 130) televisiolla voidaan vaikuttaa ihmisten käsityksiin yhteisestä todellisuudesta sekä myös vaikuttaa koko yhteiskuntaan.

Yritystoimintojen strategioita sekä kaikkia suoran operatiivisen toiminnan malleja tulisi tuoda lähemmäs tietynlaista luovaa tiimityöskentelyn ja ajattelun maailmaa. Luovan ajattelun ja osaamisen hyödyntäminen koko merenkulun kentässä laajentaisi näkemystä ja loisi uudenlaista ajattelua, toimintamalleja ja rakenteita merenkulun eri sidosryhmille. Arvostetun yritysjohtajan ja kirjailijan Mike Freedmanin mukaan (Freedman & Tregoe 2003, 3) strategiseen johtajuuteen tarvitaan sekä luovuutta että järkeä. Luovuudella tarkoitetaan rohkeaa, innovatiivista ja rajoja rikkovaa ajattelua. Mahdollisina esimerkkeinä voisivat toimia vaihtoehtoisten visioiden laatiminen, uuden tuotteen kehittäminen, erilaisten mahdollisten skenaarioiden suunnitteleminen, merenkulun viestinnän uudelleen profilointi, päätöksenteon kriteerien määrittäminen tai strategisesti linjatun yrityskulttuurin hahmotteleminen. Vapautuminen liian teoreettisesta ja insinöörivetoisesta ajattelusta mahdollistaa humanimman ja vuorovaikutteisemman lähestymisen todellisuuteen sekä meitä ympäröivään maailmaan.

Tässä tutkimuksessa tutkijan hypoteesina oli, että dokumentaarinen tosi-tv-ohjelmasarja merenkulusta edistää merenkulun tunnettavuutta sekä vaikuttaa suuren yleisön käsityksiin ja suhtautumiseen merenkulkua kohtaan. Ymmärrystä ja tietoa merenkulusta tarvitaan yhteiskunnassa yhä enemmän päätöksenteon sekä myös kansan sivistystason nostamiseksi. Merenkululla on laaja ja tärkeä merkitys yhteiskunnassa, kansantaloudessa sekä tavaravirtojen rotaatiossa. Kun tieto ja ymmärrys merenkulun merkityksestä saavuttaa ihmiset, tällöin myös heidän mielipiteensä ja asenteensa on muodostettu vahvemmalle pohjalle siitä, mitä merenkulku todellisuudessa on. Dokumentaarinen tosi-tv voi toimia siltana suuren ja tuntemattoman merenkulun sekä suuren yleisön välillä. Syntyy yhteys merenkulun ja katsojan välille.

Tutkimus on tutkijan vastaus lukijalle, kuinka tutkimusalue on problematisoitu ja fokusoitu tutkimusongelmaksi, mitä ja millaista on tutkimuksen sisältö, kuinka tuloksilla ja teoreettis-metodisilla analyyseilla on probleeman hahmottamisessa edetty ja minkälaisin tuloksin (Laaksovirta 1988, 96). Tutkimuksen tarkoituksena on antaa lukijalle mahdollisuus assosoida tutkimuksen aihetta omiin kokemuksiinsa sekä käsityksimaailmaansa, ja parhaassa tapauksessa lukija saa vastauksia paitsi päivänkohtaisiin ongelmiin myös perspektiivejä menneeseen ja visioita tulevaan. Tutkimus on kirjoitettu mahdollisimman yleistajuiseen muotoon ja niin, että sisältö olisi hahmottunut kokonaisuudeksi, joka puhuttelee lukijaa. Tarkoituksena on myös, että alati valpas ja tutkiva kriittisyys tutkimusaihetta kohtaan heijastuisi lukijalle. Tutkimus on ongelmien ratkaisua, ja jokaisessa tutkimuksessa on oltava ongelma, johon tutkija etsii vastausta. Ongelmasta voidaan johtaa erilaisia kysymyksiä, joihin tutkimuksella etsitään vastauksia, kuten voiko dokumentaarinen tosi-tv mahdollisesti edistää merenkulun tunnettavuutta? Tutkimusta tosi-tv:n sekä merenkulun vuorovaikutuksellisesta yhdistämisestä osaksi merenkulun tunnettavuutta ei ole Suomessa ennen tehty. Maailmaltakaan ei löytynyt kirjallisia lähteitä nimenomaan tosi-tv:n ja merenkulun tunnettavuuden edistämisen osalta, ja siksi lähestyn aihetta pitkälti tekijälähtöisesti. Tutkimuksessa on käytetty kvalitatiivista eli laadullista tutkimusotetta ja sen metodologinen viitekehys rakentuu fenomenologisen metodin ympärille. Tutkimuksessa hipaistaan myös kultivaatioteoriaa, jossa tutkitaan joukkoviestinnän ja erityisesti television vaikutuksia ihmisten asenteisiin sekä heidän koko maailmankuvaansa.



Kuvio 1. Merenkulun kultivoituminen suurelle yleisölle (Teemu Leppälä)

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää merenkulun parissa työskentelevien henkilöiden sekä kolmen tv-tuottajan näkemyksiä tosi-tv:stä sekä mahdollisesta merenkulusta kertovasta dokumentaarista tosi-tv-ohjelmasarjasta. Tavoitteena oli myös kartoittaa vastaajien subjektiivisiä näkemyksiä siitä, kuinka he kokevat laajemmin ihmisten käsityksen merenkulusta ja siitä maailmasta mitä merenkulku tänä päivänä on. Taustalla oli kiinnostus selvittää, millaisena vastaajat pitävät mahdollista historiallista painolastia ennakkoluuloissa ja asenteissa merenkulkijoita sekä merenkulkua kohtaan. Vastaajien lähestymistapa vastata kysymyksiin nostaa esiin olettamuksia, joiden perusteella muodostetaan diskursiivisiä havaintoja tutkimuksen loppuosan pohdintoihin.

Tutkimuksen kohderyhmä on kolmeosainen ja siihen kuuluu a) merenkulun parissa työskentelevät henkilöt b) Facebook-ystävät ja c) kolme tv-tuottajaa. Tutkimusta varten lähetettiin sähköposteihin neljä taustakysymystä sekä kahdeksan pääkysymystä. Saapuneet vastaukset litteroitiin jokainen omaksi ryhmäksi vastausten perusteella ja niistä saatua tietoa analysoitiin erilaisilla laadulliselle tutkimukselle ominaisilla tekniikoilla, kuten kohderyhmän, vastaajan iän, sukupuolen, teeman, näkemyksen sekä tyyppin avulla. Vastaukset purettiin jokainen omaksi osaksi sekä niistä tehtiin myös kuvaavia pylväsdiagrammeja sekä määreitä, jotta tutkimuksen lukijan olisi helpompi ymmärtää vastausten kokonaisuuksia. Tämä tutkimus jakautuu johdannon jälkeen kuuteen pääluukuun.

Teoreettiset lähtökohdat-luvun tarkoituksena on kertoa tutkimuksen teoreettiset lähtökohdat sekä filosofiset taustat. Tässä luvussa selvennetään myös inhimillisen tiedon merkitystä sekä käsitellään eri totuusteorioita sekä kultivaatioteoriaa. Tämän jälkeen käydään läpi tutkimuksessa käytettäviä käsitteitä sekä lyhyesti

Suomen television historia tähän päivään ja tositelevisioon. Viimeiseksi käydään myös läpi tosi-tv:n rakennetta ja sen alatyyppejä.

Kolmannessa eli tutkimusongelmat-luvussa kerrotaan tutkimuksen metodi sekä kriittisen ajattelun lähtökohdat. Tässä luvussa kuvataan myös tutkimuksen kulku ja ongelman asettelu ongelma-analyyseineen. Lopussa käydään lävitse tutkimuksen kysymykset sekä niihin vaikuttaneet perusteet.

Tutkimusmenetelmä -luvussa kerrotaan, kuinka tutkimus suoritettiin. Tässä luvussa kerrotaan myös ne seikat, jotka ovat olleet välttämättömiä tutkimuksen kulun kannalta sekä perustellaan tutkimuksen kohdejoukon valinta sekä tutkimusaineiston hankintaan vaikuttavat tekijät, kuvataan tutkimusmenetelmät, tutkimusaineisto ja analysointimenetelmät sekä aineiston ja tutkimusmenetelmän luotettavuus ja eettiset näkökulmat. Tarkoituksena on, että käytetyt aineistot ja menetelmät kuvataan ja selitetään siten, että lukija pystyy arvioimaan niiden avulla saatujen tietojen asianmukaisuutta ja luotettavuutta.

Tutkimuksen tulokset -luvussa esitellään taustakysymysten sekä tutkimuksen kysymysten tulokset. Tutkimuksen jokainen kysymys puretaan graafiseksi esitykseksi pylväsdiagrammin tai ympyrämääreen muotoon havainnollistamaan vastauksia. Vastauksista on kerätty suoria lainauksia havainnollistamaan vastausten diskursiivista olemusta sekä subjektiivisten näkökulmien laajaa kirjoa. Jokaisen kysymyksen vastausten lopussa on yhteenveto tuloksista.

Pohdintaluvussa vastaajilta saadut tulokset suhteutetaan laajasti koko tutkimuksen aikana tutkittuun kirjallisuuteen sekä muuhun materiaaliin ja analysoidaan mahdollisimman yleisluonteisen laajasti.

Johtopäätökset luvussa kiteytetään tutkimuksen tulokset SWOT-analyysin nelikenttämallia hyväksi käyttäen. Tämän jälkeen arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta sekä sitä, millaisia jatkotutkimusaiheita tutkimus herättää. Tässä luvussa pohditaan myös, kuinka tutkimuksessa onnistuttiin ratkaisemaan tutkimusongelmat sekä tukivatko tulokset asetettuja tavoitteita, mikä oli tutkimuksen merkitys tutkittavalla alueella sekä missä määrin tulokset ovat yleistettävissä.

2 TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT

”On järjetöntä edes kysyä, muuttaako media maailmaa, sillä maailma on median luomus.”

(Professori Timo Airaksinen)

2.1 Tutkimuksen teoreettinen lähtökohta

Tutkimus on matka uuteen kokemukseen, tietoon ja ymmärrykseen. Oikein ymmärrettynä ja käytettynä se on välttämätön osa johtamisen ammattitaitoa. Johtajalla on oltava taito tuottaa tietoa, joka ei ole niin henkilökohtaista, tilannesidonnaista ja sattumanvaraista, kuin ihmisten arkipäivän tietämys yleensä on. Johtajilla on oltava myös ymmärrystä tulkita tuotettua tietoa, tunnistaa siinä teoreettisia ja metodologisia heikkouksia sekä tunnistaa sen soveltuvuus heidän omiin tarkoituksiinsa. Miksi suostua toistamaan jo opittua, kun voi oppia uutta? Miksi hyväksyä tietämättömyys, kun voi tuottaa uutta tietoa? Tutkimuksen tekeminen tarjoaa kokemuksen, johon ei ole enää välttämättä samanlaista mahdollisuutta työelämässä. Tutkimuksellista ammattitaitoa tarvitaan myös työelämässä, jossa etsitään ja sovelletaan uutta tietoa, kehitetään olosuhteita ja yritetään ymmärtää maailman monimutkaisuutta ja moniselitteisyyttä. (Harisalo, Keski-Petäjä & Talkkari 2003, 2.) Tutkimus on työkalu, jolla on oma lisäarvonsa. Tutkimusta tehdessään tutkijan on pystyttävä ensin ajatuksellisesti jäsentelemään ja sitten konkreettisesti osoittamaan lähtökohtansa ja sitoumuksensa. Mikä on tosi-tv:n ja merenkulun yhteys ja ilmentyykö merenkulussa luovuutta? Entä miten merenkulkija kokee merkityksensä yhteiskunnassa? Voiko tosi-tv kertoa sen, mitä merenkulku todellisuudessa on? Kysymyksistä heijastuu ontologisia ja epistemologisia painotuksia. Metsämuurosen mukaan (2001, 15) ontologia tarkoittaa tutkittavien asioiden ja ilmiöiden luonnetta, piirteitä ja ominaisuuksia koskevia käsityksiä ja tulkintoja. Epistemologiassa puolestaan tutkitaan käsitteellisin ja filosofisin menetelmin tietoa koskevia yleisiä kysymyksiä. Filosofiset perusoletukset kuuluvat tutkimuksen tavoitteenasetteluihin sekä tutkimuksen lopullisiin kysymyksiin.

Tutkimuksen aiheen ja työelämän sekä harrastuksen yhdistäminen voi olla erinomainen lähtökohta tutkimukselle ja sen tutkimuskysymysten asettelulle. Tämän tutkimuksen primäärinä lähtökohtana on tarkastella dokumentaarista tosi-tv:tä sekä sen mahdollisia merkityksiä merenkulun tunnettuuden edistäjänä suuren yleisön

keskuudessa. Toisena lähtökohtana on saada tutkimuksen kysymysten valossa merenkulun ammattilaisilta sekä merenkulun sidosryhmissä työskenteleviltä ihmisiltä heidän subjektiivinen näkemyksensä siitä, millaisena he pitävät suuren yleisön tämänhetkistä ymmärrystä merenkulusta. Merenkulkijat ovat melko pieni yhteisö ja ammattiryhmä, jonka jäsenille syntyy sanattomia ja sovittuja merkitystapoja, jotka johtuvat joko suoraan tai epäsuoraan yhteisön arvoketjun muodostuksesta.

Tietyinä lähtökohtana on myös oma halu tutkimuksen myötä pohtia asiayhteyksiä merenkulun ja tv-tuotannon välillä sekä ottaa asioista selvää ja tätä kautta laajentaa omaa tietämystä asioista, jotka liittyvät tutkimuksen viitekehykseen. Uudenlainen ja tuore lähestymiskulma merenkulkuun on ollut merkittävä motivoija tässä työssä. Tiedon jano ja uuden oppiminen aiheesta, johon on tietyn asteinen intohimo, antaa tekijälleen paljon muutakin kuin vain sen, mitä tähän tutkimukseen on kirjoitettu. Tutkimuksen aihepiiri ja tutkimuskysymykset kumpuavat omasta subjektiivisesta halusta irrottautua tavanomaisesta näkökulmasta merenkulkuun. Lähtökohtana on myös tarkastella laajemmin merenkulkua ja sen mahdollisia heijastuksia ja merkityksiä suureen yleisöön TV-tuotannon puolella olevien kolmen tuottajan vastaukset antavat toisaalta kokemusperäistä informaatiota ja reflektointia suoraan audiovisuaalisen puolen tuotantoprosessista koko sen laajuudessa.

Tutkimushavainnointi on ihmisen kokonaisvaltaista ja tietoista ilmiöiden, asioiden ja tapahtumien aistimista suhteessa siihen, missä ne ilmenevät (Vilkka 2006, 9). Tutkimus on paitsi yhteiskuntatieteellistä tutkimusta myös jotain ehdottomasti tutkijalle/opiskelijalle itselleen ominaista. Tutkimuksessa tai opinnäytteessä voi heijastaa kaikkein omimpia ajatuksiaan. Tutkimus on aina myös tekijänsä muotokuva. (Vilkka 2006, 36.) Tässä muotokuvassa lähtökohtana on myös kohdistaa huomio tasapuolisesti kaikkiin tekijöihin, myös niihin, jotka eivät tue tutkimuksen tekijän käsityksiä ja tulkintoja. Televisio on joukkoviestinnän lähde, jonka vaikutukset ovat kultivaatiotutkijoiden mukaan merkittäviä. Tutkijan on tuotava avoimesti esille ne paljaalle silmälle näkymättömät epävarmuudet ja ongelmakohtat, jotka sisältyvät tutkimusprosessin eri vaiheisiin ja niiden käsittelyyn (Harisalo, Keski-Petäjä & Talkkari 2003, 2).

2.2 Tutkimuksen filosofinen tausta

Tutkimuksella on aina jonkinlainen filosofinen tausta, joka ohjaa tutkijan tekemiä valintoja. Tutkijan on tärkeä tiedostaa toimintaansa ohjaavat filosofiset, metodologiset ja käsitteelliset valinnat. Tutkimuksen filosofinen lähtökohta johtaa tässä tutkimuksessa elävän kuvan ja äänen muodostavaan kokemukseen, jonka ihminen kokee nähdessään jotain uutta. Audiovisuaalinen kerronta vetoaa katsojaan ja parhaassa tapauksessa muuttaa hänen käsityksiään ja ymmärrystään ympäröivästä maailmasta, sellaisesta maailmasta, joka perustuu todellisuuteen eikä keksittyyn fiktion. Ensimmäinen, joka oivalsi dramaturgian ja tunne-elämyksen yhteyden, oli kreikkalainen filosofi Aristoteles, joka kirjoitti Runousopin 335 vuotta ennen ajanlaskun alkua. Tietynlaisella dramaturgialla antiikin tragedia kykeni tuottamaan katsojissa tietynlaisen tunne-elämyksen. Tätä elämystä Aristoteles kutsui käsitteellä oikea hedone, ”oikea nautinto”. Tuottaja Ari Hiltusen mukaan (1999, 13.) Hollywood-konsultit pitävät Aristoteleen Runousoppia jokaisen käsikirjoittajan tärkeimpänä ja lähes maagisena teoksena vielä tänäkin päivänä. Maagisuutta lisää varmasti myös suurien filosofien yhdistäminen Aristoteleen oppeihin. Platon toimi Aristoteleen opettajana ja hän ei hyväksynyt runoutta kahdesta syystä. Platonin mukaan aistein havaittava maailma ei ollut todellinen. Hänen todellinen oli ainoastaan `ideoiden` maailma, jonka vain filosofit voivat tajuta ja löytää. Aristoteleen Runousoppi toimi Platonin kirjallisuuskäsitystä vastaan, mutta hänen runousoppinsa oli ensimmäinen yritys tieteellisesti tutkia taidetta ja sen vaikutusta. Aristoteles pystyi käsittelemään luonnon järjestystä vertaillen dramaturgian ensimmäisiä filosofisia pohdintoja. Aristoteleen tieteelliset pohdinnat ovat arvokkaita tänä päivänä ja varmasti vielä tuhannen vuoden päästä.

Dokumentaarisella elämän ja tapahtumien tallentamisella on suora suhde siihen todellisuuteen, jota me kaikki elämme. Parhaassa tapauksessa todellisuus on kerrottu niin, että katsoja kiinnostuu siitä ja luottaa siihen, mitä hänelle näytetään. Todellisuus voi olla jotain sellaista, mistä katsoja uskoo tietävänsä, mutta nähtyään dokumentoidun todellisuuden liikkuvana kuvana ja äänenä, se voi muuttaa hänen luulojaan ja uskomuksiaan kyseistä asiaa kohtaa. Tärkeän merkityksen todellisuuden esittämiselle tuo sen muoto ja sisältö. Kun katsoja ei tiedä ja ymmärrä esimerkiksi, mitä luotsi tekee työkseen, on todellisuuden kerronnalla, sen muodolla ja sisällöllä erityinen merkitys tiedon ja todellisuuden välittäjänä. Hyvä nyrkkisääntö on, että jos

kuvattavana on katsojalle vieras aihe ja outo maailma, kannattaa käyttää yksinkertaista rakennetta (Aaltonen 2011, 103). Dokumentaarinen tosi-tv kuvaa maailmaa todellisessa ympäristössä, ilman lavasteita ja ammattinäyttelijöitä. Kokonaisuudella ja näkökulmalla on erityinen merkitys siinä kuinka katsoja kokee ja ymmärtää hänelle välitetyn maailman. Kokemuksen välittäminen katsojalle sekä hänen uskomustensa ja käsitysmaailmansa muuttaminen todeksi jonkin asian kohdalla on merkityksellistä.

Merenkulun hallinnon koulutusohjelman tarkoituksena on valmistaa opiskelijaa myös laadukkaaseen ihmisten johtajuuteen, jossa heidän tulisi olla esimerkillisiä, oikeudenmukaisia, innostavia, esiintymiskykyisiä ja helposti lähestyttäviä. Tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmät liittyvät ihmistieteisiin, joissa yritetään ymmärtää ihmisten tapoja suhtautua tiettyihin asioihin ja ilmiöihin. Kosketuspinta on humaani ilman syvällistä teoreettista lähestymistapaa. Liian usein johdon ja hallituksen edustajat ovat omien tarpeidensa, tunteidensa ja tottumustensa vankeja (Järvinen 2012). Ihmisen todellisuuden käsittäminen on inhimillistä mutta ihmisen käyttäytyminen ja lainalaisuudet voivat muuttua, kun ajatellaan esimerkiksi valtaa ja johtajuutta. Asioiden pohdiskelu ja tulkitseminen tutkimuksen viitekehyksessä voi myös auttaa ymmärtämään hyvää johtajuutta ja esimiestaitoja. Kun Roomassa sotapäällikkö marssi triumfissa kotiin, vierellä orja kuiski hänen korvaansa: ”Muista, että sinäkin olet kuolevainen.” Tällä varmistettiin, että päällikön narsismi pysyi kurissa ja todellisuudentaju kohdallaan. (Järvinen 2012). Tutkimuksessa on pystyttävä näkemään syvälle tutkittavien ilmiöiden perimmäisiin sopukoihin.

2.3 Inhimillinen tieto

Periaatteessa tiedon alkuperän voidaan sanoa olevan peräisin kahdesta täysin vastakkaisesta lähteestä. Ensimmäisen lähtökohdan mukaan kaikki tieto syntyy aistikokemuksista ja havainnoista, kokemuksen jälkeen, a posteriori. Empirismi tieteenfilosofina suuntauksena perustuu lähtökohdissaan oletukseen kokemustiedosta kaiken tiedon lähteenä. Se, että kaikki tieto asetetaan kokemukselle alisteiseksi, tarkoittaisi John Locken (1632-1704) mukaan, että ihminen on syntyessään tyhjä taulu. Kokemukset ikävuosien kertyessä täyttävät pikkuhiljaa tätä taulua. Toisen, edelliselle vastakkaisen lähtökohdan mukaan kaikki tieto on annettu ihmiselle jo ennen kokemusta, a priori. Rationalismi tieteenfilosofisena suuntauksena perustuu oletukseen järjentiedosta tiedon lähteenä. Se, että kaikki tieto olisi annettu ihmiselle jo

ennen kokemusta, tarkoittaisi sitä, että tieto annetaan ihmiselle ennen syntymää. Syntyessään ihminen tietää kaiken. (Tuomi 2007, 23.) Niin rationalismin kuin empirismin mukaan ihmisen suhde tietoon on reaktiivinen. Ihminen reagoi tietoon, kun se tulee vastaan. Tunnistaessaan tiedon ihminen tallentaa sen aitona ja muuttumattomana.

Immanuel Kant (1724-1804) kritisoi ajatusta ihmisestä reaktiivisena olentona suhteessa tietoon. Hänen mukaansa tieto ei lymyvä valmiina odottamassa, vaan tieto muuttuu tiedoksi vasta, kun ihminen on muokannut sitä. Ihminen ei siis ole reaktiivinen suhteessa tietoon, vaan luo aktiivisesti sitä. Näin ihmiset muodostavat omaan kokemustaan liittyen samasta aistikokemuksesta erilaista tietoa. Tiedossa on siis kysymys kokemuksesta ja ajattelusta. Tästä näkökulmasta inhimillisellä tiedolla ei ole periaatteellisia rajoja. Ehkä oikeammin olisi sanoa, että ihminen kykenee luomaan rajattomasti luuloja ja uskomuksia, joista osa voi olla tietoa. Ongelmaksi jää, miten erottaa tiedon luulosta. (Tuomi 2007, 25.)

2.4 Luovuus

Luovuudella tarkoitetaan kykyä saada aikaan merkityksellisiä uusia asioita: muotoja, ideoita, esineitä, palveluja, prosesseja, menettelytapoja. Luovuus on kykyä yhdistää ilmiöitä tai asioita aikaisemmasta poiketen ja tavalla, jolla on elämyksellistä, taiteellista tai taloudellista merkitystä. Se on siten myös kykyä suoriutua ongelmista yhdistelemällä vanhaa ja uutta tietoa. Kyky synnyttää uusia tapoja nähdä ja tulkita totut asiat ja ilmiöt uudella tavalla, on myös luovuutta. Ympäristö, jossa on joustava mahdollisuus vuorovaikutukseen ja joka haastaa osalliset keskustelemaan työn ja sen tulosten kehittämisestä, on luonnollisesti erittäin keskeinen tekijä luovan toiminnan kannalta. Ajatusten ”pallottelu” muokkaa kaikkien siihen osallistuvien mahdollisuuksia ja kykyä toimia luovasti. Samalla voidaan olennaisesti parantaa ideoiden jalostusmahdollisuuksia. (Salmenperä 2005, 2.) Luovuutta tukeva kulttuuri yhdenmukaistaa ihmisten ajattelua, huomiokykyä ja käyttäytymistä. Se korostaa myönteistä suhtautumista kehittämiseen, muuttamiseen ja uudistamiseen pienessä ja suuressa mittakaavassa. Se kannustaa etsimään ja kokeilemaan uutta. Se rohkaisee ihmisiä tukemaan toisiaan luovassa työssä (Harisalo 2011, 18). Aivojen tutkijat, hermoston toiminnan seurailijat eli neurofysiologit sekä mielen toimintojen tarkkailijat eli psykologit kyllä myöntävät luovuuden olemassaolon, mutta siitä, mihin

ihmisen alati pulppuava kekseliäisyys ja uutta tuottava luova kyky perustuu, he eivät osaa sanoa paljoakaan (Hakala 1999, 28).

2.5 Idea

Idea on tämän tutkimuksen siemen, joka on johtanut ja motivoinut tekemään tämän opinnäytetyön viimeiseen virkkeeseen ja pisteeseen asti. Ideoita tulee syntyä tiuhaan ja niitä tulee intensiivisesti kehittää, jotta ne etenevät. Idea voi olla merenkulun turvalaitteen kehittäminen tai uuden ohjelmaidean rakenne. Tärkeintä on vain ennakkoluulottomasti uskoa itseensä ja omiin ideoihinsa. Kehitys ja innovaatiot ovat aina lähteneet jostain perimmäisestä ideasta liikkeelle ja jalostuneet eri muotoihin omassa ympäristössään. Merenkulku tarvitsee ympärilleen ideoita ja uusia tuoreita näkökulmia sekä ajatusten välistä konfliktia. Suomalaisilla työpaikoilla pitäisi ideoida enemmän sanoo ideoita työkseen tuottava Saku Tuominen (Tolonen 2012). Tuominen pohtii työssään luovuutta lähes täysipäiväisesti. Hänen mukaansa yritykset hassaavat työntekijöiden saamat ideat. ”Sanotaan, että mielenkiintoinen idea. Palataan siihen myöhemmin.” Suomalainen kulttuuri ylikorostaa alkuvaiheen ideaa ja alikorostaa tekemisen ideoita, jolloin emme ole riittävän luovia toteuttajia. Tuomisen mukaan olisi aika siirtyä jatkuvan kehityksen kulttuuriin, jossa ideointi tuodaan osaksi jokaista työpäivää sen sijaan, että niitä tuotetaan tolkkottomasti varastoon. Heikkilän mukaan (2010, 185) toiset tutkijat korostavat määritelmässään, että ideat ja innovaatiot ovat samaa merkitseviä. Yleensä kuitenkin tarkennuksissa selvitetään, että ensin tarvitaan ideoita, joista kehitetään sellaisia parannuksia, joita ei ole koskaan aikaisemmin tehty. Tavallaan voidaan ajatella, että vanha ja myös juuri tuotettu idea on yleensä aina myös seuraavien kehiteltävien innovaatioiden idea eli lähtökohta.

2.6 Totuusteoriat

Tieto on uskomuksia, mutta ei vain niitä, sillä tiedon on jotenkin erotuttava uskomuksista ja luuloista. Mitä tieto voi olla, jotta sen erottaa uskomuksista? Perimmältään totuuden ja epätotuuden ongelma on filosofinen. Totuuden ongelmaa on pyritty lähestymään neljän eri totuusteorian avulla.

1. Totuuden korrespondenssiteoria (”vastaavuusteoria”)

Vastaavuusteorian mukaan väite on tosi silloin ja vain silloin, kun se pitää yhtä todellisuuden kanssa. Väite vastaa havaittavaa todellisuutta. Teorian ongelma koskee koko tietämisen ongelmaa: millainen voi olla se vastaavuus, joka on asioiden todellisella tilalla ja käsityksillämme asioiden tilasta. Yksilöllä on taipumus uskoa omat kokemuksensa todenmukaisiksi, mutta kokemus on osoittanut, että on loputtomasti erilaisia kokemuksia samasta todellisuudesta.

2. Totuuden koherenssiteoria (”yhtäpitävyysteoria”)

Yhtäpitävyysteorian mukaan käsitys tai ajatus on tosi siksi, että se sopii yhteen ennestään omistamamme tiedon kanssa. Totuus on siis ristiriidattomuutta tai yhteensopivuutta. Teorian ongelma on se, että jos tietomme on jo alun perin harhateillä, niin koherenssin käyttö lisää harhaa, koska se sulkee epätosina pois kaikki ne väittämät, jotka saattaisivat paljastaa erheemme. Toisaalta voi olla myös niin, että meillä ei ole lainkaan sellaista aikaisempaa tietoa, jonka perusteella yhtäpitävyys voitaisiin ratkaista. Kolmas ongelma liittyy dogmaattisuuden mahdollisuuteen: jo olemassa olevan tiedon suojele muuttuu tärkeämmäksi kuin totuuden löytäminen.

3. Pragmaattinen totuusteoria

Pragmaattisen totuusteorian mukaan väite ja käsitys on tosi, jos se on toimiva, käyttökelpoinen, hyödyllinen tai arvokas. Tämä totuusteoria korostaa käytännöllistä hyödyllisyyttä. Teorian ongelma on se, että kaikki sellainen, mihin teorian määreitä ei voida soveltaa, jää kiinnostuksen ulkopuolelle. Myös ajatus siitä, että totuuden ratkaisu voi olla moniselitteisempi kuin toimivuus tai hyödyllisyys, jää huomiotta.

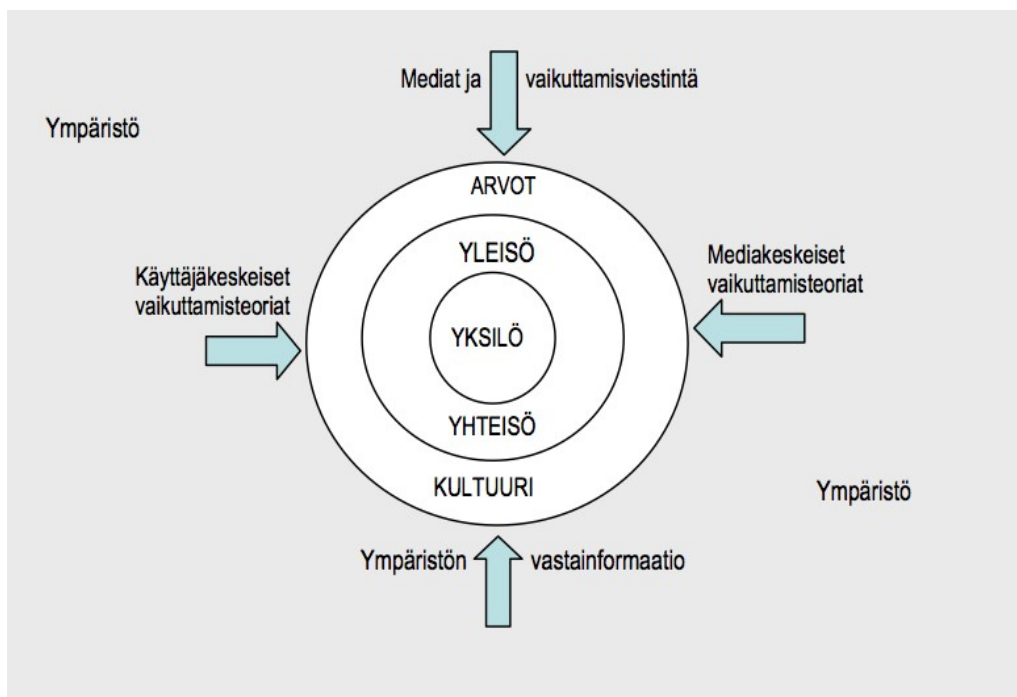
4. Totuuden konsensusteoria (”yksimielisyys”)

Totuuden yksimielisyysteorian mukaan väite ja käsitys on tosi, jos siitä on yksimielisyys. Teorian ongelma on siinä, että sen alaa ei voida ulottaa kuin ihmisten keskinäisiin päätöksiin ja yhteisiin merkityksiin. Muiden totuusteorioiden mukaan tämä saattaa aiheuttaa hyvinkin harhaisen kuvan maailmasta. (Tuomi 2007, 26-27.)

2.7 Kultivaatioteoria

Georg Gebnerin (Kunelius 1999, 129-130) kehittämän teorian perusajatuksen mukaan medioilla ja erityisesti televisiolla on olennainen rooli kulttuurisen yhdenmukaisuuden rakentamisessa ja ylläpitämisessä. Teorian mukaan niin uutiset kuin fiktiiviset

televisio-ohjelmatkin vahvistavat pitkäaikaisen prosessin myötä vallitsevia tottumuksia, uskomuksia ja mielikuvia yhteiskunnallisesta todellisuudesta, jolloin voidaan puhua todellisuuden yhteiskunnallisesta rakentumisesta. Kultivaatioteoria ei tutkikaan niinkään television ohjelmiston ja ihmisten tajunnan suhdetta, vaan ennen muuta sitä ympäristöä, jossa ihmiset elävät. Kultivaatioteorian mukaan television aikakaudella ei voida enää puhua viestien valikoitumisesta, sillä ihmiset kasvavat ja elävät television kanssa ja sitä katsotaan kellon kanssa. Näin kaikki katsojat altistuvat yhä enemmän samanlaiselle ohjelmistolle. Kultivaatiotutkijoiden mukaan media valtavirtaistaa ihmisten käsitystä maailmasta ja todellisuudesta. Media vahvistaa valtavirran lailla ajattelevien maailmankuvaa ja vähitellen manipuloi vastaan asettujia. Kultivaatiotutkijoiden mukaan televisiolla pystytään vaikuttamaan koko yhteiskunnan käsityksiä todellisuudesta. Kultivaatioteoriassa yhdistyvät uusi tapa käsitteellistää viestintä ja sen vaikutukset sekä toisenlainen tapa mieltää tutkimuksen yhteiskunnallinen rooli. Kultivaatioteoria pyrkii avoimesti vaikuttamaan esimerkiksi viestintäpolitiikkaan, jolla ohjelmien väkivaltaisuutta voitaisiin lainsäädännöllä rajoittaa.



Kaavio 2. Yksilö ja ympäristö (Kastepohja 2004, 8)

Kultivaatioprosessi on Suhosen (1994, 46) mukaan yleisön jatkuvaa sosialistamista yhteiskuntaan medioiden välityksellä, mikä ei kuitenkaan ole ideologisesti viatonta, vaan televisio on vallitsevien olojen ulkopuolella. Tämä ajatus on erityisen kiinnostava suhteessa medioiden rooliin merenkulussa ja sen esiintymisessä valtamedioissa kuten televisiossa. Seuraavassa tarkastelen aihetta tästä näkökulmasta lähinnä Pertti Suhosen ympäristöpolitiikan esimerkin pohjalta.

Suuren yleisön tietämys merenkulusta on erittäin heikkoa ja pahimmillaan vähenee edelleen. Tilanteen korjaaminen edellyttäisi ihmisten tietouden lisäämistä ja puuttumista tähän kehitykseen. Enemmistö ei ota asiaan kantaa, koska ei näe tai ymmärrä merenkulun yhteiskunnallista merkitystä. Syy on suurelta osin joukkotiedotuksessa. Erilaisten onnettomuuksien ja uhkien raportointi merenkulusta on kyllä lisääntynyt joukkoviestimissä, televisio mukaan lukien. Sillä ei ole kuitenkaan ollut sanottavaa merkitystä ihmisten ymmärrykselle ja tietoudelle merenkulusta tai sitten poliittisessa päätöksenteossa. Ongelmana on, että tämän päivän merenkulusta ei ole kerrottu todellista kuvaa suurelle yleisölle. Pääosin media ja erityisesti televisio on omistautunut pinnallisille ja aineellisen hyvinvoinnin aiheille. Tällainen tulkintakehys estää ihmisiä ymmärtämästä merenkulun merkitystä ja tapahtumavirtaa. Merenkulku kuvataankin usein lähinnä uhkiksi ympäristölle ja yhteiskunnalle. Muutos ihmisten suhteessa merenkulkuun voidaan saada aikaan kahta tietä. Jos ihmiset vähentäisivät television katselua, he voisivat löytää vaihtoehtoisista medioista uusia tulkintakehyksiä ja toimintamalleja. Kultivaatioteorian mukainen perusratkaisu on kuitenkin se, että valtamedioiden ideologisen perusvireen pitäisi muuttua ja televisionkin tulisi ylläpitää paremmin ympäröivää todellisuutta vastaavaa kuvaa.

2.8 Ulkoinen viestintä

Nyky aika on mediakyllästeistä, jolloin mediaa käyttävien yhteisöjen tai yksilöiden asenteita ja käyttäytymistä pyritään muokkaamaan haluttuun suuntaan. Kastepohjan mukaan (2004, 3) vaikuttamiskeinoja ovat markkinointiviestinnän tai ideologisen viestinnän suostuttelumuodot. Merenkulun kentässä toimii useita eri yhteisöjä, yrityksiä ja toimijoita, joiden tarkoituksena on myös viestiä ulkoisesti poliitikoille, asiakkaille ja yhteistyökumppaneilleen omasta toiminnastaan ja arvoistaan. Elisa Juholinin (2006, 186) mukaan imagot ja brändit vilisevät

arkipuheessa, mikä kertoo siitä, että elämme mielikuvayhteiskunnassa. Tiedon ylitarjonnan keskellä olemme alttiita mielikuvavaikuttamiselle, kun emme pysty emmekä jaksaa selvittää kaikkea. Merenkulusta luodut mielikuvat ovat muodostuneet erilaisista tarkoituspöeristä suurelle yleisölle. Juholinin mukaan mielikuviin vaikutetaan tiedostamatta ja tietoisesti. Tuotteita ja palveluja kehitetään ja myydään unelmien ja tarinoiden avulla, ja kuluttajat tekevät päätöksiä mielikuvien perusteella yhtä paljon kuin faktatietoonkin perustuen. Ulkoinen viestintä voidaan jakaa eri menetelmiin: henkilökohtainen vuorovaikutus, tiedotteet, hyvä mielipidekirjoitus, sähköinen viestintä, haastattelu sekä yleisesti keinoj saada näkyvyyttä yritykselle tai yhteisölle.

Banduran sosiaalisen oppimisen teorian mukaan (Kastepohja 2004, 76) mitä enemmän ihmisten mielikuvat reaalitodellisuudesta perustuvat median välittämiin tulkintoihin symbolisesta ympäristöstä, sitä merkittävämpi on niiden sosiaalinen vaikutus. Jotta viestintä voisi olla mahdollisimman huomiota herättävää, sen tulee Banduran tulkintojen mukaan täyttää viisi edellytystä.

1. Viestinnän tulee olla yksinkertaista, koska silloin vastaanottaja tietää mistä on kysymys.
2. Viestinnän pitää erottua muusta viestinnästä ta ympäristöstä.
3. Viestinnän tulee olla arvoiltaan ja muodoiltaan vallitsevan kulttuurin mukaista.
4. Huomiota herättävä viestintä sisältää hyödyllisyysnäkökohdan, ja se on käyttökelpoista.
5. Viestinnän positiivisuus.

Kastepohjan mukaan (2004, 3) joukkoviestinnällä, kuten lehdistö, internet, televisio ja radio, on merkityksellinen rooli siinä, kuinka ne tiedottavat ja viihdyttävät sekä nostavat esille puheenaiheita ihmisten arkeen. Media ymmärretään julkiseksi tilaksi, jonka kautta kuluttajat määrittelevät itseään ja yhteiskuntaa. Mielikuvamme ympäröivästä todellisuudesta värittyvät median tekemien valintojen vuoksi. Yksilöllinen ”mediatodellisuus” muovautuu ja rajautuu kunkin käyttämien medioiden välittämän kuvan mukaisesti. Tässä kontekstissa dokumentaarisella tosi-tv:llä on merkitys siinä, kuinka se viihdyttää ja kertoo merenkulusta sekä muokkaa katsojien todellisuuden kuvaa. Vaikuttamalla ihmisten käsitykseen yhteisestä todellisuudesta,

televisio vaikuttaa koko yhteiskuntaan. Radio- ja televisiotutkija Iris Ruohon mukaan (Ala-Fossi ym. 2008, 138-143) tv-sarjoilla voi viihtymisen ja elämyksen lisäksi olla myös yhteiskunnallista käyttöarvoa. Yhdenkään tv-sarjan merkitystä ei voi lukea vain sarjasta itsestään, sen tavasta kertoa ajankohtainen tarina. Lisäksi täytyy ottaa huomioon, millaiseen yhteiskunnalliseen tilaan kertomus tuotetaan ja kuinka se lopulta vastaanotetaan. TV-sarja voi parhaimmillaan tai pahimmillaan olla vahva yhteiskunnallinen vaikuttaja.

2.9 Joukkoviestinnän vaikutus

Risto Kuneliuksen mukaan (1997, 112) joukkoviestinnän vaikutusten tutkimus ja todistaminen on vaikeaa. Joukkoviestinnän vaikutusten tutkiminen, todistaminen ja kiistäminen liittyvät vaikutusvaltaan moderneissa yhteiskunnissa. Kuneliuksen mukaan on eri asia väittää jotain joukkoviestinnän vaikutuksista kasautuvien viestien pitkäaikaisena yksilöiden asenteiden vahvistumisena, kuin väittää joukkoviestinnän lyhyellä aikavälillä muuttavan suuren yleisön käyttäytymistä. Tosi-tv toimii television eli joukkoviestinnän lähteenä ja saavuttaa parhaimmillaan suuriakin yleisömääriä. Dokumentaarisen tosi-tv:n vaikutuksen miettiminen on aloitettava selvittämällä, mitä kaikkea joukkoviestinnän vaikutuksella voidaan tarkoittaa. Tositelevisioon ja sen vaikutuksiin voidaan esittää määriteltyjä kysymyksiä, joiden lista ei ole täydellinen, mutta antaa mahdollisia yhdistelmiä siitä, mitä vaikutuksella kulloinkin tarkoitetaan.

1. Keneen tai mihin ja millä tasolla vaikutus kohdistuu?

Puhutaanko vaikutuksesta yksilöihin, ryhmiin, koko suureen yleisöön, yleiseen mielipiteeseen, vaiko kenties yhteiskuntaan ja sen toimintamekanismeihin jossain muussa mielessä?

2. Missä muutos tapahtuu?

Tarkoitetaanko vaikutuksella tiedon tason muutoksia, muuttuneita asenteita, vaiko kenties uudenlaisia käyttäytymisen piirteitä, tai ehkä vain vastaanottajassa fysiologisesti havaittavaa reaktiota?

3. Tarkoittaako vaikutus ylipäättään muutosta?

Tarkoitetaanko vaikutuksella tiedon, asenteiden tai käyttäytymisen vaihtumista toisenlaiseksi, muutospaineiden torjumista tai entisten asenteiden pönkittämistä?

4. Millä aikajänteellä vaikutusta tarkastellaan?

Lyhyen aikavälin vaikutukset saattavat näyttäytyä pieninä, mutta pidemmällä jaksolla kasaantuvat vaikutukset ovat silti merkittäviä. Joskus voi myös olla päinvastoin: ohimenevä ylilyönti saattaa ajan kuluessa laimentua.

2.10 Käsitteellistäminen

Tutkimuksen teoreettinen osa muodostaa tutkimuksen viitekehyksen. Kun tutkija on päättänyt, mihin kysymykseen hän haluaa löytää vastauksen, hänen on seuraavaksi käsitteellistettävä tutkimuksensa kohde. Tutkijan on päätettävä, mitä käsitteitä hän käyttää ja mitkä ovat niiden väliset loogiset suhteet. Vahva käsitteellistäminen tasoittaa tietä käytännön toimenpiteille. Tutkimuksessa teoreettiset valinnat muodostavat laajan kokonaisuuden, jossa käsitteet ovat olennainen osa tutkimusprosessia, ja tutkimusta on mahdotonta tehdä ilman käsitteitä. Arkikieli eroaa tutkimuksen kielestä. Arkikielessä ihmiset puhuvat toisilleen määrittelemättä käyttämiään käsitteitä. Ihmisten omat ainutkertaiset kokemukset vaikuttavat siihen, miten he tulkitsevat asioita. Arkikieli aiheuttaa usein hämmennystä, epäselvyyttä ja ristiriitoja. Kun arkikielessä sanat ovat asioiden, esineiden ja tapahtumien nimityksiä, niin tutkimuksessa käsitteet organisoivat niitä. Käsitteellistäminen on harkittu prosessi, jossa sanat muutetaan käsitteiksi. Käsitteiden avulla tutkija pystyy hallitsemaan monimutkaista todellisuutta. Osoittamalla käsitteiden väliset loogiset suhteet tutkija tekee päätöksiä niiden syistä ja seurauksista. Tutkijan on uskallettava käyttää omaa harkintaansa käsitteellistämiprosessissa. Huolellinen käsitteellistäminen minimoi sattumanvaraisuuden ja epäselvyyksien todennäköisyyttä. (Pitkäranta 2010, 62-72.)

2.10.1 Tv-tuotannon ja audiovisuaalisuuden käsitteet

2.10.1.1 Audiovisuaalisuus

Termi audiovisuaalinen viittaa sekä kuulo- että näköaistimukseen. Termin etymologinen lähtökohta on latinan sanoissa audio, joka viittaa kuulemiseen, ja visio, joka puolestaan tarkoittaa näkemistä. Audiovisuaalinen on siten sekä kuuloon että näköön perustuvaa havainnointia. Kaikkea viestintää ei voida kuitenkaan nimetä audiovisuaaliseksi. Termi on itse asiassa suhteellisen tuore, vaikka esim., teatteri audiovisuaalisena viestinnän muotona on tuhansia vuosia vanha. Se otettiin käyttöön

oikeastaan vasta sitten, kun erilaiset kuvallis-äänelliset viestintäteknologiat olivat tarpeeksi kehittyneitä ja alkoivat vaikuttaa kulttuurissa laajalti. (Herkman, 2001, 12.) Audiovisuaalisen kulttuurin lopullinen läpimurto tapahtui silloin, kun televisio levisi osaksi kotien arkipäivää. Esimerkiksi Yhdysvalloissa vuonna 1952 television omisti yli kolmasosa kotitalouksista. Suomessa ensimmäinen TV-lähetys oli 1955 ja vasta 1960-luvulla televisio levisi kansan pariin keskeiseksi mediateknologiseksi laitteeksi. (Herkman 2001, 47-48.)

2.10.1.2 Dokumentaarisuus

Dokumentaarisuus määrittyy eri tavoin riippuen siitä, kytketäänkö käsittely esimerkiksi elokuvaan tai valokuvaan, mutta samanaikaisesti käsite vaikuttaa siihen, miten elokuva ja valokuva ymmärretään. Dokumentaarisuus ei ole vain valmiita tallentamisen rakenteita kuvaileva ja erittelevä käsite, vaan se osallistuu voimallisesti siihen, miten tallentamisen rakenteet hahmotetaan, miten niitä voidaan käyttää ja muuttaa. Dokumentti on eräänlainen raaka todiste, tallenne todellisuudesta ja dokumenttielokuva tai dokumentaari puolestaan tuon menneen hetken työstetty uudelleensarjoitus. Dokumentarit ovat dokumenttien diskursiivisia koosteita, joissa menneisyyden viitekehykset (dokumentit) merkityksellistetään uudelleen. Dokumentaarin tekeminen puolestaan on syntetisoivaa toimintaa, jossa filmille tallennetut hetket järjestetään nykyisyyden viitekehyyksessä. Dokumenttielokuvat rakentavat sosiaalista/historiallista todellisuutta, koska ne tarjoavat tulkintoja todellisuudesta. (Ala-Fossi ym. 2008, 48.)

2.10.1.3 Dramaturgia

Dramaturgian alkujuuret perustuvat Aristoteleen teokseen ”Runousoppi” antiikin Kreikkaan yli 2300 vuotta sitten. Sadut ovat ihmiskunnan ensimmäisiä uutislähetyksiä ja opetusohjelmia. Niissä on klassisen draaman kaaren mukaisesti alku, keskikohta ja loppu sekä henkilöt, jotka edustavat aina tiettyjä arvoja: viattomuutta, pahuutta, sankaruutta ja niin edelleen. Teorioiden ja mallien rakentaminen on myös tärkeitä tapoja hahmottaa todellisuutta, mutta asioiden esittäminen tarinoiden muodossa on alkuperäisin ja luontevin tapa kuvata kokemuksia, merkityksiä ja yleensä asioita. (Saksala 2007, 93.)

2.10.1.4 Koukku

Katsojien mielenkiinto on herätettävä, ennen kuin pystymme kertomaan heille mitään todella tärkeää. Koukku saa katsojan kiinnostumaan ohjelmasta ja sen sisällöstä. Koukku vangitsee katsojan ja pitää hänet otteessa. “Pehmitä katsojaa ensin” tai “luo ikkuna, jota kautta viesti saadaan sisään”, kuten asian ovat pari tuottajaa ilmaisseet. (Aaltonen 2007, 91.)

2.10.1.5 Kuvakäsikirjoitus

Jotta tietäisimme, miten kuvaustilanteessa toimitaan, miten kohtausta hahmotellaan visuaalisesti, tehdään kuvakäsikirjoitus eli storyboard. Sen tekee elokuvan ohjaaja, kuvaaja tai molemmat yhdessä. Kohtausta jaetaan kuviksi. Ohjaaja ja kuvaaja miettivät, minkälaisilla kuvilla, millaisella kuvallisella dramaturgialla kohtauksen sisältö voidaan tehokkaimmin välittää katsojalle. Käytetäänkö laajoja vai tiiviitä kuvia, näkökulmakuvia, liikkuuko kamera? (Aaltonen 2007, 138-139.)

2.10.1.6 Leikkaus eli editointi

Leikkaus eli editointi on yksi elokuvanteon tärkeimmistä työvaiheista. Leikkaaminen on yksinkertaisimmillaan turhien osien poistamista kuvatuista materiaalista. Moni kerronnallinen elementti luodaan leikkausvaiheessa. Leikkaajan ja ohjaajan kesken pitää syntyä yhteinen käsitys tyylistä ja tavoitteista. (Saksala 2007, 151.)

2.10.1.7 Ohjelmaidea

Ohjelmaidea on harkiten tehty kiinnostava kokonaisuus, jonka on mahdollista erottua aiheensa vuoksi markkinoilla niin, että televisiokanavat tai tuotantoyhtiöt ostaisivat ohjelman tuotantoon. Usein ohjelmaideasta tehdään pilotti eli koejakso jonka tarkoituksena on näyttää mahdolliselle tilaajalle, millaisesta ohjelmasta on kyse, mitkä ovat sen teemat ja miten ohjelma on rakennettu.

2.10.1.8 Pilotti

TV-ohjelman pilotin tarkoituksena on näyttää ostajalle tai tilaajalle, millaisesta ohjelmasta tai ohjelmasarjasta on kyse, mitkä ovat ohjelman teemat ja kuinka ohjelma rakentuu. Pilotissa esitellään myös sarjan juonta sekä henkilöitä. Pilottijakson

kuvaaminen kertoo myös tuottajalle, mitä kyseisen ohjelman tuottaminen vaatii. Pilottijakso auttaa tuottajia ohjelmansa kehittämässä sekä se antaa konkreettisen kuvan toteutusmaailmasta. Pilotissa nähdään myös ohjelmaidean vahvuudet ja heikkoudet, jotta ohjelmaa voidaan kehittää. Suomessa pilottijakson pituus on tavallisesti noin 10-15 minuuttia. Pilottijakso on tavallaan visuaalinen synopsis tuottajalle, tilaajalle ja koko tuotantoryhmälle.

2.10.1.9 Selostusteksti

Selostustekstin eli spekin tehtävä on laajentaa ja selventää kuvan ja muun äänen välittämää informaatiota. Se kertoo lyhyesti mutta ytimekkäästi, mistä ohjelmassa on kyse, ja suuntaa katsojan huomion eteenpäin ohjelmaan. Selostus voi olla apuna myös ohjelman tunnelman luomisessa. Se on erityisen hyödyllinen instrumentti sitomaan kohtauksia yhteen ja osoittamaan elokuvan liikkeen kääntyminen uuteen suuntaan, siis käännekohdat. (Aaltonen 2007, 122-123.)

2.10.1.10 Synopsis

Synopsis on tiivistelmä ohjelman sisällöstä. Se on eräänlainen hahmotelma tai luonnos; paperi josta selviää ohjelman sisältö ja muoto. Lukija saa käsityksen ohjelman lähestymistavasta ja tyylistä. Synopsis ei sisällä kuvallisia tai muita yksityiskohtaisia ratkaisuja. Synopsis on hyvä käsikirjoittamisen vaihe, koska siinä kokonaisuus ei vielä peity yksityiskohtien alle. Keskeinen idea, perusristiriita ja rakenne ovat selvästi hahmotettavissa. (Aaltonen 2007, 40-41.)

Alla esimerkki mahdollisesta synopsisesta:

Jäänmurtajat on dokumentaarinen tosi-tv-ohjelmasarja, joka kertoo suomalaisten jäänmurtajien ja niiden henkilökunnan haastavasta työstä jännittävällä ja moniulotteisella tavalla. Jokaisen aluksen avustaminen satamaan ja satamasta merelle on tarkoin valmisteltu turvallisuustehtävä. Äkillisestikin muuttuvat olosuhteet, sekä alusten rakenteelliset ja tekniset erot tekevät jokaisesta avustuksesta mielenkiintoisen arkitodellisuudesta kertovan kokonaisuuden. Sarja käsittää xx kiinnostavaa jaksoa, joista jokainen kuvaa jäänmurtajien työtä eri olosuhteissa, väylillä ja satamissa. Jokaisen jakson dynaamisuus perustuu isojen asioiden liikkumiseen, päätösten tekemiseen sekä luonnonvoimien kunnioittamiseen. Sarja näyttää asioita ja paikkoja, jonne ulkopuolisilta on pääsy kielletty.

2.10.1.11 Tosi-tv

Tosi-tv on lajityyppi, joka jakaantuu moneen eri alatyyppeihin. Yleismääritteenä voidaan sanoa, että tosi-tv on televisio-ohjelmatyyppi, jossa seurataan tavallisten ihmisten toimia ja kokemuksia erilaisissa luonnollisissa tai järjestetyissä ympäristöissä. Määritelmä on hyvin laaja, koska ohjelmien kirjo on valtava. (Aarikka 2004, 7.)

2.10.1.12 Treatment

Treatment on synopsista laajempi mutta kuvakäsikirjoitusta suppeampi selostus ohjelman aiheesta, teemasta, näkökulmasta ja käsittelytavasta. Siitä käy ilmi, ketkä ovat tarinan keskeiset henkilöihahmot (vielä ei tarvitse tietää itse henkilöitä), missä kuvataan, miten tarina pääpiirteissään kulkee ja millainen on käsittelytapa: rakenne tyyli ja estetiikka. Treatmentin pohjalta voidaan arvioida muun muassa tarvittavat kuvauspaikat, matkakulut, dramatisointien osuus ja arkistomateriaalin tarve. (Saksala 2007, 89.)

2.10.1.13 Tuotantoyhtiö

Audiovisuaalisella puolella tuotantoyhtiön tehtävät voivat olla hyvinkin laaja-alaisia. Tuotannot voivat olla TV-mainoksia, tuote- ja yritysesityksiä, kunta- ja matkailuvideoita, TV-ohjelmia ja -dokumenteja. Usein myös erilaisten tapahtuman järjestäjille tarjotaan tapahtuman kuvaukset alkutuotannosta aina lopputuotantoon asti. Tuotantoyhtiön tehtävänä voi olla myös tuottaa televisio-ohjelmia sekä kehittää ja toteuttaa erilaisia ohjelmaformaatteja sekä koulutusvideoita. Tuotantoyhtiön koolla, kokemuksella ja yhteistyökumppaneiden määrällä voi olla merkitystä onnistumiseen sekä projektien kokoon.

2.10.1.14 Tuottaja

Tuottaja on tiiminvetäjä, päällepäsmäri, sanansaattaja, tiedottaja, sparraaja, piiskuri, kukkaronvartija, peili jolle toimittaja voi puhua. Ravintolatermein ilmaistuna kyse on hovimestarista – keittiön heiluriovet irtoavat liitoksistaan, kun hovimestari juoksee keittiön, salin ja johtajan huoneen väliä yrittäen palvella kaikkia. Tuottaja on useimmissa organisaatioissa puun ja kuoren välissä – hän on tekijätiimin työjohdollinen esimies, mutta toisinaan vailla todellista päätäntävaltaa. Tuottajalla

pitää olla kokonaisvaltaista ymmärrystä oman alansa ilmiöistä ja ihmisistä. Hänen täytyy haistaa hyvät ideat ja oivaltaa kunkin toimittajan vahvuudet. Tuottajan ydintehtävä on kokonaisuuden ja ihmisten hallinta. (Saksala 2008, 53.) Tuottaja Stephen Reedin mukaan tuottajan tehtäviä kuvaa parhaiten lause ”know what you don` t know” (Kellison 2009, 17).

2.10.1.15 TV-ohjelmaformaatti

TV-ohjelmaformaatti on ohjelmaidea, konsepti, joka on rakennettu niin, että se on toistettavissa eri markkinoilla samansisältöisenä paikallinen kulttuuri huomioiden. Ohjelmaformaatin ostaja maksaa oikeudesta tehdä ohjelmaa ja saa vastineeksi ohjelmaformaatin lisenssinhaltijalta niin sanotun formaattiraamatun, joka sisältää yksityiskohtaiset ohjeet ohjelman tekoon. Ostetusta ohjelmaformaatista riippuu, kuinka paljon ostajalla on mahdollisuuksia muotoilla ohjelmaa maan kulttuuriin sopivaksi. Ohjelmaformaatin hankkimiseen on monia tapoja. Kanava voi itse ostaa ohjelman esitysoikeudet kansainväliseltä lisenssinhaltijalta, minkä jälkeen ohjelman toteutukseen valitaan mukaan tuotantoyhtiö. Toinen vaihtoehto on, että kanava ryhtyy yhteistyöhön sellaisen tuotantoyhtiön kanssa, joka omistaa ohjelmaformaatin ja lisenssin.

2.10.2 Merenkulun käsitteet

2.10.2.1 Logistiikka

Logistiikka on materiaalivirtojen, rahavirtojen ja tietovirtojen hallintaa tehokkaalla tavalla. Logistiikka-termiä käytetään yleisesti puhuttaessa tavaroiden kuljetuksesta ja varastoinnista, ja nämä ovatkin usein näkyvin osa organisaatioiden logistisia toimintoja.

2.10.2.2 Luotsaus

Luotsauksella tarkoitetaan aluksen ohjailuun liittyvää toimintaa, jossa luotsi toimii aluksen päällikön neuvonantajana sekä vesialueen ja merenkulun asiantuntijana (Luotsauslaki 3.12.2010/1050, 2§).

2.10.2.3 Luotsi

Luotsilla tarkoitetaan henkilöä, jonka Liikenteen turvallisuusvirasto on ohjauskirjan myöntämällä hyväksynyt toimimaan luotsina Suomen vesialueella sekä Saimaan kanavan vuokra-alueella (Luotsauslaki 3.12.2010/1050, 2§).

2.10.2.4 Merenkulku

Merenkulku tarkoittaa vesitse tapahtuvaa tavaroiden ja henkilöiden kuljetusta. Sota-, jäänmurto-, huolto-, huvi- sekä merenmittausalukset eivät harjoita merenkulkua sanan varsinaisessa merkityksessä. (Wikipedia www-sivut 2012.)

2.10.2.5 Meriklusteri

Meriklusteri on merellisten elinkeinojen muodostama toiminnallinen kokonaisuus. Käsite meriklusteri pitää sisällään niin alan yritykset, meriteollisuuskaupungit kuin muutkin alaan liittyvät sidosryhmät. Meriklusterin toimialat ovat meriteollisuus, merenkulku ja satamatoiminnot. Kaikkien näiden erikoisosaamisalana on talviolosuhteiden ratkaisut. Meriklusteri käsittää 2 900 yritystä ja työllistää yli 43 000 henkilöä. (Meriteollisuus www-sivut 2012.)

2.10.2.6 Meriteollisuus

Meriteollisuus on korkean teknologian ala. Sen laaja-alainen verkosto muodostuu telakoista, meriteknisten alan kokonaistoimittajista, laivasuunnittelutoimistoista, järjestelmä-, laite- ja materiaalitoimittajista sekä offshore-teollisuudesta. Meriteollisuus on osa meriklusteria. (Meriteollisuus www-sivut 2012.)

2.11 Televisio Suomessa

Elokuva syntyi 1800-luvun lopulla, jolloin ensimmäiset elokuvat olivat ei-fiktiivisiä. Jouko Aaltosen mukaan (Aaltonen 2011, 30) kyse oli todellisuuden taltioinnista. Varhaisia ei-fiktiivisiä elokuvan lajityyppejä olivat uutiskatsaukset, matkailuelokuvat, kansatieteellinen elokuva, teollisuuselokuva ja propagandaelokuvat. Kamera matkusti ja näytti paikkoja, joihin katsoja ei olisi muuten päässyt, se kertoi ajankohtaisista asioista, markkinoi teollisuutta ja sen tuotteita, rakensi kansallistunnetta, valisti ja opetti, sai ihmiset muuttamaan mielipiteitään, ja joskus myös käyttäytymistään. Televisio tuli Suomeen 1950-luvulla ja ensimmäinen antennien välityksellä esitetty

lähetys toteutettiin 24. toukokuuta 1955 Helsingissä. Säännölliset televisiolähetykset alkoivat Suomessa vuonna 1957. 1970-luvulta alkaen lähes jokaisessa suomalaisessa kotitaloudessa on ollut vähintään yksi televisiovastaanotin. (Herkman 2001, 53-54.)

Suomalaisen riippumattoman Finnpanelin mukaan suomalainen katsoi televisiota 2011 lähes 3 tuntia vuorokaudessa (178 minuuttia). Suomessa televisio tarjonta perustuu kahteen valtakunnalliseen toimijaryhmään, julkisen palvelun sekä kaupallisten yhtiöiden tuottamaan ohjelmatarjontaan. Yleisradio Oy eli YLE on Suomen eduskunnan alaisuudessa toimiva valtakunnallinen julkisen palvelun yleisradiotoimintaa harjoittava viestintäyhtiö. YLE:llä on puolueettoman tiedon välittämisen lisäksi sivistyksellinen tehtävä, jonka YLE määrittelee näin: ”Julkisen palvelun ohjelmatoiminnan tulee erityisesti: (...) ottaa huomioon sivistys- ja tasa-arvonäkökohdat, tarjota mahdollisuus oppimiseen ja itsensä kehittämiseen, painottaa lapsille suunnattuja ohjelmistoja sekä tarjota hartausohjelmia”. (Saksala 2008, 34.) Yleisradion yleisötutkimuksessa on intermediaalisuudesta tullut 2000-luvun alun suuri kysymys samalla, kun media on moninaistunut ja sisältöjen tarjoajia on tullut entistä enemmän. Myös sisältöjen ominaislaatu vaihtelee paljon (Ala-Fossi ym. 2008, 207).

Kaupallisten TV-kanavien lisääntymisen myötä myös tarjonta ja ohjelmavirran määrä on lisännyt erilaisten ohjelmasisältöjen ja ohjelmaformaattien näkyvyyttä. Tutkijoiden mukaan yhteistä hyvien katselukokemusten kuvaukselle on, että televisio parhaimmillaan auttaa katsojaa pääsemään irti arjesta ja huolista. Parhaiten tämä tapahtuu myönteisten, usein samalla oivallusta tuottavien tunnekokemusten kautta. (Hiltunen 1999, 147.) Rajanveto asiaohjelmien, reportaasien ja dokumenttien välillä on todella häilyvää (Saksala 2008, 13). TV-kanavat määrittelevät nykyisin tarkoin kunkin ohjelmapaikan kohderyhmän. Ohjelmasarjoja siirrellään toisinaan lähetyspaikasta toiseen sen mukaan, miten eri katsojaryhmät käyttäytyvät. Peräkkäiset ohjelmapaikat eivät voi esimerkiksi palvella aivan eri katsojaryhmiä. Tämän mukaan uudet ohjelmatilaukset tulevat jo valmiiksi määritetyille kohderyhmille. (Saksala 2008, 73.) Tosi-tv on ajankohtaisin esimerkki ohjelmistosta, jolla ajatellaan jo muodoltaan olevan erityinen suhde todellisuuteen ja aitouden tunnun syntymiseen (Ala-Fossi ym. 2008, 148). Joka tapauksessa televisio on osakotijamme. Se on laitettu keskeiselle paikalle kotijamme, ja päivittäin ihmiset voivat nauttia halutessaan erilaisesta ohjelmatarjonnasta yksin tai yhdessä. Jokainen katsoja on omanlaisensa ja

voi katsoa haluamansa ohjelmasisältöä ja ohjelmaformaatteja mistä ja milloin hän sen haluaa tehdä. Ne jotka katselevat kuvia, nauttivat siitä, että huomaavat katsellessaan oppivansa ja keksivänsä jotakin (Aristoteles 335 EAA, 17).

2.12 Tosi-tv

Tosi-tv syntyi Amerikassa 1980-luvulla piilokameraohjelmien sekä valvontakamerakuviin perustuvien caught on tape televisio-ohjelmien myötä. Yhtenä tosi-tv:n kehittäjänä pidetään myös mediamoguli Robert Murdochia, joka tarvitsi halpaa ohjelmamateriaalia edustamalleen Fox Network -kanavalle. Tätä varten kehitettiin poliisien työtä seuraava Cops (Lain nimessä). Ihmisiä kiehtoi poliisien sekä muiden ihmisten seuraaminen, ja ohjelmat saivat yllättävän paljon suosiota. Ohjelmat, kuten Rescue 911, perustuivat hätäpuheluiden ympärille rekonstruoiduille tapahtumille. Kuvamateriaali ei ollut parasta mahdollista mutta staattiset ja autenttiset kuvaukset aidoista tilanteista kiehtovat katsojia. 1990-luvun puolivälissä Music Television aloitti Real Life -ohjelman, joka nousi suureen suosioon.

Tosi-tv:n kehittymisen myötä parhailla kuvakalustoilla ja moniraitaisesti langattomilla mikrofoneilla äänitetyt ohjelmat työstetään samaan tapaan kuin fiktiiviset ohjelmat. Niihin lisätään äänitehoseita, haastatteluja, kertojaaääntä ja musiikkia. Kansainväliseksi ilmiöksi 1990-luvulla noussut tosi-tv on ollut Suomessa häkellyttävän suosittua. Ihmiset sanovat olevansa kiinnostuneita uutisista ja ajankohtaisohjelmista, mutta todellisuudessa he suosivat viihdettä (Ala-Fossi ym. 2008, 222). Tosi-tv:n maailmassa taviksista tehdään tähtiä, punkkari koulitaan kapellimestariksi ja rumasta ankanpoikasesta leikellään joutsen. Kansainvälisiä menestysformaatteja seuraavat kotimaiset versiot, jotka keräävät poikkeuksetta suuria katsojalukuja. (Oksanen 2008, 219.)

2.12.1 Tosi-tv:n alalajit

Tosi-tv ei alkuaikoinaan ollut mikään yhtenäinen, tarkasti määriteltävissä oleva lajityyppi. Genrellä tarkoitetaan lajityyppettä ja nykyään katsojat ovat hyvin tietoisia eri tyyleistä. Jo muutaman kuvan näkemisen jälkeen katsoja muodostaa käsityksen ohjelman tyylistä (Aaltonen 2007, 40). Enemmän kyse on erillisen lajityypin sijasta sisällöllisestä ulottuvuudesta, jota sovelletaan erilaisissa ohjelmissa. Näille ohjelmille, jotka voivat aihepiirien tai tyyliensä puolesta olla hyvinkin erilaisia, on yhteistä

”esiintyjien todellisuuden, realistisen kokemusympäristön välittäminen television kautta katsojille” (Ridell ym. 2006, 6). Tosi-tv-ohjelmat ovat sisällöltään ja ominaispiirteiltään usein päällekkäisiä ja niiden rajat häilyviä. Tosi-tv-ohjelmien yksiselitteinen jaottelu on lähes mahdotonta. Eri teorioita soveltaen ja yhdistellen tosi-tv voidaan keronnallisten ja rakenteellisten ominaisuuksien perusteella jakaa viiteen eri alalajiin.

1. Asiaviihdeohjelmat

Asiaviihdeohjelmina voidaan pitää erilaisia informaatioon perustuvia ajankohtaisviihde- ja talkshow-keskusteluohjelmia. Niissä yleisö näytetään osana ohjelmaa ja aiheet käsittelevät yleensä aitoja ihmisiä ja tapahtumia.

2. Piilokameraohjelmat

Piilokamera-tyylisissä ohjelmissa ihmisiä kuvataan salaa. Tavalliset ja paha-aavistamattomat ihmiset asetetaan ennalta suunniteltuihin yllättäviin tilanteisiin, joilla pyritään saavuttamaan tietynlaisia reaktioita ja viihdyttämään katsojaa.

3. Lifestyle

Lifestyle eli elämäntapaohjelmat ovat syntyneet erilaisten vapaa-ajan ohjelmien ja naistenlehtien vaikutuksesta (Hill 2005, 29). Lifestyle-ohjelmissa ihminen, paikka tai laite pyrkii usein muutokseen, jossa muutostarinat ja tuunaus ovat ohjelmatyypille tunnusomaisia. Ohjelmatyypissä merkittävintä on lopussa näytettävä yllätys, muodonmuutoksen paljastus ja erityisesti tavallisten ihmisten reaktio saavutettuun muutokseen.

4. Reality-kilpailuohjelmat

Reality-kilpailuohjelmiin kuuluvat erilaiset peli-, kykyjenetsintä- ja kilpailuohjelmat. Ne ovat etukäteen suunniteltuja, melko pitkälle käsikirjoitettuja, televisiota varten lavastetun todellisuuden ohjelmatyyppejä. Niissä tavalliset ihmiset viedään keinotekoisiiin tilanteisiin toimimaan omina itsenään. (Essany 2008, 48.)

5. Dokusoap

Docusoap-ohjelmat voidaan mieltää seurantaohjelmiksi. Ne ovat täysin todellisten tapahtumien armoilla. Ohjelmatyyppi voi kertoa esimerkiksi julkkiksista, puolijulkkiksista, taviksista, mielenkiintoisista paikoista tai tietyistä ammattiryhmistä. Aiheesta riippumatta ohjelmatyypille on ominaista se, että kameran läsnäolo ei

käytännössä vaikuta ohjelmassa esiintyvien ihmisten toimintaan. Lopullinen käsikirjoitus ja draama rakennetaan vasta leikkausvaiheessa. (Höckert 2011, 9.)

2.12.2 Tosi-TV käyttäytyminen

Finnpanel Oy mittaa television katselua ja radion kuuntelua Suomessa. Finnpanel Oy:n tarkoituksena on seurata henkilöiden ja talouksien TV- ja radiokäyttäytymistä sekä siihen liittyviä muutoksia. TV-mittaritutkimukseen on satunnaisesti valittu 1100 taloutta siten, että ne edustavat TV-talouksia Suomessa. Tutkimukseen osallistuvat kaikki neljä vuotta täyttäneet perheenjäsenet, yhteensä noin 2300 henkilöä. TV-mittaritutkimuksen tuloksia seurataan kanavittain, aikajaksoin ja katsojamäärin. (Finnpanel www-sivut 2012.)

TV-mittaritutkimuksen tulokset on määritelty seuraavasti:

1. Kohderyhmä

Väestöryhmä, jonka katselua analysoidaan.

2. Väestö

Kohderyhmän koko (henkilöä) Suomessa.

3. Keskikatsojamäärä

Katsojien määrän keskiarvo koko ohjelman keston ajalta.

4. Katseluosuus

Ohjelman osuus (%) ajankohdan kokonaiskatselusta.

Nelosen kaupalliseen kanavaperheeseen kuuluva JIM toimii hyvänä esimerkkinä mainosrahoitteisesta kanavasta, joka on painottunut erityisesti tosi-tv:seen. Seuraavasta tilastosta näkyy vuoden 2011 kymmenen katsotuinta ohjelmaa JIM-kanavalla.

	# Ohjelma	Päivä	Kello	Katselu- osuus	Keski- katsoja- määrä 7 vrk:n aikana
docusoap	1. Poliisit	ma	28.2.2011 20:30	13 %	287 000
docusoap	2. Why I Ran (F)	pe	4.3.2011 22:56	15 %	164 000
	3. South Park	to	17.2.2011 19:27	8 %	154 000
docusoap	4. Lentokenttä	ma	12.9.2011 20:28	6 %	127 000
	5. JIM D: Japanin maanjäristys	ma	23.5.2011 20:57	6 %	122 000
	6. Tulli	ti	4.1.2011 19:58	7 %	121 000
docusoap	7. JIM D Rikos: Tsunami	ma	26.12.2011 21:00	6 %	119 000
	8. Australian rajalla	la	17.12.2011 19:30	8 %	118 000
	9. Testosteriili	ti	25.1.2011 21:58	8 %	115 000
docusoap	10. Taistelulaiva	ma	7.2.2011 22:00	7 %	114 000

Kuva 1. Katsotuimmat ohjelmat kaupallisella JIM-kanavalla vuonna 2011.

2.12.3 TV-ohjelman tavoitteet

Dokumentaristi ja tuottaja Jouko Aaltonen (2007, 17) tiivistää TV-ohjelman tavoitteet seuraavasti: Ohjelmalla voi olla kolmentasoisia tavoitteita: tiedollisia, asenteisiin liittyviä ja ihmisten käyttäytymistä koskevia. Tietojen välittäminen on helpointa, asenteiden muuttaminen paljon vaikeampaa ja kaikein kovimman työn takana on ihmisten käyttäytymiseen vaikuttaminen. Nämä kolme tasoa toimivat yhtä aikaa toisiinsa kietoutuneena. Aaltosen kolmen tason malli toimii erinomaisena lähtökohtana, kun puhutaan suurelle yleisölle tehdystä merenkulusta kertovasta dokumentaarista tosi-tv-ohjelmasta. Miten kolmen tason mallin mukaisesti ihmiset vastaisivat kysymyksiin ennen dokumentaarisen tosi-tv-ohjelmasarjan esittämistä ja esittämisen jälkeen. Muuttuisivatko ihmisten tiedot merenkulusta, muuttuisiko ihmisten asenteet merenkulua kohtaan ja vaikeimpana muuttuisivatko ihmisten käyttäytyminen merenkulkua kohtaan? Odotetut katsojamäärät ja kohderyhmä ovat merkityksellisiä, kun televisioon tilataan ohjelmasarjoja. Yleisö ei ota vastaan mitä tahansa vaan valikoi ohjelmia kulloistenkin tarpeidensa ohjaamina (Kastepohja 2004, 77). Mihin ohjelmapaikkaan ohjelma laitetaan tavoittaakseen juuri oikean kohdeyleisön?

2.12.4 Tosi-tv ammattien kuvaajana

Suomalainen televisiotuotanto on siirtynyt fiktion ja draaman lisäksi tuottamaan ja kuvaamaan todellisuutta tosi-tv:n keinoin. Tänä päivänä televisiosta tulee useita tosi-

tv ohjelmia eikä tosi-tv ole jäänyt vain ohimeneväksi villitykseksi, vaan eri tosi-tv ohjelmaformaatit ovat jääneet pysyvästi osaksi television muodollista ja sisällöllistä ilmettä. Tosi-tv:n on myös todettu tuovan eri ammattiryhmiä lähemmäs valtaväestöä. Yhtenä tosi-tv-lajityyppinä ovat olleet eri ammattiryhmistä tehdyt dokumentaariset tosi-tv-ohjelmasarjat eli docusoapit, jotka kuvaavat todellisia tapahtumia jonkun ammattiryhmän työstä. Rekonstruktioituissa tapahtumissa kuvaukset tehdään seurantadokumentin metodeilla, jolloin lopullinen rakenne syntyy vasta kuvausten jälkeen leikkauspöydällä. Dokumentaarisen tapahtumaketjun kuvakäsikirjoitus on vain hahmotelma ennen toteutuksen lopullista rakennetta. Kuvaukset perustuvat suunnitelmiin ja ennakkotutkimuksessa tehtyihin oletuksiin tapahtumien kulusta sekä mahdollisista käänteistä. Ymmärrys kuvattavaa ympäristöä ja ihmisiä kohtaan mahdollistaa paremman lopputuloksen. Dokumentaarisisissa ohjelmasarjoissa ihmiset esiintyvät oman itsensä ollen kiinnostavia oman persoonansa ja ammattiosaamisensa vuoksi. Tositelevisio tekee yksityisestä julkista. Taitavasti tehtynä tosi-tv pystyy vaikuttamaan vastaanottajaan ja motivoimaan heitä sekä muuttamaan asenteita.

Merenkulusta kertova dokumentaarinen tosi-tv-ohjelmasarja voi olla tyylilajiltaan docusoap, eli jaksoja ei käsikirjoiteta ennen kuvaamista. Kaikki kuvattu materiaali kuvaa aitoja tilanteita aidossa ympäristössä ja kaikki reaktiot, toiminnat ja repliikit tulevat aidosti kuvatuista ihmisistä ja tapahtumista. Televisiolla on mahdollista korvata välitön henkilökohtainen kokemus itse tapahtumapaikalla (Ruusunen 2002, 92). Kaikki tapahtumat ovat siis todellisia. Kuvamateriaalin ja tapahtumavirran rooli on merkittävä. Aidoissa ja realistisissa tilanteissa voi tulla yllätyksiä eikä aitoja tilanteita voida kuvata uudestaan. Jännitteet ja tarinan muutokset editoidaan leikkauspöydällä. Käsikirjoitus tehdään kuvatun materiaalin perusteella ja kirjataan ylös kertojan tekstit, jotka tulevat jaksoon voice overina (v/o) eli selostustekstinä. Jotta kuvausmateriaali olisi mahdollisimman realistista, on oleellista, että kuvauksessa on mukana henkilö, joka ymmärtää mitä laivalla tapahtuu ajan hetkessä ja tulee tapahtumaan. Tapahtumat tulee ennakoida, jotta kuvausryhmän ja todellisen työn kuvauksen dynamiikka toimii. Oleellisista on, että kuvaajat ovat oikeassa paikassa oikeaan aikaan. Kuvakulmia ja merkityksellisiä lähikuvia leikataan tehostamaan dynaamisia tarinankerronnan elementtejä.

2.13 Klassisen draaman rakenne

Ruotsalainen elokuvadramaturgi ja teoreetikko Ola Olsson on pitkään tutkinut menestyselokuvien ja perinteisen hollywoodilaisen kerrontaperinteen salaisuutta. Miksi elokuvat tehoavat meihin? Miten ne on rakennettu ja miten yleisö saadaan elämään henkilöiden mukana? Olsson on sitä mieltä, että kaikki hyvät elokuvat noudattavat samaa kaavaa - niin fiktiotkin kuin dokumentitkin. Olssonin malli on näytelmäelokuvaan sovellettu versio klassisen draaman rakenteesta. (Aaltonen 2007, 64.)

Elokuva jakautuu kuuteen vaiheeseen:

1. Alkusysäys
2. Esittely
3. Syventäminen
4. Ristiriidan kärjistyminen
5. Ratkaisu
6. Häivytytys

Kokonaisuutta on se, millä on alku, keskikohta ja loppu. Mikään ei välttämättä edellä alkua, mutta luonnon järjestyksen mukaan sen jälkeen on tai tulee olemaan jotakin, loppu sitä vastoin seuraa luonnon järjestyksen mukaan jotakin muuta joko sen välttämättömänä tai tavallisimpana, mutta sen jälkeen ei tule mitään; keskikohdan sekä edellä, että jäljessä on jotakin muuta. Hyvin sommiteltu juoni ei saa alkaa mistä hyvänsä eikä loppua mihin hyvänsä, vaan sen tulee noudattaa mainittuja periaatteita. Edelleen, jotta elävä olio tai mikä tahansa osista muodostunut kappale olisi kaunis, ei riitä, että osat ovat oikeassa järjestyksessä; koko ei saa olla sattumanvarainen. Kauneus riippuu järjestyksestä ja koosta: eläin ei ole kaunis, jos se on kovin pieni, koska melkein olemattomassa ajassa tehty havainto jää epäselväksi; jos se taas on hyvin suuri, sanokaamme kymmentuhannen stadionin pituinen, ei kunnollista havaintoa silloinkaan synny, koska katsoja ei saa yhtä ja kokonaista kuvaa. Kuten siis eläinruumiilla pitää olla sellainen koko, jonka silmä pystyy havaitsemaan, täytyy juonen olla sen pituinen, että muisti voi sen hallita. (Aristoteles 335 EAA, 27.)

2.13.1 Tosi-tv-ohjelman dramaturgia

Tosi-tv:n ohjelmien kirjo on niin laaja, että käsikirjoittamisen määrä vaihtelee laadultaan ja määrältään ohjelmittain. Käsikirjoittaja Melli Maikkula kirjoittaa opinnäytteessään (2010, 3), että on olemassa tiukkoja, tarkasti määritellyn rakenteen sanelemia formaatteja ja vähemmän tiukkoja muotoja sekä joko etu- ja/tai jälkikäteen dramatisoituja tosi-tv-ohjelmia. Maikkulan mukaan tosi-tv:n voidaan yleistäen todeta olevan ohjailtua tarinankerrontaa, harkittua ja hallitsematonta, intuitiivista ja tietoista, improvisoitua ja sattumanvaraista yhtä paljon kuin etukäteen suunniteltuakin. Yhteistä tosi-tv-ohjelmille on, että niissä esiintyvät ”tavalliset ihmiset”, minä ja sinä. Varsinaisina tarinankertojina Maikkula pitää tuottajia, käsikirjoittajia ja leikkaajia, joilla on paljon päätösvaltaa sen suhteen, mitä ohjelmassa tapahtuu. Tosi-tv:n vertaaminen uutisiin on ehkä provosoivaa, mutta tosi-tv:n käsikirjoittaminen muistuttaa suuressa määrin toimittamista. Materiaalina on todellisuus, jota elämme, henkilöinä tavalliset ihmiset ja tekijöillä harkittu näkökulma, josta viesti lähetetään. Katsominen ja näkeminen ovat kaksi eri asiaa. Jokainen meistä tekee havaintoja jatkuvasti tiedostamattaan, mutta tuottajan ja käsikirjoittajan on syytä myös harjoittaa tätä kykyä ja kirjoittaa näkyjään muistiin. Näistä muistiinpanoista lähtee käsikirjoittaminen, myös tosi-tv:n osalta, sillä lopulta kyse on samasta pyrkimyksestä: kertoa hyvä tarina hyvin.

2.13.2 Tosi-tv-ohjelman rakenne

Tosi-tv:n käsikirjoittamista voidaan Maikkulan mukaan (2010, 15) lähestyä tilatun ohjelman raameista, silloin, kun kyseessä on tilaustyö. Tosi-tv:n rakennetta ja muotoa voidaan hahmotella neljällä keskeisellä kysymyksellä. Kun näihin kysymyksiin on vastattu, saadaan ohjelmalle raamit ja voidaan artikuloida se, mitä ohjelma katsojille lupaa ja mikä on ohjelman sisältö.

1. Mikä on ohjelman tarkoitus?

Onko ohjelman tarkoitus opettaa, kouluttaa, viihdyttää, myydä, miellyttää, väittää, haastaa vaiko provosoida. Tavoitteella on suuret sisällölliset vaikutukset.

2. Mikä on ohjelman kohderyhmä?

Katsovatko ohjelmaa nuoret, vanhat, lapset, kaupunkilaiset, suuri yleisö vai muutoin rajattu yleisö.

3. Mikä on ohjelman lähetysaika ja kanava?

On eri asia kirjoittaa myöhäisiltta, prometimea kuin sunnuntai-aamua. Myös kanavat ovat eri tavoin profiloituneet ja osa käsikirjoittajan ammattitaitoa on tuntea markkinat.

4. Mikä on ohjelman kesto?

Onko se 28 minuuttia, 45 minuuttia, alituiseen mainoskatkoja, vain yksi mainoskatko tai ei lainkaan katkoja. Mainokset voivat oleellisesti vaikuttaa ohjelman rakenteeseen dramaturgiaan.

2.14 Dokumenttien merkitys

Ensimmäiset dokumentaariset kuvat tallennettiin Jouko Aaltosen mukaan (2011, 33-36) Helsingin kaduilla jo vuonna 1904. Ensimmäisen sukupolven aihe oli kansallinen identiteetti. Aiheeksi valittiin luonto, kansanperinne ja nuoren kansakunnan nouseva talous. Heikki Aho ja Björn Soldan kuvasivat suomalaista luontoa ja teollisuutta vahvalla esteettisellä otteella. Kansantapoja taltioimaan perustettiin Kansantieteellinen filmi Oy, joka tuotti toiseen maailmansotaan mennessä mittavan määrän kansantieteellisiä elokuvia. Suomalainen dokumenttielokuva on aina katsonut kahteen suuntaan; meihin itseemme, omaan identiteettiin ja yhteiskuntaan liittyviin asioihin, mutta se on aina ollut myös kansainvälistä. Vain katseen syyt ja ilmiansuunnat ovat vaihtuneet.

Dokumentaaristen ohjelmien merkitys on paljon laajempi kuin ymmärretäänkään. Dokumenttien kulttuuriset arvot selviävät harvoin tilastoista tai liiketaloudellisista laskelmista. Dokumenttien käyttöarvoa on vaikea mitata muuten kuin välillisesti esimerkiksi yleisömäärien mukaan. Merenkulusta kertovan dokumentaarisen tosi-tv-ohjelman sarjan tallentaminen audiovisuaalisesti olisi ainutlaatuista. Kirjojen ja kuvien lisäksi audiovisuaalinen dokumentointi on tämän päivän ajan virtaa. Eila Werningin mukaan (Haase 2003, 6) : ”Dokumenttielokuvan komein asia on, että se on teos, joka jättää jälkensä myös viidenkymmenen vuoden päästä, sitä voidaan tarkastella ja sillä on arvo vielä silloinkin. Ajankohtaisohjelmalla ei ole arvoa sen jälkeen, kun se on kerran esitetty”. Dokumenttien käyttöarvon suuruutta voi pohtia myös arvioimalla niitä positiivisia kulttuurisia merkityksiä ja muutoksia, jotka menetettäisiin ilman dokumentteja. Dokumentit jäävät historiaan myös menneen ajan tallenteena. Audiovisuaalinen tallentaminen antaa autenttisen merkityksen tapahtumien tallentajana myös merenkulussa. Kamera on tarkempi kuin ihmissilmä ja

tapahtumasta jää autenttinen ja tarkka tallenne jälkisukupolville. Dokumentin merkitys löytyy myös sen tallennuksen toditusvoimaisesta informaatiota tapahumissa.

3 TUTKIMUSONGELMAT

”Luonnollinen ajattelu elämässä ja tieteessä ei piittaa tiedon mahdollisuuteen liittyvistä vaikeuksista. Filosofinen ajattelu puolestaan määrittäyty kannastaan tiedon mahdollisuuden ongelmiin.”

(Edmund Husserl 1859-1938)

3.1 Metodologia

Metodologialla laajassa merkityksessä tarkoitetaan metodia, joka käsittelee todellisuutta koskevan tiedon peruslähtökohtaa, tieteellistä perusnäkemystä ja maailmankatsomusta. Suppeassa merkityksessä tarkoitetaan metodiikan käyttöä, jolla viitataan siihen, miten tutkimuskäytännössä hankitaan uutta tietoa todellisuudesta. Yksinkertaistaen nämä merkitykset voidaan erotella siten, että laajassa merkityksessä lähtökohtana on todellisuudesta saatavan tieteellisen tiedon ongelmallisuus. Todellisuus aukeaa tutkijalle eri tavoin riippuen siitä, millä tavoin ja millä välineillä sitä tutkitaan. Metodologiaan sisältyvä ajatus on, että tutkija ymmärtää tutkimukseensa sisältyvät mahdollisuudet ja rajoitukset suhteessa todellisuuteen ja toisiin tutkimuksiin. Suppeassa merkityksessä ymmärretyn metodologian todellisuus on annettu, ongelmaton – vain menetelmien käyttö ratkaisee tuloksen. (Tuomi 2007, 30.)

Pihlajan mukaan (2005, 102) laadullisessa tutkimuksessa tavoitellaan merkityksiä, mielekkäitä oivalluksia, asioiden välisten yhteyksien löytämistä sekä kaiken lopputulemana tutkimuskohteen ymmärtämistä sekä sen tarkoituksen ja merkityksen paljastamista. Tässä tutkimuksessa ja sen tutkimusasettelussa metodi on osaltaan monimuotoinen ja vaikeasti hahmotettava mutta jäsennetty mahdollisimman induktiiviseen muotoon. Tutkimuksen aihe sijoittuu otsikonkin mukaan vahvasti viestinnän tutkimuksen kenttään, mutta tutkimuksessa on tarkoituksenmukaisesti haettu retoriikkaa merenkulun, viestinnän ja tuotannon välille.

3.2 Kriittinen ajattelu

Kriittinen ajattelu ei ole niinkään kielteistä arvostelua, vaan pikemminkin tiedon, väitteiden, teorioiden, käsitteiden, tutkimustulosten ym. syvällistä ja monipuolista arviointia. Siihen sisältyy myös kritiikki arkikielen merkityksestä, mutta se on silloin

asioiden totuuden, paikkansapitävyyden, merkityksen tai arvon kyseenalaistamista jonkin toisen tulkinnan, tiedon, näkökulman tai ongelmanasettelun nimissä. Kriittinen ajattelu pyrkii objektiivisesti, niin sanotusti järkisyillä, perustelemaan väitteet, arviot ja näkemykset. Se ei ole subjektiivista räksyttämistä vailla perusteluja. (Pihlaja 2005, 42.)

3.3 Tutkimuksen metodi

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli tutkittavan ilmiön kuvaaminen ja ymmärtäminen tutkimuksen viitekehyksessä. Tutkimuksessa käytettiin niin kutsuttua tulkinnallista konstruktivistista lähestymistapaa, jossa pyritään yhdistämään tieteellistä tietoa relativismiin. Tutkimuksen menetelmää ja analyysiä tukee vahvasti tutkimukselle tyypillinen induktiivisuus eli aineistolähtöisyys. Aineistolähtöisyys on merkittävässä osassa erityisesti audiovisuaalisuus-osassa mutta integroitaessa audiovisuaalisuuden ilmiöitä merenkulun käsitys- ja kokemusmaailman kanssa syntyi analyysi, jossa pohdinnat ja käsitykset perustuvat abduktiiviseen päättelyyn mutta liikkuvat kuitenkin koko ajan empirian ja teorian välillä. Tutkimuksen lähestymistapaa voidaan pitää fenomenologisena. Fenomenologinen tutkimus kuuluu kvalitatiiviseen tutkimusperinteeseen, jonka tavoitteena on kerätä tietoja ihmisen elämäkokemuksesta ja tutkia sen perusrakenteita. Fenomenologiaan pohjautuva menetelmä on luonteeltaan induktiivinen ja kuvaileva. Menetelmän päämääränä on tutkia ja kuvata ilmiöitä mahdollisimman tarkasti siten, kuin ne aidosti ilmenevät koettuina. Tämä edellyttää tutkijalta, että hän lähestyy tutkittavaa ilmiötä ilman ennalta määrättyjä oletuksia avoimesti. Peruslähtökohtana on, ettei ole olemassa ennalta asetettuja määritelmiä, odotuksia tai teoriakehikkoja, jotka ohjaisivat tutkijaa tutkimuksen analysoinnissa. Fenomenologia ei koskaan yllä päätelmiin. Sen tavoitteena ei ole muodostaa teorioita tai malleja eikä liioin kehittää yleistyksiä. Päämääränä on kuvata eletyn kokemuksen rakenne mahdollisimman laajana kokonaisuutena, sisältäen ne merkitykset, joita näillä kokemuksilla on yksilölle. Fenomenologiseen menetelmään sisältyy ankara itsetarkkailun prosessi, jonka avulla pyritään näkemään ilmiön puhdas olemus. (Metsämuuronen 2001, 22-24.)

Fenomenologia on pohdiskelevaa ajattelua, jonka tarkoitus on lisätä ihmisen ymmärtämistä. Fenomenologialla tarkoitetaan Husserlin mukaan (1995, 41) myös tiedettä ja tieteellisten oppialojen yhteyttä. Samalla fenomenologia tarkoittaa ennen kaikkea metodia ja ajatustapaa: erityistä filosofista ajatustapaa sekä erityistä filosofista

metodia. Kirjallinen tuottaminen on pysyvää, jolloin ajattelun sekä tutkimuksen pysyvyys on lopullista sen julkaisemisen jälkeen. Kreikkalaiset käsittivät kielen jonakin olevana ja siten olemisymmärryksensä mielessä. Oleva on pysyvä ja sellaisena esittäytyvä sekä myös ilmenevä. Se näyttäytyy ennen muuta näkemiselle. Heideggerin mukaan (2010, 58-59) kreikkalaiset tarkastelivat kieltä tietystä laajassa mielessä optimistisesti kirjoitetun pohjalta. Kirjoitetussa puhuttu pysähtyy. Kieli on ja toisin sanoen se pysyy, sanan kirjoitusasussa, kirjoitusmerkeissä ja kirjaimissa. Sitä vastoin puheen virrassa kieli valuu pysymättömyyteen. Toisaalta taas Heideggerin ajalla puhetta ei voitu niinkään tallentaa kuin tänä päivänä. Tässä kiteytyy myös osaltaan ajattelun haasteellinen konkretisoiminen kirjalliseen muotoon esimerkiksi tämän tutkimuksen myötä.

3.4 Tutkimuksen näkökulma

Näkökulma tutkimukseen on subjektiivinen sekä objektiivinen. Subjektiivinen näkökulma muodostuu tekijän omasta laajasta kokemuksesta merenkulun eri sektoreilla työskentelystä sekä audiovisuaaliselta puolelta television ohjelmaideoiden kehittämisestä. Objektiivinen näkemys muodostuu keskusteluista ihmisten kanssa, jaetuista kokemuksista, internetistä ja haastatteluista sekä tutkimuskysymysten vastauksista. Tärkeää olisi myös, että lukija havaitsisi tutkimuksen suuremman näkökulman olevan eteenpäin katsova, kehittävä, keskustelua avaava ja myös innovatiivinen erityisesti merenkulun laajemman ulkoisen viestinnän kannalta. Merenkulku tarvitsee uusia näkökulmia. On liian paljon pieniä merenkulun sidosryhmiä, jotka tuottavat liian pienelle ryhmälle ja liian huonolla laadulla sisältöä. Merenkulun sektorin tulisi yhdistää yrityksiä ja yhteisöjä ja koota sisältö yhteen isompaan laadukkaampaan kokonaisuuteen. Merenkulun julkisen tuotannon sirpaleisuudesta tulisi päästä eroon.

3.5 Tutkimuksen tarkoitus

Tutkimuksen tarkoituksena oli tarkastella merenkulun ja tosi-tv:n muodostamia laajempia merkityksiä lähinnä merenkulkijoista koostuvan vastaajajoukon vastauksista. Tarkoituksena on tutkimuksen kysymysten perusteella havainnoida ja reflektoida vastauksia mahdollisimman laajasti mutta vapaasti ja kuitenkin pysyvä tutkimuksen perimmäisessä tarkoituksessa. Tutkimuksessa on nostettu yleiselle tasolle asenteet ja ennakkoluulot, joita mahdollisissa tutkimuskysymysten vastauksissa

merenkulku versus tosi-tv ilmenee. Tarkoituksena on myös aiheuttaa keskustelua ja vuorovaikutusta merenkulun merkityksestä laajemmin valtamediassa ja siitä, mihin asemaan merenkulku olisi nostettava tänä päivänä. Tutkimus kartoittaa myös otannallaan perusteita päätelmille ja yleistämiselle fenomenologista tutkimusmenetelmää hyväksi käyttäen. Lisäksi tutkimuksella etsitään myös pehmeitä vastauksia siihen, voisiko merenkulun sidosryhmien tunnettuutta edistää sekä vaikuttaa nuorten hakeutumiseen merenkulun koulutukseen sekä töihin merenkulun pariin. Tutkimuksesta saatavien tulosten perusteella toivon myös pystyvän vaikuttamaan siihen, että lähitulevaisuudessa saisimme nähdä dokumentaarisen tosi-tv-ohjelmasarjan merenkulusta. Toivon myös, että tutkimus toimii jonkin asteisena referenssinä tulevaisuudessa luodessani lisää kontakteja ja projekteja yhdessä eri toimijoiden kanssa niin merenkulun kuin audiovisuaalisen tuotannon puolella.

3.6 Tutkimuksen kulku

Fenomenologisen tutkimuksen kulku on systemaattinen, mutta samalla riittävän yleinen soveltumaan erilaisten inhimillisten tajunnan alueelle paikantuvien ilmiöiden kuvailuun. Tässä tutkimuksessa keskiössä on kaksi hyvinkin erilaista aluetta, tosi-tv ja merenkulku, jotka on yhdistetty mahdollisimman selkeästi yhdeksi merkitykselliseksi kokonaisuudeksi tutkimuksen muodossa. Jari Metsämuurosen mukaan (2001, 23) fenomenologista tutkimusta voitaisiin asiakastyön tutkimuksessa soveltaa esimerkiksi silloin, kun on aihetta epäillä, että liian helposti oletetaan, että asiakkaat ymmärtävät, mitä ammattilainen sanoo. Ammatti-ihminen käyttää itselleen tuttuja käsitteitä, mutta ei ole itsestään selvää, että asiakas ymmärtää mitä hänelle sanotaan.

Fenomenologisen tutkimuksen kuusi askelta (Metsämuuronen 2001, 24):

1. Tutkija kiinnittää huomionsa asiaan, käsitteeseen - ilmiöön josta hän haluaa saada enemmän tietoa
2. Tutkija perehtyy ilmiöön teoreettisesti ja jäsentää alustavasti siihen liittyvät näkökohdat
3. Tutkija esittää kysymykset valitulle joukolle, jotka ilmaisevat erilaisia käsityksiä asiasta

4. Tutkija pilkkoo vastausten aihekokonaisuudet osiin ja nostaa esiin teemat ja niiden sisältä mahdolliset alaluokat
5. Tutkija yhdistelee vastausten teemoja ja nimeää ne uudelleen
6. Tutkija jäsentää ja kuvaa lopullisesti tutkimuskohteen

3.7 Ongelman asettelu

Tutkimusta aloittaessani olen pohtinut paljon merenkulun merkitystä yhteiskunnallisesti ja sitä, millainen käsitys suurella yleisöllä on merenkulusta. Pohdin, millä tavoin merenkulun ja median ulottuvuuksia olisi mahdollista hyödyntää erilaisissa sisällöntuotantotavoissa, ja mitä mahdollista lisäarvoa nämä ulottuvuudet voisivat tuoda. Tutkimuksen tulosten tulisi olla tutkijalle aina tavoite sinänsä, aivan kuin ahvenet ovat nälkäiselle onkimiehelle sinänsä (Hakala 1999, 152). Tutkimuksen ongelman muotoilussa yritetään päästä kiinni tieteelliseen ajatteluun; on omia kokemuksia hyvä peilata tutkimukseen. Samalla oma kokemuspiiri muuttui tieteellisen ajattelun raaka-aineeksi. Se on koko ajan olemassa palvellakseen tutkijan tieteellistä ajattelua. (Vilka. 2006, 38.)

Tässä tutkimuksessa kysymysten laajat diskursiivit sisältöineen antavat kokonaisanalyysille tukevan kannen. Diskurssianalyysilla tarkoitetaan tutkimussuuntausta, joka tutkii tekstiä ja puhetta tai kielen käyttöä erilaisista näkökulmista (Metsämuuronen 2001, 57). Kuneliuksen mukaan (1999, 132) on selvää, että joukkoviestinnän yhteiskunnallisesti merkittävät vaikutukset ovat ennen muuta pitkäaikaisia ja kasautuvia, vaikutusta siihen, millä tavalla miellämme todellisuuden, mistä näkökulmasta sitä katsomme, millä kielellä sitä puhumme ja millaiseksi ymmärrämme muut ihmiset. Tutkimuksen vastauksista heijastuu se, miten vastaajat kokevat kysymykset, ja niiden kautta asetetun maailman ilmiöineen. Kuinka ja miten vastaukset löytävät vuorovaikutuksen tutkimuksen edetessä? Mikä on sitten diskursiivin käsitteleminen fenomenologista metodia hyväksi käyttäen merenkulun ja dokumentaarisen tosi-tv:n kontekstissa? Fenomenologiassa tutkitaan ihmisen kokemuksia suhteessa hänen omaan todellisuuteensa, maailmaan jossa hän elää. Fenomenologian tavoitteena on tuottaa syvällisempää ymmärrystä ihmisen päivittäisille kokemuksilleen antamista merkityksistä. Fenomenologia on kiinnostunut niistä tavoista, joilla tietoisuutemme jäsentää todellisuutta. Eri ihmiset havaitsevat samaa todellisuutta eri tavalla omien pyrkimystensä, kiinnostustensa ja uskomustensa

pohjalta. Voimme ymmärtää toisen ihmisen käyttäytymistä selvittämällä, millaisten merkitysten pohjalta hän toimii. Tutkimuksen kysymyksiin vastanneet henkilöt antavat oman merkityksensä taustansa ja vastaustensa perusteella. Hyvä tutkimuksen vastausten tekstianalyysi hyödyntää diskurssianalyysin peruskysymyksiä: kuka sanoi, mitä sanoi, mitä tarkoitti, miksi sanoi, mihin pyrki ja kehen pyrki vaikuttamaan (Metsämuuronen 2001, 58).

3.8 Ongelma-analyysi

Tutkimus on ongelmien ratkaisua. Jokaisessa tutkimuksessa on oltava ongelma, johon tutkija etsii vastausta. Tutkimukseen kelpaavista ongelmista on helppo puhua, mutta käytäntöä merkittävästi edistävien ongelmien löytäminen on vaikeaa. Jokainen tutkija miettii, mikä on hänen tutkimuksensa ongelma ja miksi se on hänelle ongelma. Tutkimusta ei ole ilman ongelmaa. (Harisalo, Keski-Petäjä & Talkkari 2003, 8.)

Tutkimuksen ongelma-analyysi voidaan ymmärtää kolmena askeleena:

1. Tutkimusteeman valinta

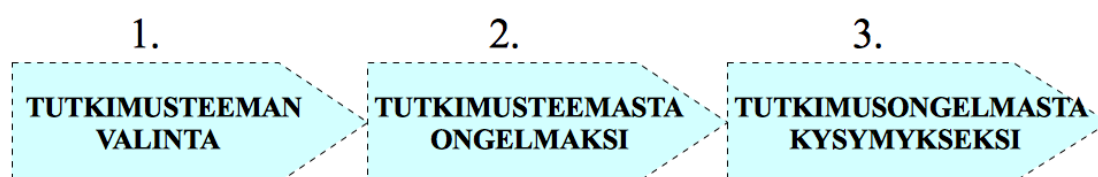
Ongelma-analyysin ensimmäistä askelta voidaan kutsua teemaksi. Tutkijan on ensiksi hyvä päättää siitä, mistä teemasta hän on erityisen kiinnostunut. Teema löytyy usein hänen omista kiinnostuksen kohteistaan, urasuunnitelmistaan ja omista työkokemuksistaan.

2. Tutkimusteemasta ongelmaksi

Toisella askeleella tutkijan on jäsennettävä teema erilaisiksi ongelmiksi. Esimerkiksi tutkimuksesta kiinnostunut tutkija on valinnut teemansa ja miettii esimerkiksi mitkä asiat vaikuttavat laivan laivan liikkeisiin sitä ohjailtaessa.

3. Tutkimusongelmasta kysymykseksi

Viimeisellä askeleella ryhtyy muuntamaan ongelmaa kysymykseksi. Ongelmasta voidaan johtaa erilaisia kysymyksiä, joihin tutkimuksella etsitään vastauksia. Käytännön hyöty ja merkittävyys ovat keskeisimmät kriteerit kysymystä valittaessa ja asetettaessa. (Harisalo, Keski-Petäjä & Talkkari 2003, 12.)



Kaavio 1. Tutkimuksen ongelma-analyysin kolme askelta.

3.9 Tutkimusongelma

Tämän tutkimuksen ongelma määriteltiin kolmen askeleen metodilla. Tutkimuksen teema löytyi oman kiinnostuksen ja työkokemuksen mukaisesti. Jotta oma mielenkiinto ja motivaatio säilyisi koko tutkimuksen ajan koin, että tutkimuksen teemalla oli suuri merkitys minulle. Tutkimuksen viitekehukseen liittyvää kirjallisuutta olin jo ennakkoon lukenut, ja aihe oli myös omien tuotannollisten projektien kautta tuttua. Tutkimuksen kautta oli mahdollisuus syventyä vielä enemmän tutkimuksen teemaan ja sen sisältä löytyvään maailmaan. Tutkimuksen teemana oli tosi-tv ja merenkulku; tutkimus olisi tiedettävästi ensimmäisiä näitä kahta maailmaa yhdistäviä tutkimuksia ainakin Suomessa. Ongelman valinnassa tutkijan tulee olla hyvin tarkka. Kun muodostin tutkimuksen teeman jälkeen ongelmaa, ongelman muodostumista ohjasi lähes yksinomaan oma subjektiivinen kiinnostustukseni asiaa kohtaan. Luonnollisesti toivottavaa on, että tutkimuksen lukijoilla herää kiinnostus ja tutkimus saa mahdollisen käytännöllisen merkittävyyden sekä luo ja antaa ideoita kaikkeen lukijoiden käsitysmaailmassa.

Ongelman muuntaminen kysymyksiä oli rajattu jo teeman ja ongelman kautta. Käytännön hyöty ja merkittävyys ovat usein keskeisimmät kriteerit kysymystä valittaessa ja asetettaessa (Harisalo, Keski-Petäjä & Talkkari 2003, 8). Kysymykset oli aseteltu tässä tutkimuksessa niin, että tutkija tunsivat merenkulun ammattilaiset sekä muut henkilöt melko hyvin tai vähintäänkin ammatin puolesta. Tutkimusongelma ja kysymykset teeman ympärillä selkiytyivät tutkimuksen edetessä ja rakentuvat lopullisiksi kysymyksiksi. Miten dokumentaarinen tosi-tv merenkulusta koetaan sekä millaisena vastaajat kokevat suuren yleisön tietouden merenkulusta? Tätä kahden toisistaan (tosi-tv ja merenkulku) erillään olevan sekä myös toisilleen hyvin vieraan ympäristön väliseen vuorovaikutukseen liittyvää kysymystä voi pitää tutkielmani

varsinaisena pääkysymyksenä ja pääongelmana. Tätä kysymystä pohditaan tutkimuksessa kysymyksiin saatujen vastausten teoreettisessa valossa, omien kokemusten, kirjallisen aineiston sekä tutkimuskysymysten vastausten perusteella.

Koska aihetta ei ole aikaisemmin tutkittu valitsemallani tavalla ja näkökulmalla, tutkimukseni tukeutui tekemiini kysymyksiin sekä intuitioon. Luotin myös siihen, että tutkimuksen edetessä nousisi esiin tärkeitä asioita ja teemoja jotka ohjaisivat tutkimustani oikeaan suuntaan tutkimuksen ongelman ratkaisemiseksi. Omat subjektiiviset pohdintani ohjautuvat tutkimuksen kysymysten mukaisesti analysoiden vastaajien näkökulmia. Tutkija on aina osa tuloksiaan, ja tutkimus ymmärretään syvästi eettisenä kysymyksenä, josta eettistä ulottuvuutta ei voida irrottaa (Tuomi 2007, 50). Laajempi pohdinta ja analyysi perustuvat tutkijan omaan narratiiviseen kokemusmaailmaan. Ennen tutkimuksen lopullista aloittamispäätöstä, oli mielessäni ollut monta eri tapaa tehdä ja tuottaa mahdollisimman mielenkiintoinen tutkimus. Ongelma-analyysin tekeminen kolmen askeleen mallilla toi rytmiä ja ryhtiä työn etenemiseen sekä selkeytti kokonaisuuksien hahmottamista.

3.10 Tutkimuksen kysymykset

Tutkijalle on tärkeää käydä koko tutkimuksen problematisointivaihe lävitse ongelmineen. Monien ratkaisujen ja askelien jälkeen on ryhdyttävä miettimään tutkimuksen lopullisia kysymyksiä. Kun tutkija on päättänyt, mihin kysymyksiin hän haluaa löytää vastauksia, hänen on seuraavaksi laadittava kysymykset. Tutkimuksen kysymyksen tulee olla selkeän yksiselitteinen, täsmällinen ja perusteltu (Pihlaja 2004, 104). Tutkimuksen kysymyksiin tiivistyy koko tutkimuksen ydin ja niistä paljastuu, mitä aiotaan tutkia. Tutkimuskysymyksiä laadinta tarkoittaa samalla tutkimuksen tehtävänasettelun muotoilemista, ja kun muotoillaan tutkimuksen kysymyksiä, niin tällöin rakennetaan yhteyksiä tutkimuksen tärkeisiin elementteihin, osiin ja vaiheisiin.

Tutkimuksen kysymysten kautta muodostetaan integraatio tosi-tv:n ja merenkulun välille, jolloin myös hedelmällisesti yhdistyy oma merenkulun sekä audiovisuaalinen kokemukseni. Tutkimuksen kysymykset antavat tilaa vastaajan näkökulmille ja mahdolliselle omalle subjektiiviselle kokemukselle tosi-tv:stä sekä yleensä audiovisuaalisesta ympäristöstä. Se, millainen suhde tosi-tv:llä ja merenkululla yleensä on, riippuu yleensä vastaajan substanssiosaamisesta jompaan kumpaan tai

kumpaankin. Oleellista oli luonnollisesti, että koin kysymykset juuri oikeiksi sekä oikein asetelluiksi ajatellen tutkimuksen kokonaisuutta. Tutkimuksen kysymysten asettelulla on merkitystä siihen, miten johdattelee vastaajaa, vai haluaako johdatella laisinkaan. Tutkimuksen kysymyksiin pystyi vastaamaan lyhyesti, mutta perustelut ja näkökulmat olivat toivottavia. Taustatiedoilla on oleellinen merkitys erityisesti sen vuoksi, onko vastaajalla merenkulun koulutusta ja/tai työskenteleekö hän merenkulun parissa. Näkökulma ja kokemustausta merenkulkuun muuttavat herkästi vastausten luonnetta. Tutkimus perustuu kysymyksiin, joiden alussa selvitettiin vastaajien taustatietoja neljällä (a-d) peruskysymyksellä. Tutkimuksen oleellisia kysymyksiä oli kahdeksan (1-8).

Tutkimuksen taustakysymykset:

- a. Oletko nainen vai mies?
- b. Mihin ikäryhmään kuulut? (7-17v), (18-40v), (41-64v) tai (65-95v)
- c. Onko sinulla jonkin asteinen merenkulun koulutus? (on tai ei)
- d. Työskenteletkö merenkulun sektorilla joissain tehtävissä tai oletko työskennellyt? (kyllä tai ei)

Tutkimuksen kysymykset:

1. Millä tavoin merenkulku mielestäsi voitaisiin tuoda tunnetuksi suurelle yleisölle?
2. Oletko katsonut tv:stä tulleita tosi-tv-sarjoja kuten Poliisit, Pelastajat ja Tulli tms?
3. Kiinnostaisiko sinua katsoa tosi-tv-sarjaa merenkulun toimijoista, kuten luotsit tai jäänmurtajat?
4. Oletko sitä mieltä, että tosi-tv:n avulla ihmisten tietoutta merenkulun turvallisuustekijöistä, ekologisesta sekä kuljetustaloudellista merkityksestä voitaisiin lisätä?
5. Oletko sitä mieltä, että tosi-tv pystyisi kertomaan merenkulusta realistisesti?
6. Miksi suuren yleisön tulisi tietää mielestäsi merenkulusta enemmän?
7. Toimisiko tosi-tv myös merenkulun sektorilla toimivien yritysten ja osajien tunnettuuden mahdollisena esittelynä?
8. Oletko sitä mieltä, että tosi-tv merenkulusta vaikuttaisi nuorten ammatinvalintaan?

4 TUTKIMUSMENETELMÄ

”Kaikissa tragedioissa on ongelmien vyyhti ja ratkaisu. Aikaisemmin tapahtuneet ja jotkut juoneen sisältyvät seikat muodostavat ongelman, loppu on ratkaisua.”

(Aristoteles 335 EAA, Runousoppi 18. luku, 177.)

4.1 Eri tutkimusmenetelmiä

Tutkimusmenetelmänä voi olla kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus tai kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Kvantitatiivinen tutkimus koostuu lähinnä laajasta numeraalisesta tiedosta ja sen tuloksia voidaan havainnollistaa taulukoiden sekä kuvioiden avulla. Yleensä aineiston hankinnassa käytetään standardoituja kyselylomakkeita, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot. Tutkimuksen aineistona voivat olla myös sähköisen kyselyn aineisto, puhelinavusteisen kyselyn aineisto, mittarin antamat tulokset, valmiit tilastot ja laboratoriotulokset. (Heikkilä 2005, 16.) Kvalitatiivinen tutkimus koostuu pienestä aineistomäärästä, joka pyritään tutkimaan mahdollisimman tarkasti. Kvalitatiivisen tutkimuksen aineisto on usein tekstimuotoista. Tutkimuksen tekemisessä – niin kvalitatiivisessa kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa – oleellista on kysyä Pilatuksen tavoin, *mikä on totuus?* Totuuden etsimisessä ei olekaan oleellista se, päästäänkö lähemmäksi totuutta kvalitatiivisella vai kvantitatiivisella menetelmällä, pyrkimys on päästä sitä niin lähelle kuin mahdollista. (Metsämuuronen 2001, 18.) Aineisto voi olla tutkimusta varten kerättyä tai muuhun tarkoitukseen tuotettua kirjallisuutta, kuvallista tai äänimateriaalia. Tyypillisiä kvalitatiivisen tutkimuksen valmiita aineistoja ovat kirjeet, päiväkirjat ja omaelämäkerrat. Tutkimusta varten aineisto kerätään perinteisten lomakehaastattelujen lisäksi avoimilla haastatteluilla, teemahaastatteluilla tai ryhmäkeskusteluilla. Lisäksi haastattelija voi kerätä aineistoa tekemällä havaintoja ja osallistumalla itse tutkimansa yhteisön toimintaan. (Heikkilä 2005, 16– 17.)

4.2 Valittu tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmien avulla tutkija analysoi aineistoaan vastausten saamiseksi kysymyksiinsä. Tämä tutkimus tehtiin laadullisen eli kvalitatiivisen tutkimuksen menetelmällä. Kysely- eli survey-tutkimuksen tarkoituksena oli saada koottua tietyn kriteerein valitulta joukolta vastauksia samoihin kysymyksiin. Koska survey

tutkimuksessa käytetään kyselylomaketta, joudutaan miettimään tarkoin kyselyyn liittyvien muuttujien määrää ja sisältöä. Tutkimuksen kysymyksiin pystyi vastaamaan yksiselitteisesti yhdellä sanalla, mutta myös laajemmin lisäten omia mielipiteitä sekä ajatuksia, jos vastaaja koki sen tarpeelliseksi. Katsoin, että vastauksilla määritellyt suljetut kysymykset olisivat rajanneet liikaa opinnäytetyön viitekehyksen muodostamia mielipiteitä.

Tutkimusaineiston tiedonkeruumenetelmänä käytin postikyselyä, jonka toteutin sähköpostikyselynä. Koin, että sähköpostikysely on modernein tapa tehdä kysely valitsemaltani melko suurelta joukolta. Sähköpostikyselyn etuna on myös sen ”kohtaamisen” helppous vastaajalle, kustannustehokkuus sekä vastausten mahdollinen sähköinen käsittely lopullista analysointia varten. Laatimani tutkimuksen kysymykset kävin myös esitutkimuksen eli pilottitutkimuksen muodossa lävitse. Tutkimuksen kysymysten pilotoinnin eli koekyselyn toteutin kahdelle henkilölle ennen lopullisten kysymysten lähettämistä. Kun palaute oli positiivinen ja kysymyksiä pidettiin ymmärrettävänä, olivat sähköpostiviestit valmiit lähetäviksi. Pilottitutkimuksen tarkoituksena oli arvioida tutkimuksen kysymyksiin sisältyvien oletusteni pätevyyttä, kysymyksiin vastaamiseen menevää aikaa sekä myös testata teknisten ratkaisujen toimivuutta.

Tein tutkimuksen kysymyksistä myös strukturoidun eli niin sanotun lomakehaastattelun, jossa haastattelija esittää kysymyksiä valmiiksi luodusta kysymysluettelosta. Koin tämän metodin hyväksi mutta liikaa aikaa vieväksi sekä raskaaksi tavaksi toteuttaa tutkimus. Tutkimuskysymysten pilointi koehenkilöillä myös vahvisti itselleni muodostuneita käsityksiä ja olettamuksia tutkimuksen sekä tutkimuksen kysymysten kannalta.

4.3 Tutkimuksen aineisto

Tiedon hankkiminen, etsiminen, seulominen ja arviointi alkavat jo silloin, kun tutkimusta suunnitteleva on päättänyt alustavasti, mistä aihepiiristä tai tutkimusalueesta hän tutkimuksensa aikoo tehdä. Pihlajan mukaan (2005, 53) tutkijan on tiedettävä jotain siitä tutkimusalueesta, josta hän on tutkimusta tekemässä. Tärkeää on pystyä arvioimaan ja jäsentämään eri asioiden ja ilmiöiden välisiä yhteyksiä, joita tutkimuksen näkökulman ja teeman mukaisesta aineistosta löytyy. Tämän tutkimuksen aineistoa on metsästetty erilaisin keinoin. Tietoa on

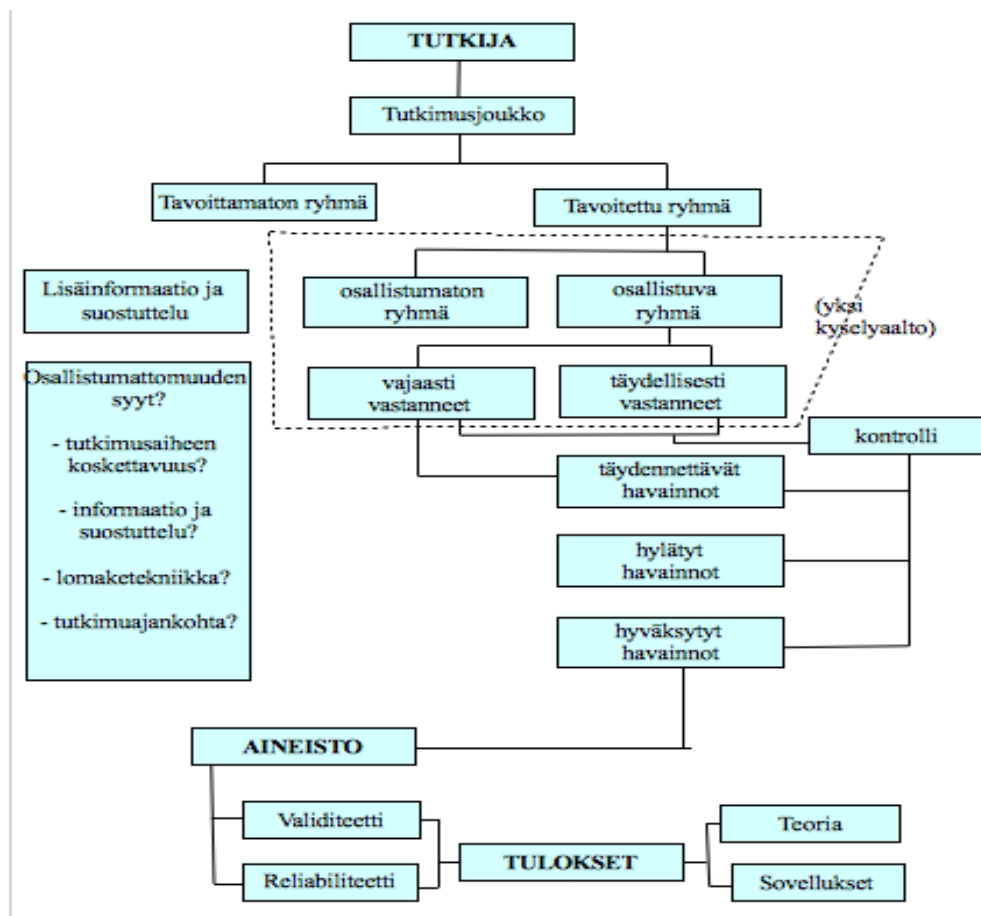
hankittu monipuolisesti eri lähteistä mutta mahdollisimman järkevästi ja kohdennettuna tutkimuksen viitekehykseen. Tutkimuksen kaikkeen aineistoon on ollut mahdollisimman analyyttinen ja kriittinen lähestymistapa. Kirjallisuus on ollut ensiarvoisen tärkeää tässä tutkimuksessa. Myös erilaiset tutkimusraportit, opinnäytetyöt ja sanomalehtiartikkelit ovat antaneet tiedonsirpaleita tutkimukselle ja tätä kautta tiivistäneet tutkimuksen ongelman asettelua ja koko tutkimusta. Internet on ollut erinomainen työkalu tiedonhakulähteenä. Kuitenkin internetistä haettuun tietoon tulee suhtautua erittäin kriittisesti sen tietojen luotettavuuden kannalta, koska internetissä on tietojen ajan tasalla pitämisen ja päivittämisen ongelma. Myös tutkimuskirjallisuuden tieto voi olla vanhaa, mutta sitä on arvioitu tämän tutkimuksen tietotarpeilla.

4.4 Kohdejoukon merkitys

Ihmisten käsitykset samastakin asiasta voivat olla hyvin erilaisia riippuen mm. iästä koulutustaustasta, kokemuksista ja sukupuolesta. Käsitys on dynaaminen ilmiö: käsitykset saattavat muuttua. Fenomenologian kannalta katsoen on olemassa vain yksi maailma, josta eri ihmiset muodostavat erilaisia käsityksiä. (Metsämuuronen 2002, 185.) Sosiaalisen taustan tai ympäristön samanlaisuutta voidaan lähestyä muillakin tavoin kuin pelkän ryhmäjäsennyden avulla. Esimerkiksi rooleja tai (vaikkapa ammattiin liittyvien) toimija-asemia tutkittaessa kysymys yhteisistä asenteista voi olla vähintään yhtä kiinnostava kuin kysymys yksilön välisistä eroista. Merenkulun sektorilla työskenneltäessä tehtävät voivat olla hyvinkin erilaiset. Suoraa suhdetta laivan käsittelyyn ei välttämättä ole, mutta työskenneltäessä esimerkiksi varustamoissa tai laivan rahtauspuolella pystyy hahmottamaan merenkulun laajempia kokonaisuuksia, esim. kuinka tavaravirrat liikkuvat logistisella tasolla, sekä ulkoisia asioita jotka vaikuttavat alusten aikatauluihin, kuten sääolosuhteet. Sukupuoli ja ikäryhmän tiedot ovat tärkeitä tulkittaessa jokaisen vastaajan argumentteja yksilönä sekä myös peilattaessa koko vastausjoukon näkökulmia jäljempänä jäsentävässä tuloksissa sekä pohdinnassa. Jokaisen vastaajan mielipiteet yksilönä perustuvat hänen kokemustaastaansa, asenteeseensa sekä mahdollisiin ennakkoluuloihin aihetta ja tutkimuksen kysymyksiä kohtaan. Kohdejoukon vastaajien argumentit ja diskursiivit antavat syvemmän käsityspohjan tutkimuksen tekijälle, jolloin lähestyminen tutkittavaa ilmiötä kohtaan kasvaa ja analyysi sekä argumentaation tarttumapinta paranee.

4.5 Tutkimuksen kohdejoukko

Tutkimuksen kohdejoukko on kolmeosainen: a) merenkulun parissa työskentelevät henkilöt b) Facebook-ystävät ja c) kolme tv-tuottajaa. Merenkulun parissa työskentelevät henkilöt koostuivat Finn-pilot Pilotage Oy:lle lähettämistä kysymyksistä, jotka kattoivat koko organisaation operatiivisella sekä hallinnollisella puolella. Kysymyksiä lähetettiin myös merenkulun eri sidosryhmissä toimiville tiedottajille ja avainhenkilöille. Facebookiin lähetin tutkimuksen kysymykset kaikille siellä oleville ystäväilleni. Facebook-ystävissä on paljon merenkulkijoita, jotka olivat lähes ainoat henkilöt, jotka myös reagoivat lähettämiini tutkimuksen kysymyksiin. TV-tuottajat työskentelevät omassa tuotantoyhtiössä ja heillä on pitkä tuotannollinen kokemus tv-tuotantojen parista. Kun tutkimukseen otettiin mukaan myös pieni joukko henkilöitä ilman merenkulun substanssiosaamista voitiin tarkastella heidän vastauksiensa suuntaa merenkulkijoihin verrattuna. Kolmen tv-tuottajan vastauksista saa yhteyden tv-tuotantoon ja sen tuomaan kokemukseen ja näkemykseen.



Kaavio 2. Sähköpostikyselyprosessi.

4.6 Tutkimuksen kysymykset

Tutkimuksen kysymykset olivat tarkkaan harkittuja ja käyty läpi useaan otteeseen. Ne oli muotoiltu mahdollisimman ymmärrettäviksi mutta myös mielenkiintoisiksi, jotta vastaajan mielenkiinto säilyisi alusta loppuun. Tutkimuskyselyyn vastaaminen oli vapaaehtoista, eikä vastaaminen velvoittanut mihinkään. Vastaaja sai itse päättää tutkimuksen jokaisen kysymyksen kohdalla, vastaako hän yhdellä sanalla vai laajemmin kysymyksiin. Mainitsin vielä saatteessa erikseen, että plussaa olisi se, jos vastaus olisi laajemmin perusteltu. Tutkimuksen kahta kysymystä lukuun ottamatta vastaaminen yhdellä sanalla oli mahdollista. Tutkimuksen vastaukset käsiteltiin anonyymisti niin, että ne eivät joutuneet ulkopuolisten henkilöiden nähtäväksi. Sähköpostikyselyssä tulee olla kuitenkin tarkkana, etteivät muiden vastaajien tiedot tule vastaanottajakenttiin näkyviin. Tutkimuksen kysymysten lähettämisessä tulee olla huolellinen sekä kaikkien mahdollisten anonyymiuden vuotojen mahdollisuudet tulee tutkia tarkkaan. Tutkimuskysymykset lähetin sähköpostilla kolmiosaiselle kohdejoukolle a) luotsauspalveluja tarjoavalle merenkulun organisaatiolle Finnpilot Pilotage Oy:lle (352) ja merenkulun sidosryhmän ihmisille (18) b) Facebookissa oleville ystäväilleni (137) sekä c) TV-tuottajille (3). Ennen Finnpilot Pilotage Oy:lle tarkoittamaani sähköpostikyselyä kysyin luvan yhtiön hallinnosta, ja luvan saatuani toteutin kyselyn omasta työsähköpostistani. Muut tutkimuskysymykset lähetin henkilökohtaisesta sähköpostiosoitteestani omalta tietokoneeltani. Ensimmäiset tutkimuskysymykset lähetin 02.09.2011 viimeiset kahden viikon viiveellä ensimmäisestä tutkimuskyselyaallostani. Vastaamisaika tutkimuksen kysymyksiin päättyi 30.09.2011.

Tutkimuskyselyn saate ja tutkimuskysymykset mahtuivat yhdelle A4:selle (liite 1). Lähettäessäni tutkimuksen kysymykset sähköpostin sekä Facebookin kautta en laittanut kyselyyn mukaan liitetiedostoja laisinkaan. Kirjoitin saateen sekä kysymykset suoraan sähköpostin ja Facebookin tekstikenttään. Ohjeistin vastaajaa klikkaamaan vastaa/tai reply-toiminnossa jolloin hän pystyi kirjoittamaan uudelle ikkunalle suoraan tutkimuskysymysten perään tai alle. Tutkimuskysymysten saateen alussa esittelin, mikä on tutkimuskyselyn aihe, sekä mikä on kyselyn tekijän tausta. Saateosassa pyrittiin myös innostamaan vastaamaan kyselyyn, ja kerroin, että vastaukset käsitellään anonyymisti. Facebookin anonyymisyys osoittautui hankalaksi, vaikka tein pilottikyselyn yhden facebook ystäväni kanssa.. Facebook sosiaalisen

median työkaluna toimii loistavasti, kun haluaa jakaa ajatuksia, haluamaansa tietoa ja kuvia kaikkine multimediamahdollisuuksineen, mutta erityisesti arkaluonteisten ja henkilökohtaisten tutkimusten tekemistä en sitä kenellekään suosittel.

Taulukko 1. Kvalitatiivinen tutkimusstrategia paradigman ja metodien suhteen (Morsen taulukko).

Strategia	Tutkimus kysymykset	Osallistujat / informantit	Otos	Aineiston keruu menetit	Tulos tyypit
Fenomenologia (tutkii ihmisten käsityksiä asioista)	Teoreettinen lähtökohta on selvittää mahdollisen merenkulusta kertovan Tosi-TV:n merkityksestä laajemmin koko merenkululle tutkimuskysymysten muodossa	a) Finnpilot Pilotage Oy ja Merenkulun sidosryhmät b) Facebook c) TV-tuottajat	Lähetetty tutkimuskysymyksiä 510 kpl	Avoin lomakekysely sähköpostilla jossa taustatiedot sekä kahdeksan tutkimuskysymystä	Analysoiva ja refleктоiva yhteenveto aineiston lopputuloksista

4.7 Tutkimuksen kysymysten vastaukset

Kokonaisuudessaan tutkimuskysely lähetettiin 510 henkilölle ja vastauksia saapui yhteensä 65 henkilöltä. Näin ollen koko tutkimuksen kyselyn vastausprosentti oli 13%. Tutkimuksen kysymykset oli lähetetty suurelle joukolle myös sen vuoksi, koska oli odotettua, että mahdollisten vastaajien aktiivisuus on heikkoa. Vastaukset olivat kuitenkin useissa tapauksissa hyvin perusteltuja, mikä taas vaikutti positiivisesti tutkimuksen tuloksiin. Tutkimuksen kohdejoukoista tuli vastauksia seuraavasti: a) Finnpilot Pilotage Oy:stä vastauksia tuli 44 ja merenkulun sidosryhmiltä 6 b) Facebook-ystäviltä 12 sekä c) TV-tuottajajilta 3. Kaikkien vastaukset saapuivat tietokoneelleni, josta sain ne analysoitavaksi itselleni. Sähköposti oli selkeästi parempi tapa lähettää tutkimuskysymykset vastaajille kuin Facebook. Oman työnantajayritykseni Finnpilot Pilotage Oy:lle koko henkilöstölle lähettämäni kyselyn vastausten määrä oli minulle pettymys. Olin uskonut, että kiinnostus olisi ollut korkeampi. Ehkä tosi-tv koettiin vieraaksi ympäristöksi merenkulun yhteydessä, eikä osattu tai haluttu lähteä asiaa sen enempää pohtimaan. Toisaalta myös työ voi olla niin hektistä, että siihen ei vaan mahdu erilaisiin kyselyihin vastaaminen. Itsekin olen jättänyt vastaamatta silloin, kun ei yksinkertaisesti ole voimia liikaa miettiä mitään

ulkopuolisia asioita. Facebook taas sosiaalisena mediana koetaan ehkä subjektiivisesti niin hektisenä ympäristönä, että tutkimuskysymyksiin ei jakseta paneutua. Ihmiset eivät yksinkertaisesti jaksa miettiä mitään vakavampana pitämäänsä asiaa Facebookissa. Olin kuitenkin yllättynyt Facebookin vastausprosentin vähyydestä. Uskoin, että Facebook-ystäväni olisivat kokeneet vastaamisen merkitykselliseksi minulle ja sitä kautta osallistuneet tutkimukseen vastaamalla aktiivisemmin. Kaikki tuottajat vastasivat kyselyyn, mikä oli erittäin positiivista. Erityisen tärkeinä pidän kolmelle toisistaan riippumattomalle tuottajalle lähettämäni kyselyyn saamiani vastauksia. Näillä tuottajilla on vahva yhteys televisioon ja kokemusta erilaisten dokumentaaristen realitysarjojen luomisesta käytännössä. Näkemykset tulevat näin suoraan audiovisuaalisen valtamedian ytimeistä eli tv:stä. Näiden tuottajien vastaukset analysoin erikseen purettaessa jokaista tutkimuskysymystä.

Taulukko 2. Tutkimuksen vastausmäärät ja prosentit.

	a) Finnpiilot Pilotage Oy	Merenkulun sidosryhmä	b) Facebook	c) TV- tuottajat	YHTEENSÄ
vastaanottajia	352	18	137	3	510
vastaajia	44	6	12	3	65
vastausprosentti	12,5%	33%	9%	100%	13%

4.8 Aineiston käsittely ja analysointi

Olin pyrkinyt siihen, että saisin useita kymmeniä vastauksia, joten vastausten määrässä antamani tavoite näin toteutui. Tutkimuksessa vastauksia kertyi fenomenologisista lähtökohdista ajatellen paljon, joten syntynyttä aineistoa piti lähestyä kokonaisvaltaisesti. Tärkeätä aineiston käsittelyssä oli tehdä merkintöjä siitä, mitä asiaa tai aihepiiriä vastaaja missäkin kysymyksessä käsittelee. Samalla kirjoitin vastauksista muistiinpanoja vastausten luonteesta liittyen tutkimuksen kysymyksen numeroon. Vastausten pohjalta syntyi raakamateriaalia vastausten teemojen mukaan litteroituna noin 20 A4-liuskaa. Jokaisen vastaajan jokainen vastaus oli merkityksellinen muodostaen oman subjektiivisen näkemyksen. Havainnollistamaan vastausten kokonaisuuksia tehtiin graafinen esitys, jossa vastaukset koottiin sekä jaettiin vastausten perusteella omaksi kollektiiviseksi osamerkitykseksi teeman

mukaan. Konkreettisesti rikkaita kirjallisia vastauksia, joissa herää spekulatioita, on poimittu tarkemman analyysin kohteeksi osaksi tutkimuksen kirjallista kokonaisuutta. Tutkimuksen jokaisen kysymyksen purkaminen graafisen esityksen sekä vastausten muodossa mahdollistaa myös pääsyn käsiksi olennaiseen, mikä taas johtaa diskursianalyysin kautta fenomenologiseen ilmiöiden käsitteelliseen jäsentämiseen pohdinta osiossa.

Tutkimusmenetelmän tukena toimivat havainnollistavat graafiset kuviot, kuten pylväsdiagrammit sekä graafiset määreympyrät. Graafisten kuvioden tarkoitus on visuaalisesti havainnollistaa ja helpottaa oleellisen informaation hahmottamista jokaisen tutkimuskysymyksen kohdalla. Kuvioden tekemisen taustalla on tietty näkökulma ja asteikko sekä tarkasteltavat muuttujat. Graafiset kuviot ovat absoluuttisia vain taustakysymysten osalta, mutta oleellisten tutkimuskysymysten osalta jokaisesta vastauksesta löytyi sille kuuluva mediaaninen teemajoukko.

Tutkijan itsensä paradigmat eli perususkomusten joukko tutkijan maailmankuvassa tulee ottaa myös tutkimuksessa huomioon. Paradigma viittaa tieteellistä toimintaa ohjaaviin ajatuskulkuihin tutkijalla sekä muihin tiedollisiin näkökulmiin, joita tutkijalla muodostuu tutkimuksen viitekehystä. Tutkimuskysymysten vastaajat ovat tekijälle tuttuja tai vähemmän tuttuja useimmiten merenkulun yhteyksistä. Useat vastaajat eivät ole tutkimuksen tekijää tavanneet mutta mahdollisesti lukeneet tutkijan kirjoittamia lehtiartikkeleja sekä muodostaneet niiden perusteella käsityksen tutkimuksen tekijästä. Valtaosalla vastaajista on sama koulutus ja työelämätausta kuin tutkimuksen tekijällä. Vastausjoukossa on myös henkilöitä, jotka työskentelevät merenkulun sidosryhmissä hallinnollisissa tai viestinnällisissä tehtävissä. Useilla on vähintään jonkinasteinen merenkulun perustutkinto. Toisaalta on myös henkilöitä, jotka ovat kaupallisen tai viestinnällisen koulutuksen saatuaan erikoistuneet merenkulun tavaravirtojen hallintaan sekä bisnekseen.

4.9 Diskurssianalyysi

Diskurssianalyysi on laadullinen menetelmä, jonka avulla syvennyttään kielenkäytön ja viestinnän tuottamiin merkityksiin, niihin liittyviin konteksteihin ja prosesseihin sekä merkitysten tuottamisen käytänteisiin. Diskurssianalyysissä pyritään hahmottamaan ja erittelemään erilaisia merkityksellistämisen kiteytyksiä, verkostoja ja tapoja tutkimusaineistosta. Diskurssianalyysiin liittyy tutkimusmenetelmänä erilaisia

lähtökohtia ja tieteenalakohtaisia sovelluksia. Toiset orientaatiot korostavat esimerkiksi tarkkaa kielen, keskustelun ja vuorovaikutuksen analyysiä, toiset taas muun muassa merkitysten intertekstuaalisuutta, genrejen ja diskurssien suhdetta vuorovaikutustilanteeseen ja laajemmin historialliseen ja sosiaaliseen tilanteeseen ja prosesseihin. (Jyväskylän yliopisto www-sivut 2012.) Diskurssianalyysi on viimeisen vuosikymmenen aikana purkanut yleisösubjektin mieltymyksineen ja mielipiteineen erilaisten diskursiivisten juonteiden leikkauspisteeksi. Erityisesti tuottavan tietovallan oletuksesta lähtevässä diskurssiteoreettisessa tutkimuksessa on kokonaan luovuttu ajatuksesta, että olisi ylipäätään olemassa jokin autenttinen ja vallan ulkopuolelle jäävä yleisöys. Tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että aitoa ja autenttista yleisön mielipidettä ei saada selville edes kysymällä asiaa syvähaastatteluissa yleisön jäseniltä itseltään – vastaukset kertovat enemmän yhteiskunnasta, kulttuurista, elämäntavasta ja olemassa olevasta ohjelmatarjonnasta kuin yleisöydestä erillisenä ilmiönä. Lopullinen totuus yleisöjen mielipiteistä ja mieltymyksistä ei löydy myöskään yleisömittauksissa, jotka mittaavat toteutuneita kulutusvalintoja, sillä mittauksissa yleisöys muodostuu aina suhteessa jo olemassa olevaan tarjontaan. (Ala-Fossi ym. 2008, 232.) Diskurssianlyysissä korostetaan tutkijan asemaa aktiivisena tulkinnan tekijänä, ei vain tutkimuksen yhtenä osatekijänä. Tutkija on yhtä aikaa tulkitsija ja myös tutkittavasta kohteesta käytävään keskusteluun osallistuja. Tällöin näkökulma ja lähestymistapa tutkimuksen vastauksiin perustuu aineiston yksityiskohtaiseen analyysiin.

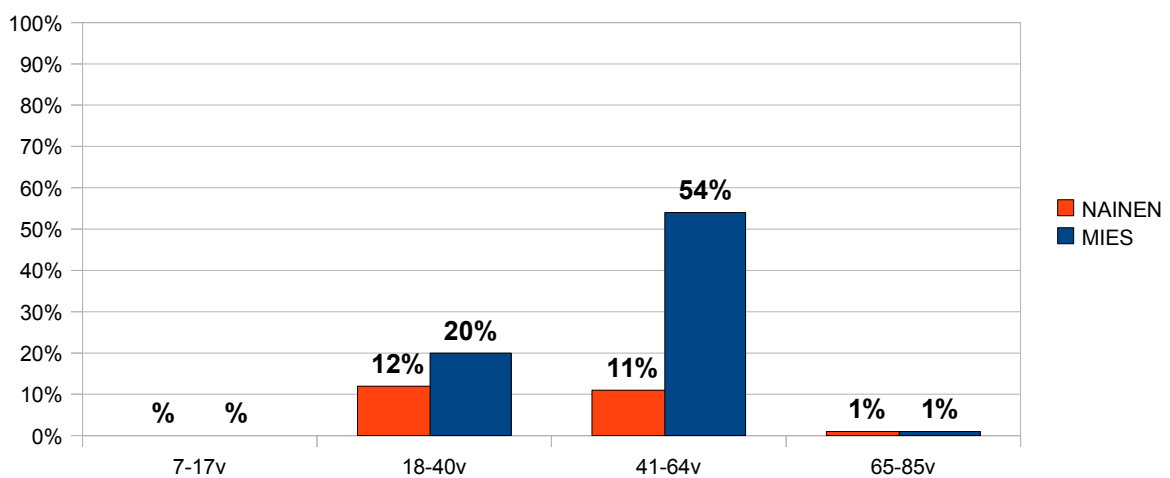
5 TULOKSET

”Jos olemattomuus olisi olemassa, niin mitä todellista siitä voisi sanoa”
(Melissos 470 EAA, 12).

5.1 Taustatiedot a - b

a. Oletko nainen vai mies?

b. Mihin ikäryhmään kuulut? (7-17v), (18-40v), (41-64v) tai (65-95v)



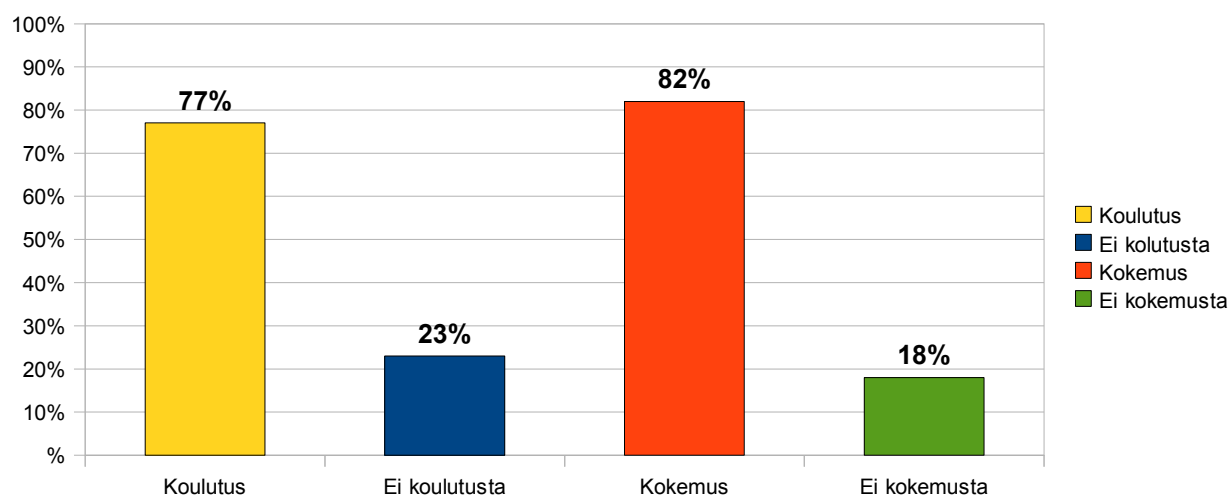
Grafiikka 1. Taustakysymykset a - b

Yhteensä vastauksia tutkimuskyselyyn tuli 65. Tutkimuksen vastausprosentti oli 13 %. Vastaajista 16 oli naisia ja 49 miehiä. Prosentuaalisesti miehiä oli 75 %, ja naisia 25 %. Tutkimuskysely oli suunnattu vahvasti merenkulun sektorille, jossa on suhteellisesti enemmän miehiä töissä. Vastausten sukupuolijakauma tuki myös tätä asiaa. Vastaajista yli puolet eli 54 % oli 41-64 -vuotiaita miehiä. Toiseksi suurimpana ikäryhmänä olivat 18-40 -vuotiaat miehet 20 %:lla. Naisia vastasi lähes yhtä paljon 18-40 -vuotiaista, 12 % ja 41-64 -vuotiaista, 11 %. Vastaajien ikä oli yhtä vastaajaa (65-85 v) lukuun ottamatta 18-64 vuotta.

5.2 Taustatiedot c - d

c. Onko sinulla jonkin asteinen merenkulun koulutus? (on tai ei)

d. Työskenteletkö merenkulun sektorilla joissain tehtävissä tai oletko työskennellyt? (kyllä tai ei)



Grafiikka 2. Taustakysymykset c - d

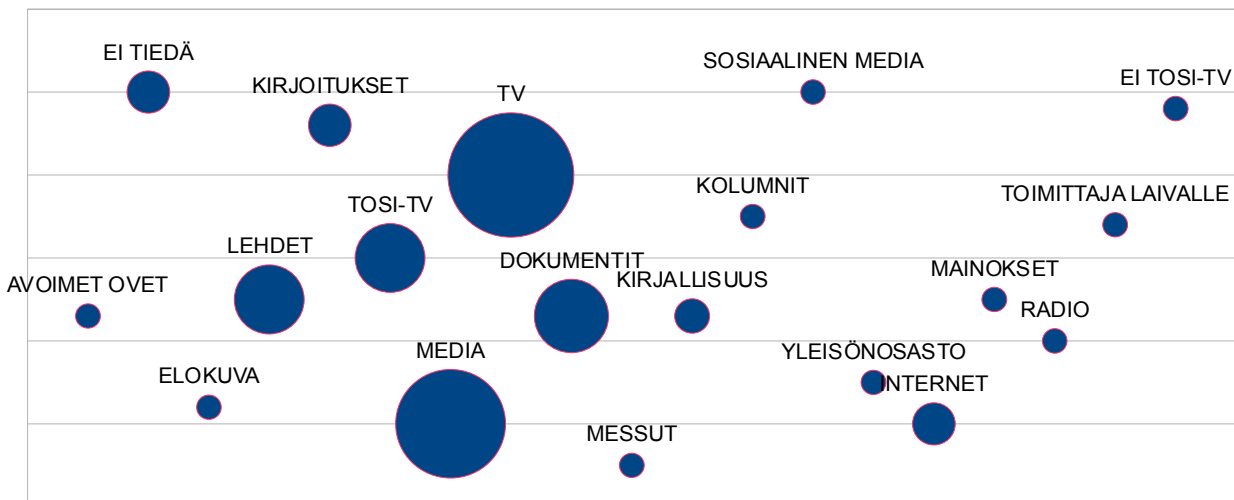
Kaikista vastaajista (65) jonkinasteinen merenkulun koulutus oli 50:llä eli 77 %:lla. Merenkulun sektorilla työskentelee tai on työskennellyt 53 vastaajaa eli 82 %. Tämä kertoo, että ilman minkäänlaista merenkulun koulutusta oli 23 % tai ilman työkokemusta merenkulun sektorilta oli 18 %. Siis kaikista vastanneista ei ole minkäänlaista merenkulun koulutusta tai kokemusta 12 vastaajalla. Tämä osoittaa selkeästi tutkimuskyselyn otannan kohteen sekä sen, minkä asteinen substanssiosaaminen vastausjoukolla on merenkulkuun. Tutkimuskyselyyn oli tarkoituksella pyritty myös saamaan henkilöitä, joilla ei ole minkäänlaista kokemusta merenkulusta. Tämä antaa perspektiiviä kokonaisuuksiin sekä kasvattaa mielenkiintoa analysoinnissa vastaajien argumentteja kohtaan.

5.3 Tutkimuskysymys 1

1. Millä tavoin merenkulku mielestäsi voitaisiin tuoda tunnetuksi suurelle yleisölle?

Tutkimuksen ensimmäiseen kysymykseen haettiin vastauksia siitä, miten kunkin vastaajan mielestä merenkulku voitaisiin tuoda tunnetuksi suurelle yleisölle. Ensimmäisen kysymyksen tarkoituksena oli saada vastaaja pohtimaan erilaisia mahdollisuuksia ja tapoja, jotka toimisivat merenkulun ulkoisen viestinnän lähteenä. Kysymyksen asettelussa ei haluttu puhua ulkoisesta viestinnästä, sillä se olisi mahdollisesti rajoittanut vastaajien ajatuksia miettimään epäoleellista. Ensimmäisen kysymyksen tarkoituksena oli myös virittää vastaaja ajattelemaan laajasti tutkimuksen aihetta ja erilaisia näkökulmia seuraavia kysymyksiä ajatellen.

Vastausten pohjalta kehitin ”ympyrämääreavaruuden”, jonka tarkoituksena on esittää vastausten pääkohdat kysymyksen asiayhteydessä esiintymistiheyden mukaan mahdollisimman selkeästi. Jokaisen ympyrän koko määräytyy sen mukaan, kuinka monta kertaa ympyrän yläpuolella oleva asia on esiintynyt tutkimuskysymysten vastauksissa. Ympyrämääreiden pysty/tai vaakasijoittumisella ei ole mitään merkitystä kokonaisuuksiin. Vastauksissa ei esiintynyt välttämättä suoraan tässä olevia ympyrämääreiden nimikkeitä, mutta jokaisesta vastauksesta pystyi löytämään olennaisen ja kategorioimaan sen omaan teemaan sekä ympyrämääreeseen. Havainnollistaakseni vastauksia ympyrämääreenä esimerkiksi radion esiintymistiheys vastauksissa oli 1 ja median esiintymistiheys 16.



Grafikka 3. Tutkimuskysymys 1

Enemmän artikkeleita lehtiin, enemmän tv-dokumentteja alalta ja sen vaikutuksesta ihmisten joka päiväiseen elämään. Mitä jos ei olisi merenkulkua ja/tai -kulkijoita. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Merenkulun pitäisi "jalkautua". (Nainen, 41-64, merenkulun sektorilla työskentelevä)

Mediaa hyväksi käyttäen myös positiivisessa mielessä ei ainoastaan onnettomuuksien kautta. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Ikävä kyllä paras tapa olisi negatiivinen julkisuus (onnettomuudet yms.), jota merenkulun pitää välttää. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Median kautta, toimittaja mukaan laivaan. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Kolumneja, onnettomuustutkintakertomuksia (mehevästi), yleisönosastokirjoituksia lehtiin, napakoita ohjelmia televisioon. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Nykyisin hyvin suosittuja ovat eri ammateista kertovat tosi-tv ohjelmat. Joitakin merenkulkuun liittyviä sarjoja pyöriikin kaupallisilla kanavilla. Esim. Laivakokin matkassa ja ehkä suosituin ravunpyytäjistä kertova tosi-tv. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Kertomalla tosiasioita siitä miksi esim. luotseja tarvitaan, mielellään jotenkin niin ettei kerronta ole liian "kuivaa" ns kapulakieltä jolloin kukaan ei sitä lue/kuuntele. (Nainen, 41-64, ei merenkulun kokemusta)

TV, sanoma/aikakauslehdet. Uutiset/dokumentit. Kirjallisuus (Vares merille!) Elokuva. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Täytyy käyttää monia tapoja suunnitelmallisesti ja pitkäjänteisesti. Mikään yksittäinen tapa ei ole ratkaisu. Tunnettuuskampanjaan täytyy saada mukaan kiikki toimijat, määritellä tavoitteet ja aikataulu sekä vastuualueet. Kyse normaalisti viestintä / markkinointitoiminnasta, jota alan ammattilaiset hoitavat muillakin aloilla. Eli ensin täytyy olla tahtotila, sitten on haluttava panostaa tavoitteisiin pitkäjänteisesti! HUOM! Viestintä/markkinointiammattilaiset eivät kuitenkaan saa aikaan mitään merkittävää, ellei alan johto (tai jokin yhteiselin) sitoudu asiaan ja ole halukas sitä jatkuvasti pohtimaan ja kehittämään. (Nainen, 18-40, ei merenkulun kokemusta)

Media, messut ym. vastaavat tapahtumat joissa on paljon yleisöä esim. meripäivät. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Sekä sähköinen että paperimedia alla toimivien sidosryhmien toimesta. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Ensimmäiseksi tulee mieleen televisiosarjan käyttömahdollisuus. Luonnollisesti myös kirjallisuuden kautta (esimerkiksi Juha Lehtolan mainostaminen) ja internetin välityksellä. (Mies, 18-40, merenkulun ammattilainen)

Arkireality. (TV-Tuottaja 1)

Mediaa laajasti hyödyntämällä, tarinoiden ja ihmisten kautta. (TV-Tuottaja 2)

Hyvä TV-sarjadokumentti yhdestä tai useammasta merenkulun ammattiryhmästä. (TV-Tuottaja 3)

Prosentuaalista laskentaa vastauksien perusteella ei tehty, vaan vastaukset litteroitiin omiksi ryhmiksi ja sijoitettiin ympyrämääreavaruuteen mainintojen lukumäärän perusteella. Suurin ympyrämääre sai eniten mainintoja ja pienimmät vähiten.

Vastauksissa ilmenee hyvin erilaisia tapoja tuoda merenkulkua enemmän esille. Päälimmäisenä ja suurimpana mahdollisuutena on nähty televisio ja media sen käsitteen laajemmassa merkityksessä, kuten printtimedia ja sosiaalinen media. Merenkulusta tehtyjä sarjoja on nähty taivaskanavilta, ja useissa vastauksissa mainitaankin, että Suomessa dokumentaarinen tosi-tv-ohjelmasarja esimerkiksi luotsauksesta olisi mahdollinen kanava merenkulun ulkoiselle informaatiolle. Esiin tulevat selvästi myös dokumentit sekä kirjallisuus. Yhden vastaajan mukaan tunnettavuuskampanjaan tulisi saada mukaan kaikki merenkulun toimijat. Kampanjalle tulisi selkeästi määritellä tavoitteet sekä aikataulu sekä vastuuhenkilöt, eli ensin täytyy olla tahtotila, minkä jälkeen tarvitsee panostaa pitkäjänteisesti. Merellä tapahtuneet onnettomuudet ja niiden kautta tulevat uutisoinnit on koettu keinoksi saada näkyvyyttä suurelle yleisölle. Onnettomuuksien ja katastrofien kautta tapahtuvan vuorovaikutuksen todetaan kuitenkin lähes poikkeuksetta olevan ennalta arvaamatonta ja tahatonta sekä myös usein negatiivista mainosta merenkululle. Painavana asiana koettiin myös, että pystyttäisiin kertomaan tosiasioita merenkulusta ja mahdollisimman realistisesti.

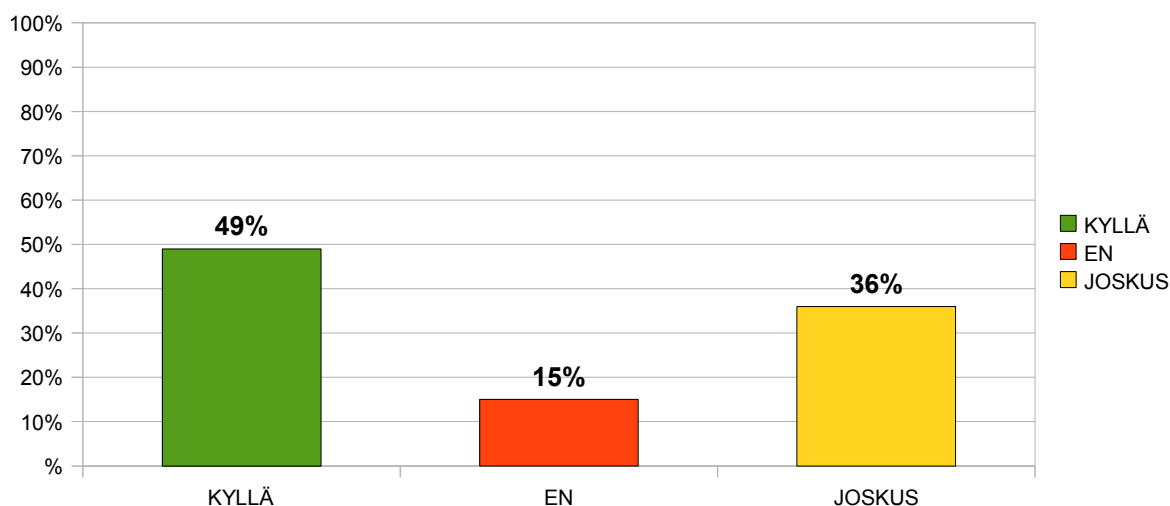
Toimittajan mukaan ottaminen laivalle mahdollistaisi juttujen kautta kertomuksia merenkulusta. Toisaalta juttujen tulisi olla realistisia, mutta myös kiinnostavia lukijalle. Jotta merenkulkua voitaisiin markkinoida suunnitelmallisesti ja pitkäjänteisesti, tulee siihen olla selkeä strategia. Kirjallisuuden kautta muistettiin kirjailija/merenkulkija Juha Lehtola, joka kuvaa luontevasti sekä realistisen värikkäästi merenkulkijan elämää. Internet koettiin myös luonnolliseksi ja nykyaikaiseksi tavaksi lähestyä suurta yleisöä. Elokuvien kautta ehdotettiin ”Varesta” merelle. Kerronnan toivottiin olevan yleensäkin värikästä eikä ns. kuivaa kapulakieltä. Kolumnit ja yleisönosastokirjoitukset ovat napakoita lähestymiskeinoja tosi-tv:n ja dokumenttien ohella. Suuri kysymys oli, mitä jos ei olisi merenkulkua ja merenkulkijoita. Yksi tv-tuottaja piti arkirealityä parhaana keinona tuoda merenkulku esiin suurelle yleisölle, kun taas toinen tuottaja korosti mediaa yleensä, mediaa yleisesti hyväksi käyttämällä tarinoiden ja ihmisten kautta. Kolmas tuottaja näki hyvän tv-sarjadokumentin yhdestä tai useimmista merenkulun toimijasta erinomaisena merenkulun tunnettavuuden edistäjänä.

5.4 Tutkimuskysymys 2

2. Oletko katsonut tv:stä tulleita tosi-tv sarjoja kuten Poliisit, Pelastajat ja Tulli tms?

Poliisit on suomalainen dokumentaarinen televisiosarja, joka kuvaa dokumentaarisesti poliisin työtä ja sitä, mitä poliisipartio voi kohdata kohdata Suomen suurimmissa kaupungeissa. Pelastajat on taas dokumentaarinen tv-sarja, joka kuvaa todellista palo- ja pelastusaseman arkea kaikessa sen hektisyydessä ja dramaattisuudessa. Tulli-sarjassa taas päästään kurkistamaan tullimiesten ja -naisten mielenkiintoiseen työhön. Tulli-sarjassa seurataan maa-, meri- ja lentotullin sekä Vaalimaan raja-aseman toimintaa.

Tutkimuskysymyksen tarkastelun painopisteenä on kartoittaa, kuinka paljon ja mitä eri tosi-tv-sarjoja televisiosta vastaajat katsovat. Kysymyksen tarkoituksena on vastausten perusteella havainnoida, miten tosi-tv:seen suhtaudutaan sekä kuinka tosi-tv koetaan tapana tuoda merenkulku tunnetuksi suurelle yleisölle. Sarjojen seuraaminen edes vähän antaa jokaiselle katsojalle subjektiivisen katsojakokemuksen, jossa heijastuvat katsojan omakohtainen subjektiivinen näkemys ammattiryhmän työstä siihen, kuinka tosi-tv esimerkiksi Poliiseista on toteutettu. Tämä taas voi vaikuttaa vahvasti siihen, kuinka vastaaja kokee merenkulusta tehtävän tosi-tv ohjelmasarjan.



Grafiikka 4. Tutkimuskysymys 2

Katson tosi vähän telkkaria mutta olen joskus katsonut ko. ohjelmia, tosin aika vähäisiä määriä. (Mies, 18-40, merenkulun ammattilainen)

Vain satunnaisesti. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Satunnaisesti, erinomaisia ovat mm, los angelesin satama, hengenvaarallinen saalis. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Kyllä, poliisit on paras. (Mies, 18-40, merenkulun ammattilainen)

Kyllä. Varsinkin poliisit ja pelastajat sarja on ollut erittäin hyvin toteutettua ja ne varmasti vaikuttavat alalle hakijoiden määrään. (Mies, 18-40, merenkulun ammattilainen)

Silloin tällöin, jos tv ollut auki. (Nainen, 41-64, ei merenkulun kokemusta)

Katson vähän telkkaria. (TV-Tuottaja 1)

Olen. (TV-Tuottaja 2)

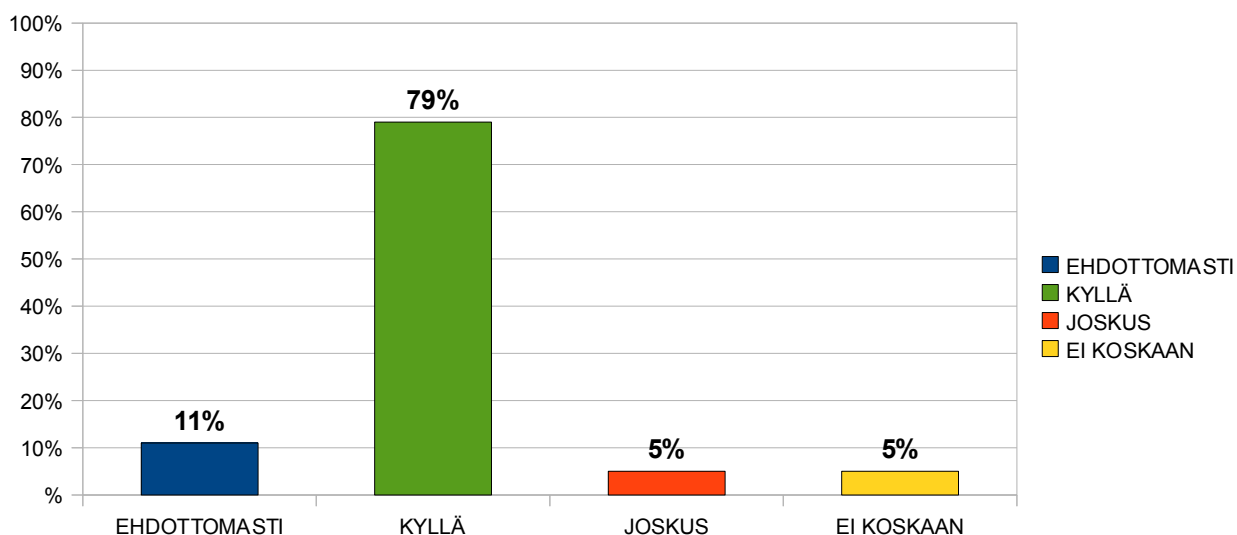
Kyllä. (TV-tuottaja 3)

Vastauksista 49 % oli katsojakokemusta tosi-tv-sarjoista, kun taas 36 % ilmoitti, että katsoo joskus tosi-tv sarjoja. 15 % vastaajista ilmoitti ettei katso laisinkaan tosi-tv:tä. Osassa vastauksissa oli perusteltu, miten ja kuinka paljon tosi-tv-sarjoja katsoi. TV-käyttäytymisestä ilmeni, että tosi-tv-sarjoja katsotaan myös melko usein satunnaisesti television ollessa päällä. Toisilla oli selvä mielipide siitä, mikä sarjoista on paras ja mitkä sarjat ovat erinomaisesti toteutettuja. Yksi vastaaja koki Poliisit tosi-tv-sarjan parhaaksi. Eräs vastaaja kertoi varsinkin Poliisit ja Pelastajat sarjan erittäin hyvin toteutetuksi, ja uskoi ohjelmien varmasti vaikuttaneen alalle hakeutujien määrään. Muutamat ulkomaiset sarjat pidettiin myös erinomaisesti toteutetuiksi kokonaisuuksiksi. tv-tuottajat ovat katsooneet tosi-tv:tä. Yksi tuottaja kertoi kuitenkin katsovansa vähän televisiota.

5.5 Tutkimuskysymys 3

3. Kiinnostaisiko sinua katsoa tosi-tv -sarjaa merenkulun toimijoista kuten Luotsit tai Jäänmurtajat?

Tutkimuksen kolmanteen kysymykseen haettiin vastauksia siitä voisiko itse merenkulkijoista olla kiinnostavaa katsoa tosi-tv-sarjaa merenkulusta. Toisen kysymyksen jälkeen vastaajan näkökulma muuttuu merenkulkijoiden kohdalla oman alansa mahdolliseen esittämiseen televisiossa. Kysymyksen tarkoituksena on asettaa hypoteettinen mahdollisuus siitä, että merenkulkijoista kertova dokumentaarinen tosi-tv-sarja olisi tulossa. Voisiko luotseista tai jäänmurtaajista saada niin kiinnostavaa ohjelmaa televisioon, että sitä haluaisi katsoa.



Grafiikka 5. Tutkimuskysymys 3

Voisi olla näin ammattilaisen näkökulmasta ihan mielenkiintoista, näkisi että koheltaako joku muukin työelämässä yhtä lahjakkaasti kuin minä. (Mies, 18-40, merenkulun ammattilainen)

Kyllä ja odotan innolla. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Ehdottomasti. Moderni tapa viestittää ja kehittää imagoa. (Nainen, 41-64, työskentelee merenkulun sektorilla)

Ei. (Mies, 18-40, merenkulun ammattilainen)

Tulisi varmaan katsottua, ainakin satunnaisesti. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Ehdottomasti, vauhdikkaaksi ammattitaidolla, innolla ja paneutumisella tehtyjä ohjelmia. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Mahdollisesti, toisaalta myöskin hyvin tehty pisteohjelma olisi minusta mielenkiintoinen. (Nainen, 18-40, ei merenkulun kokemusta)

Riippuu täysin siitä, kuinka hyvin ja ammattimaisesti sarja tehty. Huonosti tehty sarja voi tehdä hallaa mille tahansa asialle. (Nainen, 18-40, ei merenkulun kokemusta)

Ei, suhteellisen monotooninen ohjelma. vertaa puhelinluettelo, paljon henkilöitä ja heikko juoni. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Ilman muuta kiinnostaisi! (Nainen, 41-64, työskentelee merenkulun sektorilla)

Kyllä. (TV-Tuottaja 1)

Kyllä.(TV-Tuottaja 2)

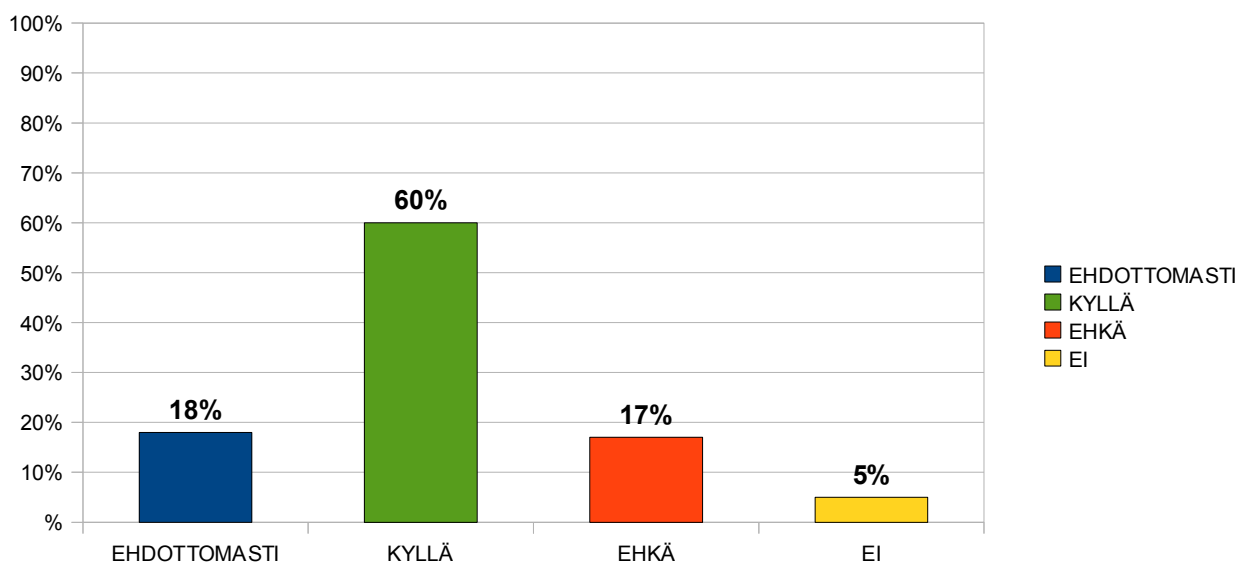
Kyllä. Totta kai. (TV-Tuottaja 3)

Selvä enemmistö 79 % haluaisi katsoa tosi-tv-sarjaa merenkulusta ja 11 % haluaisi katsoa ehdottomasti tosi-tv-sarjaa merenkulusta. Kaikista vastanneista 5 % haluaisi joskus katsoa sekä 5 % ei haluaisi katsoa koskaan tosi-tv sarjaa merenkulusta. Yhtä vastaajaa kiinnostaisi nähdä televisiosta koheltaisiko joku töissä yhtä paljon kuin hän. Yksi vastaaja koki tosi-tv:n moderniksi tavaksi viestittää sekä kehittää merenkulun imagoa. Yhtenä mahdollisuutena nähtiin hyvin tehty pisteohjelma. Tärkeäksi koettiin myös se, että ohjelma tehtäisiin vahvalla ja osaavalla ammattitaidolla. Merkityksellistä olisi myös tuotantoyhtiön paneutuminen ohjelman tekemisessä. Huonosti tehdyn ohjelman uskottiin voivan tuovan hallaa alalle. Joissain vastauksissa oli innokasta odotusta päästä näkemään mahdollista sarjaa tai sarjoja merenkulusta. Toisaalta yksi vastaaja koki mahdollisen ohjelman merenkulusta monotoniseksi kokonaisuudeksi, jota voi verrata puhelinluetteloon, paljon henkilöitä ja heikko juoni. Kaikki kolme tv-uottajaa vastasivat tutkimuskysymykseen yksimielisesti, ”kyllä kiinnostaisi” ja ”totta kai katsoisin”.

5.6 Tutkimuskysymys 4

4. Oletko sitä mieltä, että tosi-tv:n avulla ihmisten tietoutta merenkulun turvallisuustekijöistä, ekologisesta sekä kuljetustaloudellista merkityksestä voitaisiin lisätä?

Neljännän kysymyksen asettelu painottuu merenkulun erilaisiin konkreettisiin merkityksiin ympäristössä ja yhteiskunnassa. Useat vastaajat ymmärtävät pääosin työnsä puolesta, että merenkulusta saadaan yhteiskunnallisesti ja ekologisesti merkittävää hyötyä. Mutta voisiko tätä tietoutta saada viestitettyä suurelle yleisölle dokumentaarisen tosi-tv:n kautta. Tuottajien vastauksilla on erityinen merkitys sillä he ovat tehneet tosi-tv:tä ja miten he näkevät tietyn asteisen tiedotuksen mahdollisuuden tosi-tv:ssä.



Grafiikka 6. Tutkimuskysymys 4

Riippuu niin paljon siitä että miten ohjelma on tehty. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

En usko. Tosi- tv tahtoo painottua viihteellisyyteen ja eri henkilöhahmoihin jotka nostetaan jalustalle jotta voidaan repiä alas. Ja lehtiön otsikot myy... Tv:n tuotantopuolella tulisi olla ihmisiä jotka ovat seilanneet. Esim laivan päällä tapahtuvaa kuvausta/haastattelua tekevän ihmisen jotta saataisiin edes jotain järkevää irti. (Mies, 18-40, merenkulun ammattilainen)

Varmasti jos vain saadaan jotkut tahot tekemään ja vapaaehtoiset kameran eteen. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Kyllä. Ylipäättään mediat paremmin käyttöön eikä vain työmarkkina -asioissa. (Nainen, 41-64, työskentelee merenkulun sektorilla)

Ehkä, mutta ei liioittelevaan Amerikkalaiseen tyyliin. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Asia on hiukan vaikea, sillä jos katsoja ei ole ennen ollut edes komentosillalla eikä ymmärrä työtä mitä siellä tehdään, miten huomio saadaan kiinnitettyä turvallisuuteen tai ekologisuuteen? Toki se kai on mahdollista, mutta vaatii ohjelman tekijöiltä kyllä normaalista poikkeavaa tapaa esitellä asioita. Luotsin työ itsessään on sitä turvallisuutta. (Mies, 18-40, merenkulun ammattilainen)

En. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Ihmiset suhtautuvat Tosi-TV:oon lähinnä viihteenä. Hyvin toteutettuna voisi lisätä kiinnostusta ja ymmärrystä merenkulkua kohtaan. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Turvallisuustekijöistä ainakin. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Ehdottomasti kyllä. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Kyllä. Käsikirjoituksella suuri merkitys. Tosi-tv -idea kärsii, jos action katoaa. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Aivan varmasti, sillä monet eivät vain yksinkertaisesti ole koskaan tulleet ajatelleeksi merenkulussa muita ammatteja kuin juoppo merimies, ampiaisia vääntävä baaritarjoilija ja ”herra Stig Ombord” upeassa univormussaan. (Nainen, 41-64, työskentelee merenkulun sektorilla)

Kyllä. (TV-Tuottaja 1)

Varmasti osittain. (TV-Tuottaja 2)

Kyllä. (TV-Tuottaja 3)

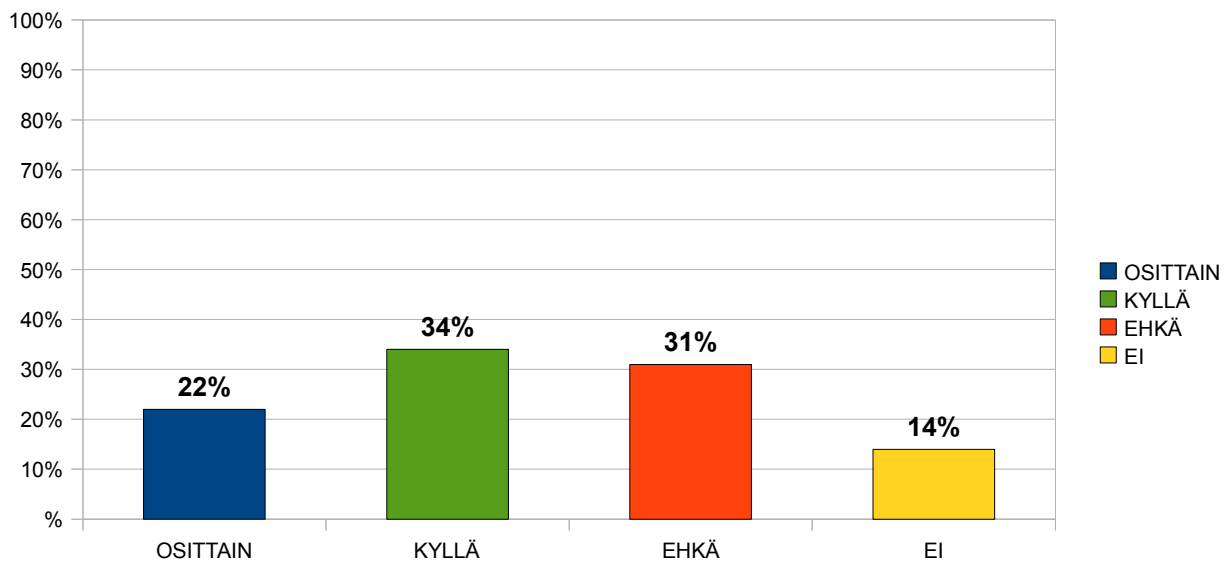
Kaikista vastaajista vastasi 60 % kyllä ja ehdottomasti vaikuttaisi 18 %, ehkä vaikuttaisi vastasi 17 %. Vain 5 % ei usko, että merenkulusta kertova tosi-tv-ohjelmasarja vaikuttaisi laisinkaan merenkulun turvallisuus-, ekologisen sekä kuljetustaloudellisen merkityksen tietouden lisääntymiseen suurella yleisöllä. Kysymys koettiin joissain vastauksissa hiukan vaikeaksi. Pohdittiin sitä, kuinka voi saada katsojan huomion turvallisuuteen tai ekologisuuteen, jos ei ymmärrä työtä eikä ole käynyt laivan komentosillalla. Vastauksissa kuitenkin uskottiin tiedotuksen olevan mahdollista. Merkitystä koettiin olevan sillä, miten ohjelma olisi tehty ja millaisia asioita ohjelmassa nostettaisiin esille. Yksi vastaajista ei usko viestin menevän perille. Uskottiin tosi-tv:n painottuvan vain viihteellisyyteen ja nostavan eri henkilöitä jalustalle, repiäkseen ne sitten siltä alas – ja lehdistö myy. Vastaajan mukaan television tuotantopuolella tulisi olla henkilöitä jotka ovat olleet merillä töissä. Useammalla

vastaajalla herää epäilyksiä siitä pystyykö tuotantoyhtiö toteuttamaan realistisesti kuvaukset ja haastattelut, jos heillä ei ole minkäänlaista kokemusta merenkulusta. Laivan komentosilta voi olla outo paikka jos siellä ei ole koskaan käynyt. Eräs vastaaja kyseenalaistaa tavan, jolla ekologinen merkitys nostettaisiin esille. Esimerkiksi luotsin työ on jo itsessään turvallisuustyötä, mutta kuinka katsoja ymmärtää asian, ja kuinka asian esittää televisiossa. Toiset vastaajat näkevät mahdollisuuden kertoa turvallisuus yms. asioista, jos puhutaan vähemmän työmarkkina asioista. Epäilyksiä oli vastauksissa siitä, että saadaanko edes ketään kameran eteen tekemään omaa työtään. Eräessä vastauksessa tosi-tv pidetään amerikan tyyllisenä viihteenä, jossa viesti ei useinkaan välity katsojalle. Yksi vastaaja uskoo selkeästi, että ei ole mahdollista kertoa mitään ylimääräistä katsojille. Käsikirjoituksella koettiin olevan suuri merkitys, jotta tosi-tv:n action ei katoa. Kuitenkin hyvin toteutettuna dokumentaarinen tosi-tv merenkulusta voisi lisätä kiinnostusta merenkulkua kohtaan. Vanhojen ennakkoluulojen toivottiin vaihtuvan uusiin, joissa juoppojen merimiesten toivottiin väistyvän ihmisten mielestä ja muuttuvan uusiin turvallisuudesta, ekologisuudesta ja kuljetustaloudellisuudesta välittäviin merenkulun ammattilaisiin. TV-tuottajista kaksi uskoi, että ohjelmasarja vaikuttaisi ihmisten tietouteen merenkulusta sekä yksi tuottaja uskoi ”osittain” vaikuttavan ihmisten tietouteen merenkulusta.

5.7 Tutkimuskysymys 5

5. Oletko sitä mieltä, että tosi-tv pystyisi kertomaan merenkulusta realistisesti?

Viides kysymys nojaa siihen miten erityisesti merenkulkijat kokevat oman työympäristönsä ja kuinka he näkevät sen oman subjektiivisen kokemuksen kautta. Toisaalta kysymyksellä peilataan asiaa toisiin tosi-tv-sarjoihin kuten Poliisit tai Pelastajat, joiden työ on ns. ”julkisempaa” ja ihmisten näkyvissä. Ihmiset näkevät Poliiseja ja Pelastajia työssään ja muodostavat niiden perusteella melko selkeän kuvan heidän ammatistaan ja alastaan. Kuinka mielikuvat ovat kohdanneet tosi-tv:stä tulleet ohjelmasarjat ja niiden realistisen kerronnan vastaajien mukaan. Voiko tuntemattomammasta merenkulusta pystyä kertomaan realistisesti. Tuottajien vastauksen mielenkiinto perustuu heidän vahvaan näkemykseen juuri tv-tuotannon puolelta ja heidän aikaisemmistaan kokemuksista vastaavanlaisista ohjelmasarjoista.



Grafiikka 7. Tutkimuskysymys 5

Jos tekijät tietää itse merenkulusta niin kyllä. (Nainen, 18-40, merenkulun ammattilainen)

Ehkä, tietysti se olisi kärjistettyä. (Nainen, 18-40, merenkulun ammattilainen)

Joskunhan se tahtoo lipsahtaa vanhojen aikojen romantiikkaan eili "ennen oli miehet rautaa ja niin edelleen. Esille pitäisi tuoda nykypäivän haasteet eli Kiire, Tekniikka,

Säätäminen, Globalisaatio (Mukavuusliput, halpatyövoima), Väyläturvallisuus ja sää-, jää- ja Suomen saaristo kontra Saimaan väyläverkosto. (Mies; 41-64; merenkulun ammattilainen)

Riippuu tuottajan/ohjaajan/asiantuntijan yhteistyöstä. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Ainakin melko realistisesti. (Nainen, 18-40, merenkulun ammattilainen)

Ei pysty. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Varmasti, jos sanomisia ei rajoiteta ja osallistujat saavat kertoa asiat niin kuin ne ovat. (Mies, 18-40, merenkulun ammattilainen)

Tosi-tv ei ole koskaan realismia, vaan tv-sarja. Siinä on paljon käsikirjoitettua aineistoa ja lisäksi paljon muutakin. Silti siitä voi saada ihan realistisen kuvan - tai täysin irrealistisen, riippuen siitä kuinka sarja tehty. (Nainen, 41-64, ei merenkulun kokemusta)

Riippuu ohjelman tekijöiden ammattitaidosta. Ei voi tehdä uskottavaa ohjelmaa, jos ei itse ymmärrä merenkulusta mitään. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Ei, jos halutaan katsojia. (Mies; 41-64; merenkulun ammattilainen)

Ei pystyisi, käytännön toteuttaminen/kuvaaminen tosi olosuhteissa lähes mahdotonta, lavastettu paistaisi läpi. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Eihän TV:stä näe kuin puoli totuutta, mutta ehkä 50%:sti. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Kyllä ja ei. Avomeriosuudet eivät myrskyyjä ja muita ongelmatilanteita lukuunottamatta ei voi olla kiinnostavaa katsottavaa. Em. on kuitenkin iso osa reaali maailmaa. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Kyllä. Tuottajasta toki riippuu. (Mies, 41-64, ei merenkulun kokemusta)

Tätä kohtaa epäilen hieman. Katsojamäärien ylhäällä pitäminen vaatii draamaa ja dramatiikkaa, joten amatista annettaisiin ainakin osittain romantisoitu kuva. Onko kyseinen seikka sitten hyvä tai paha niin jää jokaisen itsensä päätettäväksi. Toisaalta sama ongelma on ollut jo toteutetuissa sarjoissa. (Mies, 18-40, merenkulun ammattilainen)

Tv-ohjelma on tekijöiden ja yhteistyökumppaneiden subjektiivisen näkemyksen kompromissi, se onko sillä tekemistä "oikean" kanssa on kyseenalaista. Toki se voi antaa ohjeita miten PITÄISI toimia. Todellisuus kun on kuitenkin tarua ihmeellisempää. (Tuottaja 1)

Riippuu siitä, mikä näkökulma tosi-tv-sarjassa olisi. Mutta kun kuvataan ihmisten arkea työn parissa, niin kyllä siinä pakostakin realismia on mukana. (Tuottaja 2)

Kyllä. (Tuottaja 3)

Kaikista vastaajista 34 % uskoi tosi-tv:n kertovan realistisesti merenkulusta. 53 % oli hiukan skeptisiä realismisuuden suhteen mutta uskoivat realismisuuden toteutuvan ehkä

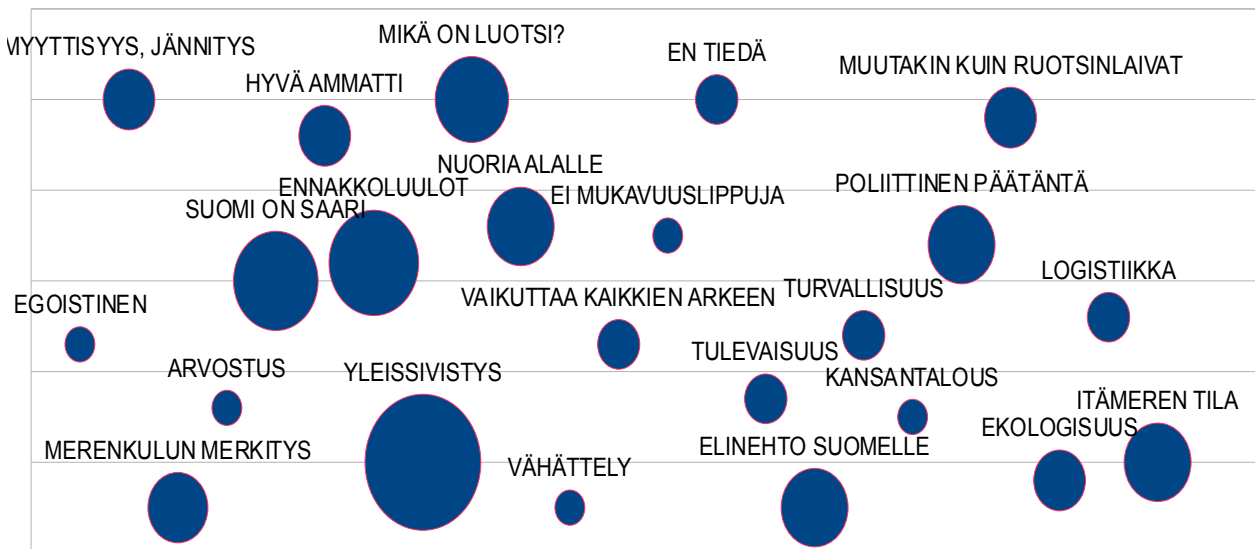
tai osittain. Vastaajista 13 % ei uskonut realistisuuden toteutuvan laisinkaan. Tärkeäksi koettiin se, että tekijät itse tietävät merenkulusta. Tekemässä tulisi olla asiantuntija mukana, jotta yhteys merenkulkuun olisi suora. Yhdessä vastauksessa merkityksen todettiin riippuvan tuottajan/ohjaajan/asiantuntijan yhteistyöstä. Epäilyksiä heräsi myös itse kysymyksestä ja koettiin, että katsojamäärien ylhäällä pitäminen vaatisi draamaa, joten merenkulkijoista annettaisiin ainakin osittain romantisoitu kuva. Myös romantiikan ajan koettiin olevan ohitse ja pitäisi siirtyä nykyaikaan jossa ilmenee kiire, tekniikka ja globalisaatio. Todettiin tosi-tv:n mahdollisesti kärjistävän asioita merenkulkua käsittelevässä ohjelmassa. Kuvausten koettiin olevan myös lähes mahdotonta ääriolosuhteissa, jolloin lavastettu todellisuus välittyisi katsojille.

Vastauksissa oli selkeä kyllä ja ei realistisuuden toteutumiseksi. Koettiin, että avomeriosuudet myrskyjä ja muita ongelmatilanteita lukuun ottamatta ei voi olla kiinnostavaa katsottavaa. Myös toimivimmaksi formaatiksi ehdotettiin ohjelmaa mihin olisi liitetty mahdollisimman laaja otanta erilaisia merenkulun toimijoita ja sidosryhmiä, kuten VTS, luotsinvälitys, luotsit, venekuskit, hinaajat, laituriporukka, kanavalla sulkumiehet jne. siis kuvaa jossa näytettäisiin miten asiat liittyvät toisiinsa ja kuinka paljon erilaisia toimijoita liittyy merenkulkuun. Henkilöiden sanomisten pelättiin rajoitettavan ja toivottiin asioiden tapahtuvan niin kuin ne oikeasti tapahtuvat. Yksi vastaaja koki television realistisuuden olevan 50 % totuudesta. Merenkulkijan työ on myös avomeriosuuksia ja se on osa totuutta. Pääpaino on juuri suhtautumisella siihen ymmärtääkö kuvausryhmä/tuotantoryhmä merenkulusta ja sen tapahtumien kulusta mitään. Yksi tuottaja mainitsee tv-ohjelman olevan tekijöiden ja yhteistyökumppaneiden subjektiivisen kompromissi tulos. Tuottaja totesi myös perään todellisuuden olevan tarua ihmeellisempää. Toinen tv-tuottaja mainitsi oleellisena osana näkökulman, jolla ohjelma tehdään. Silloin kun kuvataan ihmisten arkea työssä, on siinä pakostakin realismia mukana. Kolmas tuottaja koki, että realismi toteutuisi.

5.8 Tutkimuskysymys 6

6. Miksi suuren yleisön tulisi tietää mielestäsi merenkulusta enemmän?

Kuudennen kysymyksen tarkoituksena oli selvittää vastaajilta muun muassa miten kukin vastaaja näkee merenkulun sekä merkityksiä sille, miksi merenkulusta tulisi kertoa enemmän. Kysymyksen tarkoituksena oli myös saada laajasti vastaajien käsityksiä merenkulun ja suuren yleisön välillä olevasta mahdollisesta ennakkoluuloista ja asenteista. Kysymyksen odotuksena oli saada luonteeltaan erityisesti diskursiivisia melko laajojakin mielipiteitä ja näkemyksiä. Tämän kysymyksen kohdalla kiinnostuksen kohteena oli myös saada tuntumaa, millaisia ongelmia ja haasteita vastaajat näkevät merenkulun ulkoisessa viestinnässä ja kuinka sitä tulisi kehittää.



Grafiikka 8. Tutkimuskysymys 6

Egoistinen syy on tietenkin että itse rakastaa tätä työtä. mutta muutenkin suomessa varsinkin, tiedetään aivan liian vähän meidän työstä. Merenkulku yleensä on hyvin tärkeää maalle. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Koska ei jaksaisi aina selittää ja kertoa kaikkea itse. Esim. 6-7 tyyppiä 10:stä ei edes tiedä mikä/kuka on luotsi..... (Nainen, 18-40, merenkulun sektorilla töissä)

Siksi että miten paljon suomalainen merenkulkija (Päälliköt, luotsit ja alusten muikin henkilökunta tekee turvallisuustyötä merenkulun hyväksi ja minkälaisen koulutuksen /kokemuksen omaavana he yleensä työskentelevät täällä pohjoisilla alueilla. Henkilökohtaisena kokemuksena voin sanoa että ihmiset yleensä eivät tiedä höykäsen

pöläystä esim.luotsin työstä Saimaalla. Yleensä vaan veneellä edessä ajamista tai satamisissa tai pienissä pätkissä aluksilla käyntiä. Jos onnettomuus sattuu niin mediassa kyllä paasataan ammattitaidottomuudesta tai oliko humalassa tällä kertaa vai ei sattunut olemaan. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Nykyisellään tietämys on todella heikkoa. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

MERENKULKU ON IHMISILLE SUURI TUNTEMATON (tunnetaan vain tyyliin Silja ja Viking). "Mies 18-40 merenkulun ammattilainen"

Merenkulun tärkeys suomelle on unohtunut. (Nainen, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Koska asumme "saarella" eli vienti ja tuonti ovat pääasiassa merenkulun varassa. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Ihmisten tulee tietää mistä ja miten banaanit, bensat ja barbinuket tulevat. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Tärkeä sektori elinkeinoelämässä, joka yleensä saa negatiivista palautetta kun jotain "sattuu". (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Koska länsimainen merenkulkija on pian historiaa. Eu ja muiden varakkaiden länsivaltioiden tulisi lisätä protektionismia mukavuuslippu varustamoja vastaan. Tätä tulisi tuputtaa ihmisille. (Mies, 18-40, merenkulun ammattilainen)

Ehkä saataisiin alalle uusia tekijöitä, nuoria ja ahkeria. (Nainen, 41-64, merenkulun sektorilla töissä)

Itämeren tilan ja turvallisuuden pitäisi kiinnostaa jokaista suomalaista. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Myyttisyys, jännitys, merimieselämä kiehtoo maaihmiä. kauppamerenkulku ekologisuudessaan on yhä tärkeämpi kaupan- ja kansainvälisen kanssakäymisen muoto. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Koko maailmantalous perustuu toimivista merilogistisista järjestelmistä, mutta asiaa sivutaan yllättävän vähäisesti mediassa. Uutisarvoksi on merikuljetuksissa profiloitunut ainoastaan merionnettomuudet. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Ennakkoluulot ja vanhanaikaiset, jopa romanttiset käsitykset joutaisivat jo romukoppaan. Merenkulkijoiden ammatin arvostus pitäisi saada paremmalle tasolle, näin myös päteviä nuoria lähtemään alalle. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Olen ainakin itse törmännyt vanhentuneisiin käsityksiin juopottelusta ynnä muista lieveilmiöistä. Edes merikaupungeissa ei tiedetä merenkulualasta juuri mitään. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Suomi on merikuljetuksista täysin riippuvainen maa. Ala on syytä pitää omissa käsissä mahdollisimman pitkään. Alalla tarvitaan osaajia, joiden kiinnostuksen herättämiseksi julkisuus on hyväksi. Lisäksi alan oppilaitoksia ja niiden potentiaalisia opiskelijoita tulisi informoida. Tässä merenkulun ammattilehti Navigator voi olla avuksi; ennen yhteishakua erikoisnumeroita, joissa kerrottaisiin alasta kiinnostavasti. (Mies, 41-64, ei merenkulun kokemusta)

Asian kiinnostavuus varmasti ohjaa päättäjiä ja antaa myös lisää tietoa päätösten pohjaksi. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

On tärkeää ymmärtää, miten paljon mittaamatonta vahinkoa voidaan saada aikaiseksi välinpitämättömyydellä ja ammattitaidottomuudella. (Nainen, 41-64, merenkulun sektorilla työskentelevä)

Merenkulku on erittäin tehokas tapa kuljettaa tavaraa, ja kun väylästä on valmis, on se myös edullista. Tiet eivät kulu, eikä urautumia synny. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Se kuuluisi kaikkeen yleissivistykseen. (Tuottaja 1)

eos. (TV-Tuottaja 2)

Merenkulku vaikuttaa tavalla tai toisella meidän kaikkien elämään. Lisäksi meri on kiehtova elementti. (TV-Tuottaja 3)

Kysymys herätti selkeästi eniten ajatuksia ja konkreettisia vastauksia. Prosentuaalista laskentaa vastauksien perusteella ei tehty, vaan vastaukset litteroitiin omiksi ryhmiksi ja sijoitettiin ympyrämääreavaruuteen mainintojen lukumäärän perusteella. Suurin ympyrämääre sai eniten mainintoja, ja niin ikään pienimmät vähiten. Yleissivistys koettiin suurimmaksi asiaksi, jonka suuren yleisön tulisi tietää. Ennakkoluulot ja vanhanaikaisten uskomusten koettiin olevan vielä vahvasti olemassa ja toivottiin ennakkoluulojen väistyvän nykyajan tieltä. Usein mainittiin Suomen maantieteellinen sijainti. Suomi on saari, joka sijaitsee merimatkan takana Euroopasta sekä muusta maailmasta. Banaanien, bensan ja barbinukkien todettiin kulkevan laivalla Suomeen. Koko maailmantalouden todettiin perustuvan toimivista merilogistisista järjestelmistä mutta median todettiin sivuuttavan asian yllättävän usein mediassa. Meritien todettiin myös olevan samalla ekologisin tapa kuljettaa tavaraa. Meritiet eivät kulu eikä urauniamia synny. Egoistinen syy tuli myös esille. Rakkaus merenkulkuun ja omaan työhön mutta samalla myös halu kertoa, millaista merenkulkijan työ voi olla. Itämeren tilan ja turvallisuuden toivottiin kiinnostavan suomalaisia.

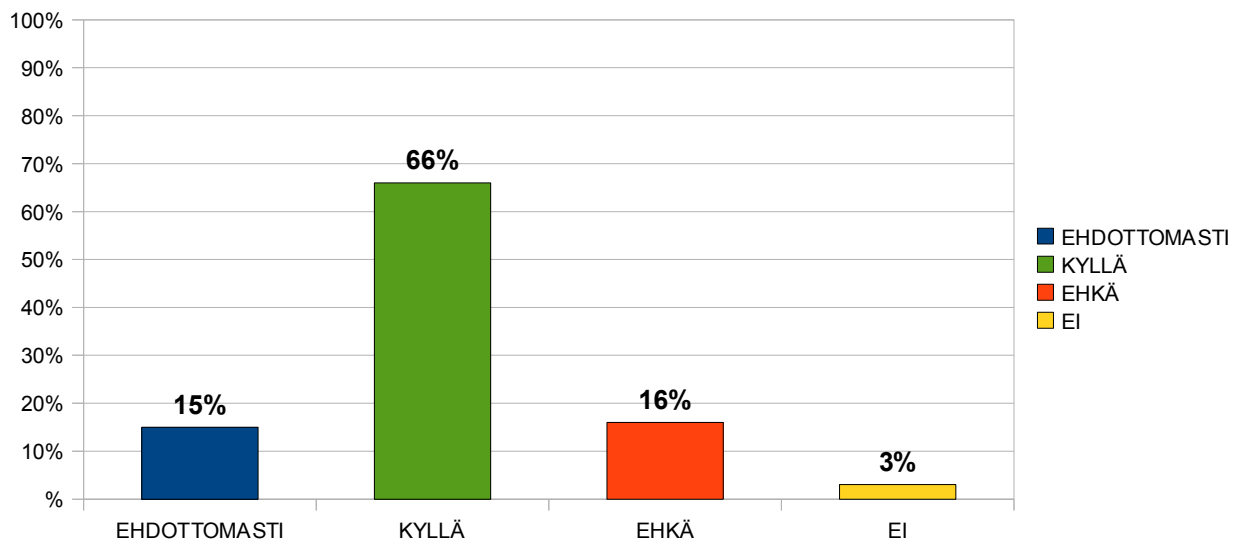
Yhtenä suurimpana asiana oli, että ihmiset eivät yksinkertaisesti tiedä mitä esimerkiksi luotsi tekee. Eräs vastaaja totesi, että edes 6-7 10:stä vastaajasta ei tiedä mitä luotsi tekee työkseen. Ei jaksaisi aina selittää ja kertoa kaikkea itse totesi vastaaja. Ihmisten todettiin tietävän yleensäkin hyvin vähän merenkulusta, lukuun ottamatta ruotsinlaivoja. Yksi vastaajista on törmännyt vanhentuneisiin käsityksiin juupoista merimiehistä ynnä muista. Perään todettiin, että edes merikaupungeissa ei tiedetä merenkulkualasta juuri mitään. Jos tehtäisiin kiinnostava tv-ohjelmasarja merenkulusta, niin kiinnostuksen myötä ihmiset voisivat

ymmärtää merenkulkijoiden haastavaa työtä enemmän ja arvostus nousisi tätä kautta. Tärkeänä pidettiin, että ihmiset ymmärtäisivät kuinka mittaamatonta vahinkoa voidaan saada välinpitämättömällä toiminnalla merenkulussa. Merenkulkuun toivottiin myös useilla maininnoilla lisää teräviä nuoria hakemaan opiskelemaan ja töihin. Merenkulku alana tarvitsisi esitellä suurelle yleisölle, jotta nuoret edes osaisivat hakeutua alalle. Alalle tarvitaan osaajia, joiden kiinnostuksen herättämiseksi julkisuus on hyväksi. Lisäksi peruskouluja ja eri oppilaitoksia ja opiskelijoita tulisi informoida lisää merenkulusta. Tässä asiassa esimerkiksi alan erikoislehti Navigator koettiin hyväksi. Tulisi tehdä erikoisnumeroita ennen yhteishakua, jossa merenkulkualasta kerrottaisiin kiinnostavasti. Yhdessä vastauksessa myös pelättiin halpatyövoiman tulevan tekemään työn laivoilla. Protektionismin EU tasolla toivottiin lisääntyvän vähentääkseen hapatyövoimasta aiheutuvaa mahdollista ongelmaa. Poliittisiin päättäjiin vaikuttaminen sai useita mainintoja. Merenkulkua pidettiin elinehtona Suomelle. Yksi vastaaja kiteytti asian ”MERENKULKU ON IHMISILLE SUURI TUNTEMATON”. Yhden tv-tuottajan mukaan merenkulun merkitystä tulisi selventää ja näin lisätä osaksi yleissivistystä. Yksi tuottaja tiesi merenkulun vaikuttavan tavalla tai toisella meidän kaikkien elämään, ja totesi meren olevan kiehtova elementti.

5.9 Tutkimuskysymys 7

7. Toimisiko tosi-tv myös merenkulun sektorilla toimivien yritysten ja osaajien tunnettavuuden mahdollisena esittelynä?

Tutkimuksen seitsemäs kysymys pureutuu lähinnä markkinointiin ja mainostamiseen sekä niihin toimijoihin ja yrityksiin, joita merenkulun parissa työskentelee. Kuinka vastaajat ovat kokeneet esimerkiksi television toimivan yritysten ja osaajien tunnettavuuden näkyvyyden edistäjänä. Olisiko merenkulusta kertova tosi-tv mahdollinen keino saada yrityksille näkyvyyttä ja tätä kautta asiakkaita sekä tunnettavuutta. Vastaukset antavat suuntaa sille saavatko yritykset näkyvyyttä vastaajien mukaan lähtiessään sponsoroimaan dokumentaarista tosi-tv-ohjelmasarjaa merenkulusta. Tuottajien vastaukset luonnollisesti toimivat suoraan referenssinä siitä, miten vuorovaikutus mainostajien ja sponsorien sekä suuren yleisön eli katsojien välillä on toteutunut.



Grafiikka 9. Tutkimuskysymys 7

Hyvinkin varmasti. Se ei vaan saisi olla liian läpinäkyvää, tosi-tv muuttuisi ostostv:ksi, työstä kertova ohjelma mainokseksi. (Mies, 18-40, merenkulun ammattilainen)

Kyllä ja tähän pitäisi saada valjastettua positiiviseksi merenkulun turvallisuuden puolesta puhumiseksi muiden kuljetusmuotojen vertailulla. Yritykset vaan tahtovat tuoda julki kannattavuus sektorin, koska heidän ei tarvitse välittää vielä tänä päivänä ekologisesta näkemyksestä niin suuressa mittakaavassa. Pitäisi saada jokin tuotemerkki vaikka sellulle, että se on kuljetettu ekologisesti, turvallisesti ja ilmasto

säästävällä tavalla . Esim. Stora Enson Uimaharjusta/Joensuusta-Halmstadiin Stora Enson omalle paperitehtaalalle laivalla. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Ei. Tv:stä tulee niin paljon amerikkaa, että erot toden tarun välillä ovat jo hämärtyneet. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Mikäli ne eivät olisi liian päälleliimattuja tai väkinäisiä. (Nainen, 18-40, ei merenkulun kokemusta)

Riippuu Tosi-TV sarjan tuottajasta haluaako niitä oikeasti esitellä, mutta hyvähän se olisi jos nekin olisivat mukana. (Mies, 18-40, merenkulun ammattilainen)

Aivan varmasti. (Mies, 18-40, merenkulun ammattilainen)

Tokihan nämäkin tulisivat paremmin esille ja osattaisiin liittää oikeaan toimialaan. (Nainen, 41-64, merenkulun sektorilla työskentelevä)

Ehdottomasti! (TV-Tuottaja 1)

Ilman muuta. (TV-Tuottaja 2)

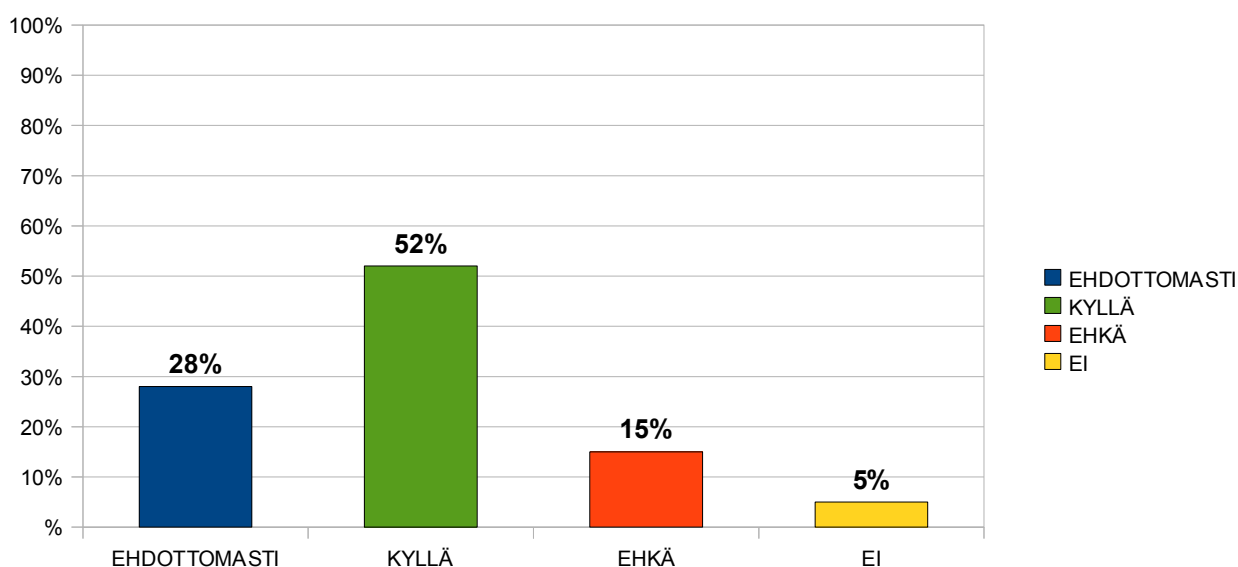
Kyllä. (TV-Tuottaja 3)

Vastaajista 15v% näki tosi-tv:n toimivan ehdottomasti yritysten ja toimijoiden mahdollisena esittelynä. Vastaajista 66 % uskoi, että tosi-tv toimii esittelynä. 16 % koki tosi-tv:n ehkä toimivan ja 3 % uskoi, että ei toimi laisinkaan. Riskiksi koettiin mainosten läpinäkyvyys. Liiallinen mainostaminen voi muuttaa ohjelman luonteen ostoskanavaksi. Yhdessä vastauksessa painotettiin merenkulun turvallisuutta ja ekologisuutta yritysten viestintästrategiassa. Yritysten tulisi tuoda esille omien tuotteidensa kuljetusketjun merkitys ympäristölle laajemmin. Laivaus on erinomainen kuljetusmuoto monelta näkökannalta ja tämä tulisi saada yleiseen tietoon. Toisaalta tosi-tv:tä pidettiin Amerikkana, jossa ei erota totta eikä tarua toisistaan. Tuottajan merkitys tunnistettiin tärkeäksi yritysten tunnettavuuden edistämisen kannalta. Riskejä ovat väkinäisyys ja päälle liimattavuus tosi-tv:n ja yritysten välillä. Yleisesti uskottiin mahdollisuuteen edistää tunnettuutta merenkulussa, jossa tunnettuutta sekä näkyvyyttä yrityksillä ei juuri ole. Kaikki kolme tuottajaa kokivat yksimielisen ehdottomasti, ilman muuta ja kyllä tosi-tv toimisi merenkulun sektorilla toimivien yritysten ja osajien tunnettavuuden mahdollisena esittelynä.

5.10 Tutkimuskysymys 8

8. Oletko sitä mieltä, että tosi-tv merenkulusta vaikuttaisi nuorten ammatinvalintaan?

Viimeiseen kysymykseen haettiin vastauksia siitä, miten kukin vastaaja kokee tosi-tv:n ja sen merkityksen nuorten ammatinvalintaa. Kuinka vastaajat ovat itse mahdollisesti päätyneet alalle ja mikä on vaikuttanut heidän päätökseensä lähteä juuri merenkulkualalle töihin. Esimerkkeinä ovat olleet aikaisemmat tosi-tv-ohjelmasarjat, jotka ovat suoraan toimineet alan mainoksena ja ulkoisen tiedottamisen lähteenä.



Grafiikka 10. Tutkimuskysymys 8

*Kyllä, Kitara ja Meri elokuvan jälkeen merelle tuli aikoinaan ryntäys.
(Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)*

*Kokkaaminen on nykyään Suomen seksikkäin ammatti - mistäköhän voisi johtua???
(Nainen, 41-64, merenkulun sektorilla työskentelevä)*

EHDOTTOMASTI. (Mies, 18-40, merenkulun ammattilainen)

Jos Tosi-TV kertoo alasta rehellisesti, nuoret huomaavat, ettei alalla ole tulevaisuutta nykyään, eikä tulevaisuudessa. Tämähän taas johtuu maamme poliittisesta haluttomuudesta. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

*Voi vaikuttaa, tai sitten ei. Suoraa vaikutusta ei ole, riippuu monesta muustakin tekijästä jotka usein täysin arvaamattomia etukäteen.
(Nainen, 41-64, ei merenkulun kokemusta)*

*Toki. Mutta pelkään ruusuisten vaikutelmien "päiväperhoja."
(Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)*

Voi olla. Käsittääkseni kokin-, poliisin- ja palomiehen ammatit ovat nykyään aika suosittuja osittain johtuen tosi-TV ohjelmien myötä saamastaan julkisuudesta ja hyvästä mainoksesta. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

*Kyllä. Monelle tuskin nykyisin edes tulee mieleen, että laivalla voisi tehdä töitä.
(Nainen, 18-40, merenkulun ammattilainen)*

Joo, ne ymmärtäis pysyä poissa. Paska palkka, paska homma, kohdellaan terroristinä (jenkit, englantia, belgia, hollanti). (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

*Kyllä, mikäli henkilöt olisivat mielenkiintoisia ja työ vaikuttaisi kiehtovalta.
(Nainen, 18-40, ei merenkulun kokemusta)*

*Kyllä. Ammatinvalintaan liittyy vieläkin täysin epärealistisia odotuksia.
(Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)*

Onhan se pelottava mahdollisuus. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

*Kyllä, kunhan niille ei kerrota suomen kauppalaivaston surkeita palkkoja.
(Mies, 18-40, merenkulun ammattilainen)*

*Kyllä, mutta ohjelman tulisi esitellä merenkulkualan ammatteja tasapuolisesti keskittymättä liikaa komentosillan herrasmiehiin ja -naisiin. Suurin pula kuitenkin Suomessa kai alkaa olla miehistöstä ja konepäällystöstä.
(Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)*

*Kyllä jos sarja on tarpeeksi kiinnostava että uppoo nuoriin.
(Mies, 18-40, ei merenkulun koulutusta)*

Positiivisesti varmasti.!!! (TV-Tuottaja 1)

*Mahdollisesti, tästä on maailmalla useita esimerkkejä ja miksei myös Suomestakin.
(TV-Tuottaja 2)*

*Ehdottomasti. Tyylikkäästi toteutettu sarja antaa kiehtovan kuvan alasta kuin alasta.
(TV-Tuottaja 3)*

Vastaajista 28 % uskoi tosi-tv:n vaikuttavan nuorten ammatinvalintaan ehdottomasti sekä 52 % uskoi tosi-tv:n vaikuttavan nuorten valintaan kyllä. Vastaajista 15 % uskoi, että tosi-tv voi mahdollisesti vaikuttaa sekä vain kolme vastaajista eli 5 % ei uskonut tosi-tv:n vaikuttavan laisinkaan nuorten ammatinvalintaan. Useissa vastauksissa korostui tietty positiivisuus ja halu kertoa nuorille siitä mitä merenkulku on todellisuudessa tänä päivänä. Tärkeäksi koettiin myös, että tosi-tv-ohjelmasarja tehtäisiin mahdollisimman kiinnostavaksi. Tärkeäksi yksi vastaaja piti, että merenkulusta näytetään myöskin ”paskoja paikkoja” ja kerrotaan ”surkeista” palkoista. Työ laivalla tulisi esittää mahdollisimman laaja-alaisesti ettei keskityttäisi

vain komentosillan ”herrasmiehiin- ja naisiin”. Vanhempi merenkulkija muisteli ”Kitara ja Meri” elokuvan tuoneen ryntäyksen merille. Yhden vastaajan mielestä kokin, poliisin ja palomiehen ammattien suosio johtuu osittain tosi-tv:stä ja sen tuomasta mainoksesta sekä positiivisesta julkisuudesta. Poliittinen päätöksenteko saa myös maininnan tavasta, jolla merenkulun tulevaisuutta on pohdittu. Tosi-tv:llä nähtiin olevan mahdollisuus kertoa reaalityodellisuudesta, joka myös tällöin mahdollistaisi poliittisten päättäjien tietämyksen lisääntymisen merenkulusta.

Kommenteista välittyy myös oma suhtautuminen merenkulkuun ja omaan työhön laivalla. Merenkulun marginaalisuus alana näyttäytyy tietynlaisena objektiivisen suhtautumisen ilmentymänä. Nähdään, että suuri yleisö ei tiedä merenkulusta lähes mitään, jolloin arvostuskaan ei ole sillä tasolla kuin sen kuuluisi olla. Useat merenkulkijat uskoivat ennakkoluulojen olemassaolon myös nuorten ammatinvalintaan harkitsevien joukossa. Yksi vastaaja uskoo, että nuorilla ei välttämättä tule edes mieleen, että laivalla voitaisiin tehdä töitä. Mahdollisesti opettajat ja opinto-ohjaajat eivät itse myöskään tiedä merenkulusta paljoa, joka heijastuu alalle pyrkivien määrään. Lyhyesti todettiin myös, että jos sarja on tarpeeksi kiinnostava niin se uppoaa nuoriin. Toisaalta eräs vastaaja koki asian myös pelottavana mahdollisuutena ja pelkäsi liian ruusuisen vaikutelman mukana tulleita ”päiväperhoja”. Yksi tv-tuottaja uskoi tosi-tv:n vaikuttavan ehdottoman varmasti ja usealla huutomerkillä nuorten hakeutumiseen merenkulkualalle. Toinen tuottaja uskoi mahdollisesti vaikuttavan ja totesi maailmalta olevan useita esimerkkejä. Kolmas tuottaja koki ehdottomasti vaikuttaa positiivisesti. Sarja tulee kuitenkin toteuttaa tyylikkäästi, jolloin on mahdollisuus luoda kiehtova kuva alasta kuin alasta.

6 POHDINTA

“Elokuva, video ja multimedia ovat tehokkaita välineitä. Elävä kuva ja ääni vaikuttavat suoraan katsojan selkäyttimeen ja aivoon, sekä tunteisiin että järkeen. Siksi video-ohjelma tekeminen voi olla hyvä ratkaisu, kun pitää opettaa, tiedottaa, kertoa yhteisöstä tai yrityksestä, propagoida, markkinoida, viihdyttää tai antaa katsojille vakavampaa ajattelun aihetta.”

(Aaltonen 2007, 16.)

6.1 Merenkulku mediatodellisuudessa

Suomalaisen sananlaskun mukaan seura tekee kaltaisekseen. Tämä kansanviisaus herättää postmodernissa viestintäyhteiskunnassa Kastepohjan mukaan (2004, 1-3) kysymyksen, millaiseksi median arkiviestintä muokkaa yleisöään? Media, kuten lehdistö, internet, televisio ja radio tiedottavat, viihdyttävät ja nostavat puheenaiheita ihmisten arkeen. Media ymmärretään julkiseksi tilaksi, jonka kautta kuluttajat määrittelevät itseään ja yhteiskuntaa. Mielikuvamme ympäröivästä todellisuudesta värityy median tekemien valintojen vuoksi. Yksilöllinen ”mediatodellisuus” muovautuu ja rajautuu kunkin käyttämien medioiden välittämän kuvan mukaisesti. Merenkulusta välitetty viesti ja todellisuus keskittyy usein uutisiin onnettomuuksista ja uhkista. Kuinka sitten läpäistä mediatodellisuuteen todellisuutta heijastavia kuvia merenkulusta?

Mediaa hyväksi käyttäen myös positiivisessa mielessä ei ainoastaan onnettomuuksien kautta. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Kamala haaksirikko Atlantin valtamerellä - Hirvittävä kohtaaminen laivan upotessa - Apua liian myöhään

15.4.2012 08:00

May 05
2012

Greenpeace protesters boarded the Finnish-flagged "Nordica"

Karille ajanut laiva pahasti kallistuneena.

LINN CATHRIN OLS

Öljykatastrofi uhkaa kansallispuistoa Norjan rannikolla

Julkaistu: 18.02.2011 08:04, päivitetty: 18.02.2011 14:01

TEKSTIKOKO: A A A

Risteilijäonnettomuus uhkaa myös luontoa

Italian rannikolle kariutuneessa risteilijäaluksessa oleva öljy uhkaa vakavasti

Julkaistu: to 22.03.2012 klo 22:58 | Päivitetty: to 22.03.2012 klo 23:00 | ULKOMAA |

Laiva karille Juutinraumassa - kapteeni humalassa

Laiva ajoi karille Rauman edustalla

Keskiviikko 18.4.2012 klo 13.51 (päivitetty klo 15.14)

Yliastissa ollut laiva kaatui Keniassa - kymmeniä kateissa

Ainakin seitsemän ihmistä on kuollut laivaturmassa Keniassa.



Joukkoviestinnän yhdenmukaisuus on sitä, että mediat tarkastelevat yhteisiä aiheita myös yhteisestä näkökulmasta ja tarjoavat niistä yleisölleen samansuuntaisia tulkintoja (Suhonen 1994, 56). Joukkoviestintä on tavanomaisen ja yleisen määritelmän mukaan sanomien välittämistä suhteellisen suurelle, ennalta rajaamattomalle yleisölle. Siinä käytetään apuna teknisiä apuvälineitä ja ainakin lyhyellä aikavälillä se on yksisuuntaista. Näin määritellen Kuneliuksen mukaan (1999, 15) joukkoviestintää ovat siis kaikki median muodot elokuvista kirjallisuuden kautta radiomainoksiin ja Paavalin avoimista kirjeistä television tietovisailujen kautta iltapäivälehdien lööppiin. Joukkoviestintä kietoutuu Kuneliuksen mukaan elimellisesti melkein kaikkien toiminnallisten välttämättömyyksien toteuttamiseen yhteiskunnassa. Ilman joukkoviestintää moderni yhteiskunta ei toimi.

Olemme siirtyneet mediayhteiskuntaan, jossa joukkoviestinnän ja julkisuuden merkitys on kasvanut. Joukkoviestintä on jossain määrin ottanut perinteisten instituutioiden tehtäviä hoitaakseen; esimerkiksi televisio toimii yhä enemmän kasvattajana. Yhteisöviestinnän professori Jaakko Lehtonen on todennut (Juholin 2006, 192), että jokaisella ihmisellä on oma elämänsänsä, oma persoonallisuutensa, omat motiivinsa ja oma elämäntapansa yhdistellä ja käsitellä

ympäristön informaatiota. Juholinin mukaan usein kyse ei olekaan ihmisten hallinnasta vaan pikemminkin siitä, että yritykset ja yhteisöt kokevat jopa velvollisuudekseen saada itsensä ihmisten tietouteen. Herkman puhuu (Ala-Fossi ym. 2008, 153) media- sekä teknologiakentän muutoksesta, jonka vuoksi eri medioiden välisiä suhteita ja vaikutuksia on korostettu entistä näkyvämmiin. Puhutaan median konvergenssista, jolla on viitattu viestintäteknologian digitalisoitumisen aiheuttamaan viestinten rajojen hämärtymiseen ja ennen muuta internetin, televerkkojen ja television yhdentymiseen. Digitalisoitunut media mahdollistaa (Kastepohja 2004, 112) teknisesti entistä yksilöllisempiä tiedon ja viihtymisen ”pohjia”. Tämä median sirpaloituminen edistää yksityistymistä sekä samalla yhteisöllisyyden kasvamista. Vastaanottajana on entistä aktiivisempi yleisö, joka valitsee itse, millaista viestintää haluaa seurata ja päästää elämäänsä. Tutkimuksen ensimmäiseksi kysymykseksi asetettiin, millä tavoin merenkulku mielestäsi voitaisiin tuoda tunnetuksi suurelle yleisölle.

Enemmän artikkeleita lehtiin, enemmän tv-dokumentteja alalta ja sen vaikutuksesta ihmisten joka päiväiseen elämään. Mitä jos ei olisi merenkulkua ja/tai -kulkijoita. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Yksi pisimpään vaikuttaneista joukkoviestinnän vaikutuksia selvitelleistä suuntauksista on kultivaatioteoria. Sen mukaan media ja erityisesti televisio muokkaa maailmankuvaa ja sen myötä ihmisten arvostuksia ja asenteita. Television jatkuva tarjonta muokkaa käsityksiämme sosiaalisesta todellisuudesta. Yksilöiden asenteet muuttuvat, kun tutustutaan ja saadaan lisää tietoa jostain asiasta, kuten merenkulku. Tunnettavuus lisää tietoutta asiasta kuin asiasta, oli se sitten mielipidekirjoitus Helsingin Sanomiin tai dokumentaarinen tosi-tv-jakso merenkulusta. Suhosen mukaan (1994, 19) mediat pyrkivät tekemään informaatiota yleisölle ymmärrettäväksi, arvottamaan ja muuten merkityksellistämään sitä ja mahdollisesti myös organisoimaan yleisöä esitettyjen tulkintojen taakse. Television katsominen muuttaa maailmaa ja luo uusia merkityksiä sekä rakenteita yhteisöllisellä sekä yksilöllisellä tasolla. Merenkulun tapauksessa hyvin tuotettuna ja tehtynä ohjelmalla voisi olla positiivinen merkitys koko merenkululle, niin yksilö kuin yhteisötasolla. Tärkeää on se, että viesti on oikein lähetty vastaanottajalle. Oleellista on myös, että tekijät itse ymmärtävät sitä maailmaa ja ympäristöä, josta viesti tai sanoma valtaväestölle on lähetetty, jotta vältetään liian suurilta vääristymiltä.

Riippuu ohjelman tekijöiden ammattitaidosta. Ei voi tehdä uskottavaa ohjelmaa, jos ei itse ymmärrä merenkulusta mitään. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

6.2 Median vaikutus

Median vaikutus näkyy Kastepohjan mukaan (2004, 98) yksilötasolla, kultivaatio- ja sosiaalisen oppimisen kautta samansuuntaisena. Mediasta opitut näkemykset siirtyvät yksilötasolle esimerkkeinä, joissa yksilö haluaa olla hyväksytty ja seuraa jo sen vuoksi ympäristöönsä sekä median välttämää kuvaa ja asenteita. Tässä mielenkiinnon päättelyyn tuo nouseva postmoderni ajattelu yksilön omista tarpeista nousevista motivaatioista. Kuneliuksen mukaan (1999, 115) vaikutuskeskustelun kannalta on tärkeää nähdä, ettei ajatus massasta viittaa niinkään yleisön kokoon vaan ennen muuta sen keskinäissuhteisiin. Paitsi, että massayleisö on suuri, se on heterogeeninen, sen jäsenet edustavat erilaisia yhteiskuntaryhmiä ja luokkia. Se koostuu ihmisistä, jotka eivät tunne toisiaan ja jotka elävät erillään toisistaan. Massayleisönä toimiessaan sen jäsenten huomio on kiinnittynyt heidän kokemuspäättelynsä ulkopuolisiin asioihin. Jotta pystyy luomaan audiovisuaalista viihteellistä mutta todenmukaista kerrontaa on ymmärrettävä sen muoto ja sisältö, jotka muodostavat orgaanisen kokonaisuuden kuin siamilaiset kaksoset, joita ei voi irrottaa toisen kuolematta (Aaltonen 2011, 103). Vain kiinnostava viestintä vastaanotetaan, jolloin se on useimmiten arvoiltaan ja ajatuksiltaan linjassa vallitsevien arvostusten kanssa.

Kertomalla tosiasioita siitä miksi esim. luotseja tarvitaan, mielellään jotenkin niin ettei kerronta ole liian "kuivaa" ns kapulakieltä jolloin kukaan ei sitä lue/kuuntele. (Nainen, 41-64, ei merenkulun kokemusta)

Television lumo- ja aistiulottuvuus on paitsi yhteisöllinen myös varsin yksilöllinen kokemus, mutta siitä puhuminen tuo sen sosiaaliseen piiriin. Median valtaan joutumista ei haluta myöntää, ei itselle eikä muille. Tämä voisi osaltaan selittää television katselua koskevaa ristiriitaista puhetta. (Ala-Fossi ym. 2008, 173.) Kun tutkimuksessa kysyttiin vastaajilta, katsovatko he tosi-tv:tä, vastauksissa nousee esille jokaisen yksilön subjektiivinen kiinnostus tosi-tv-ohjelmia kohtaan. Katselutavat ja merkitykset voivat vaihdella yksilötasolla. Ympäristön ja mediaviestinnän antamat käytösmallit joko vahvistavat tai heikentävät yksilön käyttäytymisperiaatteita.

Banduran teorian mukaan ympäristön tarkkailemisessa tunteiden mukanaolo vahvistaa vaikutetuksi tulemisen voimakkuutta (Kastepohja 2004, 77). Kultivaatioteoria ei ole kuitenkaan kyennyt osoittamaan, miten kultivaatio tapahtuu.

Satunnaisesti, erinomaisia ovat mm, los angelesin satama, hengenvaarallinen saalis. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Herkmanin mukaan (2001, 85-86) kertomus on nostettu keskeiseksi käsitteeksi monilla ihmistieteiden alueilla. Tämä on seurausta niin sanotusta lingvistisestä käänteestä, joka on suunnannut ihmistieteitä kohti kielenkäyttötapojen ja merkitysjärjestelmien tutkimusta. Lingvistisellä käänteellä tarkoitetaan oivallusta siitä, että ihminen tapaa yksilötasolla hahmottaa ja jäsentää maailmaa erilaisten merkitysjärjestelmien eli ”kielten” avulla. Kertomus on myös yhteisöllinen tapa hahmottaa ryhmäidentiteettiä. Erilaiset pienyhteisöt, ala- ja osakulttuurit, kertovat itsestään tarinoita. Yhteisöllisyyden kannalta myös merenkulun olisi tärkeä kertoa tarinaa ”meistä”.

Egoistinen syy on tietenkin että itse rakastaa tätä työtä. mutta muutenkin suomessa varsinkin, tiedetään aivan liian vähän meidän työstä. Merenkulku yleensä on hyvin tärkeää maalle. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Audiovisuaalisuudella ja dokumentaarisella tosi-tv:llä on mahdollisuuksien mukaan tässä kertomisessa merkittävä rooli. Kun yhteisöjä yhdistävät tarinat kerrottiin ennen suullisesti, on televisio nykyään merkittävä viestintäväline. Audiovisuaalinen kerronta länsimaisessa ymmärryksessä näyttäisi Herkmanin mukaan olevan yksinkertaisesti kaikenlaisten identiteettien rakennusaine. Kun puhutaan merenkulusta ja siitä kertovasta dokumentaarisesta tosi-tv-ohjelmasarjasta, oli kiinnostus ohjelmaa kohtaan tutkimuksessa merkittävä. Tämä osoittaa vastaajien mielenkiinnon nähdä, miten ja kuinka realistisesti voidaan tuottaa tositelevisioon kerrontaa juuri siitä tutusta ympäristöstä missä itse työskentelee. Kysyttäessä vastaajilta, millä tavoin merenkulku heidän mielestään voitaisiin tuoda tunnetuksi suurelle yleisölle, saatiin vastauksista melko laajasti erilaisia tapoja, mutta päällimmäisenä olivat kuitenkin televisio ja media yleensä.

Nykyisin hyvin suosittuja ovat eri ammateista kertovat Tosi-TV ohjelmat. Joitakin merenkulkuun liittyviä sarjoja pyöriikin kaupallisilla kanavilla. Esim. Laivakokin matkassa ja ehkä suosituin ravunpyytäjistä kertova tosi-tv. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Joukkoviestinnällä tarkoitetaan Kuneliuksen mukaan (1999, 15-16) sanomia massoille, joilla tämän tutkimuksen viitekehyksessä tarkoitetaan suurta yleisöä. Tavanomaisen ja yleisen määritelmän mukaan joukkoviestintä on sanomien välittämistä suhteellisen suurelle, ennalta rajaamattomalle yleisölle. Siinä käytetään teknisiä apuvälineitä, ja ainakin lyhyellä aikavälillä se on yksisuuntaista. Jos ympäristö ja media tarpeeksi vakuuttavat, median seura ja sen parissa vietetty aika muokkaa yleisönsä asenteita median arvojen suuntaisiksi. Vastauksissa ilmeni hyvin usein sanana ennakkoluulot ja asenteet, jotka muodostuvat suurelle yleisölle merenkulusta tänä päivänä. Ihmisten käyttäytyminen merenkulkua kohtaan perustuu vastaajien mukaan hyvin paljon niihin vanhoihin käsityksiin, joita on vielä vallalla. Mikä sitten toimisi siltana tämän kuilun välillä? Dokumentaarisuuden käsite tuottaa vireitä kytköksiä ammottavien kuilujen välille; se huomioi tutun ja tuntemattoman sekä katsoo yhtä aikaa eteen- ja taaksepäin (Ridell ym. 2006, 60). Lainaten nuorempaa tutkimukseen vastannutta merenkulkijaa ”*Merenkulku on ihmisille suuri ja tuntematon*”, kertoo asioiden suhteet tietyssä mittakaavassa. Vanhempi merenkulkija esitti asian seuraavasti: ”*Ihmiset yleensä eivät tiedä hölkäsen pöläystä luotsin työstä*”. Lauseeseen kiteytyy myös paljon niitä asenteita ja oletuksia, joita useat merenkulun parissa työskentelevät henkilöt kokevat tänä päivänä. Audiovisuaalisuus yhdistää ääntä ja kuvaa. Tuntemattomalle tulisi antaa ääni ja kuva.

Ennakkoluulot ja vanhanaikaiset, jopa romanttiset käsitykset joutaisivat jo romukoppaan. Merenkulkijoiden ammatin arvostus pitäisi saada paremmalle tasolle, näin myös päteviä nuoria lähtemään alalle. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

6.3 Vaikuttamisviestintä

Kastepohja on jakanut mediavaikuttamisen teorial (2004, 99-100) vaikuttamisviestinnän neljään malliin.

1. Vaikuttamisviestinnän tulee olla onnistuakseen mielenkiintoisesti esitettyä, jotta se saa huomion, ja mediankäyttäjät motivoituu olemaan tietyn mediaviestinnän parissa. Motivaatioon vaikuttaa merkittävästi ympäristön tilaus kyseiselle viestinnälle. Toista maailman sotaa edeltävä lama osi Saksassa kiitollisen propagandaperusan natsien viestinnälleen. Jos tilausta ei ole, voidaan pyrkiä luomaan sellainen markkinointiviestinnän avulla.
2. Vaikuttamisviestinnän tulee olla tarpeeksi lähellä mediakäyttäjän vallitsevia arvoja, ettei tapahdu torjuntareaktiota liian suurten näkemuserojen kesken. Eroa voi olla, jos sillä on voitu motivoida ajatteluprosessia arvojen oikeellisuudesta. Ihminen kun on taipuvainen vertaamaan arvojaan muiden kanssa.
3. Vaikuttaminen tulee muotoilla niin, ettei sitä koeta asennemuokkauksena. Viihteellisyys on noussut välineeksi. Viihteen keskeltä ei huomata asenteiden kultivoimista haluttuun suuntaan. Viihtymisen median parissa luo mahdollisuuden jakaa vaikuttajan sanomaa. Parasta vaikuttamista onkin sellainen asenteiden muokkaaminen, jota mediayleisö ei koe vaikuttamiseksi.
4. Vaikuttamisviestintä on luonteeltaan pitkäkestoista toimintaa ja usein vuosien määrätietoinen työn seuraus. Tähän pyrkii myös yritysten pr-toiminta. Tähän menetelmään perustuvat usein mainos ja kampanjatiedottaminen.

Suomen merenkulussa meriklusterilla tarkoitetaan merellisten elinkeinojen yhteenliittymää. Merenkulku, meriteollisuus ja satamatoiminnot yhdessä muodostavat korkean teollisuuden ja teknologian alan, jota arvostetaan maailmalla huippuosaamisena. Merenklusteri pitää sisällään menestystarinoita sekä ihmisistä että yrityksistä. Dokumentaarinen tosi-tv-ohjelmasarja merenkulusta avaisi täysin uuden väylän merenkulun sidosryhmille esittää ja todentaa omien tehtäviensä merkityksiä. Tutkimuksessa kysyttiin, toimisiko tosi-tv myös merenkulun sektorilla toimivien yritysten ja osaajien mahdollisena esittelynä. Vastajista selkeästi suurin osa uskoi tunnettavuuden lisääntymisen mahdollisuuteen dokumentaarisen tosi-tv:n kautta.

Hyvinkin varmasti. Se ei vaan saisi olla liian läpinäkyvää, tosi-tv muuttuisi ostostv:ksi, työstä kertova ohjelma mainokseksi. (Mies, 18-40, merenkulun ammattilainen

Tosi-tv on merenkululle mahdollisuus. Mahdollisuus kertoa dokumentaarisen tosi-tv:n keinoin tämän päivän merenkulun merkityksestä yhteiskunnallisesti sekä merenkulkijoiden vastuullisesta työstä intensiivisesti. Dokumentaarinen kerronta on kuvaus todellisuutta, jossa katsojan ja kuvan välille virittyy kytkös, jossa molemmat voivat muotoutua uudestaan. Filmille tallennettu materiaali ei voi representoida maailman liikettä, sillä kohdatessaan uuden katseen materiaali muovautuu uuteen muotoon. Tässä mielessä elokuva on aina todellisuuden värinää. (Ridell ym. 2006, 61). Paneutuminen dokumentaarisen tosi-tv-ohjelman tyyliin ja kerrontaan parantaa lopputulosta. Laivan lähtö satamasta siihen, kun laivan peräpeili katoaa horisonttiin peräaaltojen saattamana, tai se kun jäänmurtaja irrottaa kauppa-aluksen liikkuvasta jääkentästä on rikas tapahtumaketju. Tämän tapahtumaketjun alun ja lopun väliin mahtuu keskikohta klassisen draaman kaaren mukaisesti. Kun tämä tarina leikataan muotoon, josta katsoja saa yhtenäisen kuvan, hänen havaintonsa jää hallituksi ja viihdyttäväksi kokonaisuudeksi hänen mieleensä. Ihmisen havaintokyky ja muisti ovat rajoitettuja, jolloin kokonaisen tarinan tai ohjelman hallitakseen ohjelman tulee olla sellainen, että katsoja käsittää sen alusta loppuun kaikin aistein. Kun tehdään dokumentaarista tosi-tv:tä, ollaan myös luovan työn parissa jossa kaikkien osatekijöiden yhteinen tulos vaikuttaa kokonaisuuteen.

Tv-ohjelma on tekijöiden ja yhteistyökumppaneiden subjektiivisen näkemyksen kompromissi, se onko sillä tekemistä "oikean" kanssa on kyseenalaista. Toki se voi antaa ohjeita miten PITÄISI toimia. Todellisuus kun on kuitenkin tarua ihmeellisempää. (Tuottaja 1)

6.4 Viestinnän tarpeet

Tänä päivänä media on erittäin laaja ja dynaaminen käsite, joka muuttuu koko ajan. Medialla on tietty liukkaus, johon tarvitsee osaamista ja ymmärrystä jotta tarttumapinta pitää. Radio- ja televisiotutkimuksen metodologiaa käsittelevässä kirjassa (Ala-Fossi 2008, 207) pohditaan yleisöä ja sen suhdetta nykyisyyteen sekä tulevaisuuteen. Miten tutkija voi pysyä alati liikkuvan yleisön perässä sitä tutkiakseen? Miten ymmärtää yleisöjen suhdetta samoihin sisältöihin eri medioissa tai eri sisältöihin yhdessä ja samassa mediassa? Miten ylipäätään löytää jatkuvien median muutosten joukosta ne, joilla on suurinta merkitystä tulevaisuuden muotoutumisessa ja erityisesti tarjonnan kehittämisessä? Uudet teknologiat mahdollistaisivat myös

konkreettisen ja nykyaikaisen tavan lähestyä suurta yleisöä tutkimuksen vastaajien mukaan. Media on muuttunut viskositeetiltaan hyvin liikkuvaksi, kuten esimerkiksi sosiaalisen median kentältä on huomattu. Mediayleisö nähdään Kastepohjan mukaan (2004, 78) valintoja tekevänä vallankäyttäjänä. Tällöin myös media kilpailee käyttäjistään muiden sosiaalisia tarpeita tyydyttävien tekijöiden kanssa. Käyttötarkoitusteorian mukaan yleisön valikoidessa itseään kiinnostavia mediakanavia ja ohjelmia käyttäjä ei tule vaikutetuksi, ellei viestintä motivoi häntä viihtymään median parissa. Katz, Blumer & Gurevitch erittelevät mediankäyttötarpeille ja motivaatiolle viisi tasoa (Kastepohja 2004, 78-79).

1. Tiedolliset tarpeet: Tällä tarkoitetaan informaatioon, tiedon ja ymmärryksen vahvistamista. Nämä tarpeet perustuvat haluun ymmärtää ja hallita ympäristöä. Tiedolliset tarpeet tyydyttävät myös uteliaisuutta tai tutkimusviettiä.
2. Kokemukselliset tarpeet: Tähän ryhmään kuuluvat tarpeet, jotka liittyvät estetiikkaan, mielihyvään ja tunnekokemuksen vahvistamiseen.
3. Minän rakentamisen tarpeet: Tähän ryhmään kuuluvat tarpeet, jotka liittyvät yksilön uskottavuuteen, itseluottamukseen ja henkiseen tasapainoon.
4. Sosiaalisen rakentamisen tarpeet: Tähän ryhmään kuuluvat tarpeet, jotka liittyvät yhteyden vahvistamiseen perheeseen, ystäviin tai ympärillä olevaan maailmaan. Nämä perustuvat yksilön haluun liittoutua.
5. Vapauden tunteen tarpeet: Tällä tarkoitetaan tarpeita, jotka liittyvät haluun paeta todellisuutta, vapautua jännitteistä tai muuttaa elämän suuntaa.

Vastaajien mukaan suurella osalla väestöä mukaan lukien usein viranomaiset ja poliitikot ei ole useinkaan ymmärrystä ja käsitystä siitä, millainen konkreettinen vastuu ihmishengistä ja ympäristöstä merenkulkijoilla on. Suhosen mukaan (1994, 44) joukkoviestinnän vaikutukset koskevat suuren yleisön lisäksi myös valtaa käyttäviä eliittiryhmiä. He muodostavat joukkoviestinnän perusteella muun ohessa kuvaa kansalaisten käsityksistä sekä omista mahdollisuuksistaan muokata niitä. Dokumentaarinen tosi-tv merenkulusta koettiin moderniksi tavaksi nostaa ihmisten yleissivistystä sekä kehittää merenkulun imagoa. Tutkimuksen kohderyhmän

tv-tuottajat kokivat yksimielisesti tosi-tv:n erinomaiseksi tavaksi tiedottaa merenkulusta. Tuottajien päivittäisenä työkenttänä on tv-tuotannot ja erilaiset ohjelmasarjat sekä konseptit valtakunnallisilla tv-kanavilla, jolloin heidän vastauksillaan on erityinen painoarvo.

Asian kiinnostavuus varmasti ohjaa päättäjiä ja antaa myös lisää tietoa päätösten pohjaksi. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Tosi-tv-ohjelmien kirjo on niin laaja, että niiden yhteys totuuteen ja realismiin vaihtelee merkittävästi. On tosi-tv-ohjelmia, joissa tarinankertojat, siis tuottajat, käsikirjoittajat ja leikkaajat, päättävät ohjelman tarinan kulun. He ovat laittaneet ihmiset tietynlaisiin tilanteisiin ja valitsevat, mitä kuvastusta materiaalista näytetään ja missä valossa. (Maikkula 2010, 3). Kun taas eri ammattiryhmistä tehdyissä seuranta-tosi-tv-ohjelmissa (ks. dokusoap) kamera seuraa todellisia autenttisia tapahtumia ilman tarkempaa käsikirjoitusta sekä ympärille luotua keinotekoisia ympäristöä. Se on siis tosi ja totuutta ilmentävää audiovisuaalista kerrontaa. Totuuden näkökulma voi hämärtyä, kun kuvamateriaali leikataan ja sille tehdään selostusteksti eli speak, joka johdattelee katsojaa. Pragmaattisen totuusteorian mukaan väite ja käsitys on tosi, jos se on toimiva, käyttökelpoinen, hyödyllinen tai arvokas. Pragmaattinen totuusteoria korostaa käytännöllistä hyödyllisyyttä. Teorian ongelma on se, että kaikki sellainen, mihin teorian määreitä ei voida soveltaa, jää kiinnostuksen ulkopuolelle. Tosi-tv:n tosi eli todellisuuden vertaukset ovat pragmaattisen totuusteorian suuntaisia. Totuuden ratkaisu voi olla tosi-tv:n kohdalla moniselitteisempi jolloin ratkaisu totuuteen jää huomioimatta.

Tutkija Anu Mustosen mukaan (1991, 145) analysoimalla televisio-ohjelmien sisältöjä ei vielä voida tietää ohjelmasisältöjen mahdollisia vaikutuksia ihmisten käyttäytymiseen ja ajatteluun. Zuckerin mukaan (Suhonen 1994, 49) mitä vähemmän omia kokemuksia ihmisillä on jostakin asiasta, sitä riippuvaisempia he ovat tämän asian suhteen joukkotiedotuksen välittämästä informaatiosta. Voidaan kuitenkin tarkastella, millaista materiaalia televisio tarjoaa ajattelun ja jopa maailmankuvan aineiksi katsojille, jotka ovat avoimia muodostamaan käsityksiään kuvaruudun tarinoiden perusteella. Mustosen analyysi on merkittävä suurempien kokonaisuuksien hahmottamiseksi. Televisioruudun merkitys on valtava. Tutkimukseen vastanneista valtaosan mielestä tosi-tv-ohjelmasarja merenkulusta

hyvin toteutettuna edistäisi sitä kuvaa, mikä merenkulusta on. Merenkulun ulkoinen viestintä on sirpaleista, ja selkeää linjaa sekä kokonaisuutta on valtaväestön vaikea hahmottaa merenkulusta. Tämän vuoksi olisi tärkeää tuoda ulkoisessa viestinnässä esille myös merenkulkijoiden yhteiskunnallinen rooli merkittävänä toimijana sekä kansantalouden tavaravirtojen logistisen rotaation edellytyksenä. Juholinin mukaan (2006, 317) muutosviestinnällä tarkoitetaan siirtymistä tilasta tai tilanteesta toiseen. Siinä ajattelumalleja ja toimintatapoja arvioidaan uudessa valossa ja muokataan uusiksi, jolloin aiemmat perusmäärittelyt muuttuvat toisiksi. Muutoksilla yritykset ja muut yhteisöt hakevat yleensä parempaa kilpailukykyä, tehokkuutta ja tuottavuutta. Voidaanko tosi-tv:n avulla lisätä ihmisten tietoutta merenkulun turvallisuustekijöistä, ekologisesta sekä kuljetustaloudellisesta merkityksestä?

Aivan varmasti, sillä monet eivät vain yksinkertaisesti ole koskaan tulleet ajatelleeksi merenkulussa muita ammatteja kuin juoppo merimies, ampiaisia vääntävä baaritarjoilija ja ”herra Stig Ombord” upeassa univormussaan. (Nainen, 41-64, työskentelee merenkulun sektorilla)

Maikkulan mukaan (2010, 29-30) tosi-tv-ohjelmiin osallistuvat ihmiset ovat ehdottomasti vahvuus, mikä osaltaan selittää ohjelmien suosiota. Tosi-tv:tä käsikirjoittava Maikkula toteaaakin, että tosi-tv:n käsikirjoittajan moraalit on sama kuin ihmisen moraalit yleensä. Tekijän täytyy toimia niin kuin oikeaksi katsoo muussakin elämässä. Tosi-TV ei ole mikään villi länsi, jonka sisällä pätsisivät mitkään muut lait kuin yhteiskunnassa yleensä. Suomalainen tietty vaatimattomuus heijastuu usein luovissa projekteissa. Yksi tosi-tv:n tekemisessä esiintyvä kysymys on sen eettisyys. Kuvattavaksi antautuvat henkilöt ovat lihaa ja verta ja heidän antautumisensa kuvattavaksi tuo mukanaan valtavan vastuun, johon ei pidä millään asteella suhtautua välinpitämättömästi. Heittäytyminen uuteen, ja mahdollisesti vielä kameroiden seurattavaksi ei ole välttämättä helppoa. Henkilön kuitenkin täytyy olla kiinnostava, katsojan täytyy löytää hänestä kosketuspintaa ja on kyettävä samaistumaan häneen (Aaltonen 2011, 96).

Varmasti jos vain saadaan jotkut tahot tekemään ja vapaaehtoiset kameran eteen. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

6.5 Kerronnan sisällöstä

Niin draamallisessa kuin muissakin rakennetyypeissä syntyy vahva eteenpäin vievä liike, etenemisliike. Katsoja kiinnostuu ohjelmasta ja haluaa tietää, nähdä ja kokea lisää. Ohjelma ikään kuin vetää tai imaisee hänet mukaansa. Katsojassa synnytetään odotuksia, joita ei kokonaan täytetä ennen kuin lopussa. Katsoja esittää itselleen koko ajan kysymyksiä. (Aaltonen 2007, 47.) Ari Hiltusen mukaan (1999, 149-150) hyvässä tarinassa yhdistyy oikean nautinnon neljä eri tekijää: tarvitaan ensinnäkin emotionaalinen taso, joka sisältää jännityksen ja sitä tuottavan dramaturgisen rakenteen. Toiseksi tarvitaan moraalinen taso, jolle epäoikeudenmukainen kärsimys kuuluu. Samaistumista ja jännitystä ei synny, elleivät tapahtumat ole uskottavia ja loogisia. Tehokkaaseen eläytymiseen tarvitaan vielä symbolinen taso, joka tarjoaa katsojalle mahdollisuuden kuvitella tarina omaan elämään soveltuvana myönteisenä ratkaisumallina. Herkmanin mukaan (2001, 181) audiovisuaalinen kerronta asemoi katsojan johonkin positioon, josta hän katsoo tarinan maailmaa. Pääasiallisin tekijä katsojan asemoitumisessa todellisuuteen on kameran tuottama näkökulma, jonka katsoja omaksuu ”automaattisesti” antautuessaan visuaalisen maailman vietäväksi.

Kyllä, mutta ohjelman tulisi esitellä merenkulkualan ammatteja tasapuolisesti keskittymättä liikaa komentosillan herrasmiehiin ja -naisiin. Suurin pula kuitenkin Suomessa kai alkaa olla miehistöstä ja konepäällystöstä. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Televisio viehättää ja vangitsee paitsi tarinoin myös ilmaisumuotona, elokuvan tapaan. Vastaavasti esimerkiksi peli- ja tietokoneiden pelien lumo ei selity vain pelinä. Mikä merkitys käyttökokemukselle on television teknisellä ilmaisumuodolla, kun liikkuva kuva- ja äänimaailma tulvii ja välkky kodin taikalaatikosta napin painalluksella. (Ala-Fossi ym. 2008, 55.) Television merkityksiä voi olla monia, niin kuin tutkimuksen vastauksissa on huomattu. Ranskalainen elokuvakriitikko ja esseisti Andre Bazin pohti 50-luvulla elokuvan ja todellisuuden suhdetta lähinnä realistisen taidekäsityksen innoittamana. Bazinin mukaan valokuva redusoi todellisuuden yksittäisessä kuvassa, sen rajoissa. Tähän reproduktioon elokuva toi ajallisen ulottuvuuden. Kun maalaus kehyksineen oli keskihakuinen kokonaisuus, oli valkokangas dynamiikaltaan keskipakoinen: se oli ikkuna todellisuuteen. (Salmi 1993,

152-153.) Merenkulku alana on hyvin tuntematon, jolloin tuntemattoman tuominen julkiseksi muuttaisi varmasti paljon asioita. Asenteet muuttuisivat ja tietous lisääntyisi. Eräs vastaaja kysyi, miksi kokkaamisesta on tullut trendikkäin ammatti. Ruuanlaitosta on tullut yksi nuorten miesten ykkösammateista, mihin vaikuttavat varmasti useat televisiosta tulevat ruokaohjelmat. Kokkiohjelmat on leikattu kiinnostavaksi kokonaisuudeksi sekä henkilöt on karismaattisia. Kokkikoulu kiehtoo nuoria ammatinvalintaa pohtivia. Syyt on helppo löytää. Äidin tilalle kokkausohjelmiin on laitettu sanavalmis ja ulospäin suuntautunut muotitietoinen kaveri, jolla selleri pysyy käsissä. Ohjelmat ovat leikattu nopeatempoiseen tyyliin ja katsoja saadaan imaistua mukaan ohjelman virtaan.

Kyllä. Varsinkin poliisit ja pelastajat sarja on ollut erittäin hyvin toteutettua ja ne varmasti vaikuttavat alalle hakijoiden määrään. (Mies, 18-40, merenkulun ammattilainen)

Ulkoisia syitä, kuten ihmisen sosioekonomista statusta, ikää ja rotua pidetään merkittävänä ammatinvalinnan kannalta sosiologisissa teorioissa. Ammatinvalinta voidaan myös nähdä pyrkimyksenä tyydyttää yksilön tarpeita; teorian mukaan ihminen voi elää viettiensä mukaisesti oikean ammatinvalinnan kautta. (Lyytinen ym. 2001, 376.) Tämän päivän kanavien ohjelmavirtaan mahtuu yhteen viikkoon useita tunnin pituisia ruoka tai sisustusohjelmia, joissa tehdään yksi ruokalaji tai sisustetaan makuuhuone. Tästä asiasta on saatu viihdettä, joka kiinnostaa ihmisiä sekä tähän ohjelmatyyppeihin on tehty kokonaisuus, jossa rytmi, kerronta ja ihmiset ovat kiinnostavia. Se, mikä voidaan liittää kokonaisuuteen tai poistaa siitä ilman näkyviä seurauksia, ei ole kokonaisuuden osa (Aristoteles 335 EAA, 29). Kun oikeat ihmiset tekevät ohjelman jäänmurtaajista tai luotsauksesta, saa aiheesta varmasti kiinnostavan tai vähintään sen, mitä se todellisuudessa on. Toteutuksen pitää vain olla laadukas. TV-tuottajat vastasivat myös yksimielisen positiivisesti kysymykseen dokumentaarista tosi-tv-ohjelmasarjasta merenkulusta. Kiinnostus merenkulusta kertovaa ohjelmasarjaa kohtaan on kuitenkin tutkimuksen vastaajilla ilmeistä. Tämän päivän nuoret ovat kasvaneet sirpaleiseen ja visuaalisuuden kyllästäämään maailmaan, josta suuret ja loogisesti etenevät kertomukset ovat vähentyneet huomattavasti. Laura Honkimäki puhuu tutkimuksessaan (2011, 1) julkisuuden arvonnousun suuremmasta trendistä, johon on vaikuttanut etenkin eri viestintävälineiden hivuttautuminen osaksi ihmisten arkipäivää. Puhutaan kulttuurimme medioitumisesta.

Media luo ilmiöitä ja puheenaiheita ja muokkaa näin myös itsensä ulkopuolista todellisuutta, toisaalta taas tavallinen elämä muuttuu yhä enemmän medioiden välittämäksi. Voisikin ajatella, että nuoria viehättäisivät tällaista todellisuutta heijastelevat dokumentaariset ohjelmat kuten Luotsit tai Jäänmurtajat.

Mediaa laajasti hyödyntämällä, tarinoiden ja ihmisten kautta. (TV-Tuottaja 2)

Tiedämme, että viestillä, oli se sitten televisio-ohjelma, elokuva tai lehtiartikkeli, on aina tekijänsä ja tekijällä oma henkilökohtainen näkemyksensä viestin sisältöön. Viestit ovat siis aina jonkun tai joidenkin tulkintoja siitä, millainen todellisuus on. Merenkulku on yksi osatodellisuus suuremmasta todellisuudesta. Tulkintojen ja valintojen tulosta ovat uutis- ja asiaohjelmat, mutta erityisesti sellaisia ovat fiktiiviset ohjelmat. Fiktiivisiltä televisio-ohjelmilta odotamme harvemmin suoranaista vastaavuutta todellisen maailman kanssa. Pääasia on, että ohjelma esittää todellisuutta jokseenkin ymmärrettävästi ja uskottavasti. Jos ohjelman tapahtumat ovat uskottavia ja henkilöhahmot todentuntuksia, voi dokumentaarinen tosi-tv-ohjelmasarja toteuttaa juuri sen, mihin pyritään. Fiktiivisten eli kerronnallisten ohjelmien realistisuutta ei arvioida samalla tavalla suhteessa ulkoiseen todellisuuteen kuin uutis- ja asiaohjelmien realistisuutta.

6.6 Tosi-tv:n vaikutus

Tosi-tv nivoo yhteen faktaa, fiktiota, arjen toistoa, draamaa ja parhaimmillaan myös tarinoita. Alalajeihin kuuluu dokumentaarisia saippuasarjoja, kuten paikan päällä tapahtuvia ammattiryhmien kuvauksia. Yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa tosi-tv on nähty uuden yhteiskunta- ja kulttuurimuodon maastona ja kenttänä, jossa se on yhdistetty uuteen talouteen, kontrolliyhteiskuntaan ja tapoihin, joilla minuuks brändätään kulutusyhteiskunnassa. (Oksanen 2008, 220.) Lehtitietojen mukaan tosi-tv:llä on ollut vaikutusta nuorten ammatinvalintaan. Erilaiset tosi-tv-ohjelmat mm. poliisin ja palomiesten ammateista ovat mahdollistaneet melko realistisia käsityksiä siitä, millaista esimerkiksi poliisin työ voi olla. Merenkulku työpaikkana ja alana on lähes ”näkymätön” verrattuna poliisin työhön, joka näyttäytyy jokapäiväisessä elämässämme. Näkymätön tulisi saada näkyväksi.

Ihmisten tulee tietää mistä ja miten banaanit, bensat ja barbinuket tulevat. (Mies, 41-64, merenkulun ammattilainen)

Laajuutensa ja aivan poikkeuksellisen painoarvonsa kautta televisio tuottaa vaikutuksia, jotka eivät ehkä ole ennennäkemättömiä, mutta kuitenkin täysin uudenlaisia (Bourdieu 1999, 64). Televisio on yhdistänyt maailmoja jo vuosikymmeniä ja ollut merkittävä tiedotuksen sekä viihteen lähteenä. Televisiolla on ollut myös merkittävä rooli kulttuurissa, trendien luomisessa, taloudessa sekä siinä miten me näemme ja koemme ympäröivän maailman. Plasmanäyttö, tietokoneen monitori tai matkapuhelin ovat yksinkertaisia mekaanisia laitteita, jotka vastaanottavat signaaleja. Jokaisen laitteen tyhjä tausta on valmiina vastaanottamaan televisioon tuotettua materiaalia. (Kellison 2009, 17.) Valtaväestöön vaikuttaminen on mahdollista, jos ympäröivät tekijät ovat vaikuttamiselle suotuisat. Tämä tapahtuu usein pitkällä aikavälillä ja siten, että vastaanottaja ei havaitse vaikutusta tai asenteidensa kultivoitumista. Vaikuttamisen eettinen oikeutuksellisuus perustuu Kastepohjan mukaan (2004, 112) yhteisön ja yksilön arvoihin. Banaanit ja barbinuket tulevat muuten konttilaivalla...

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

”Suunnitelma, jota ei voi muuttaa on huono suunnitelma.”

(Publilius Syrus)

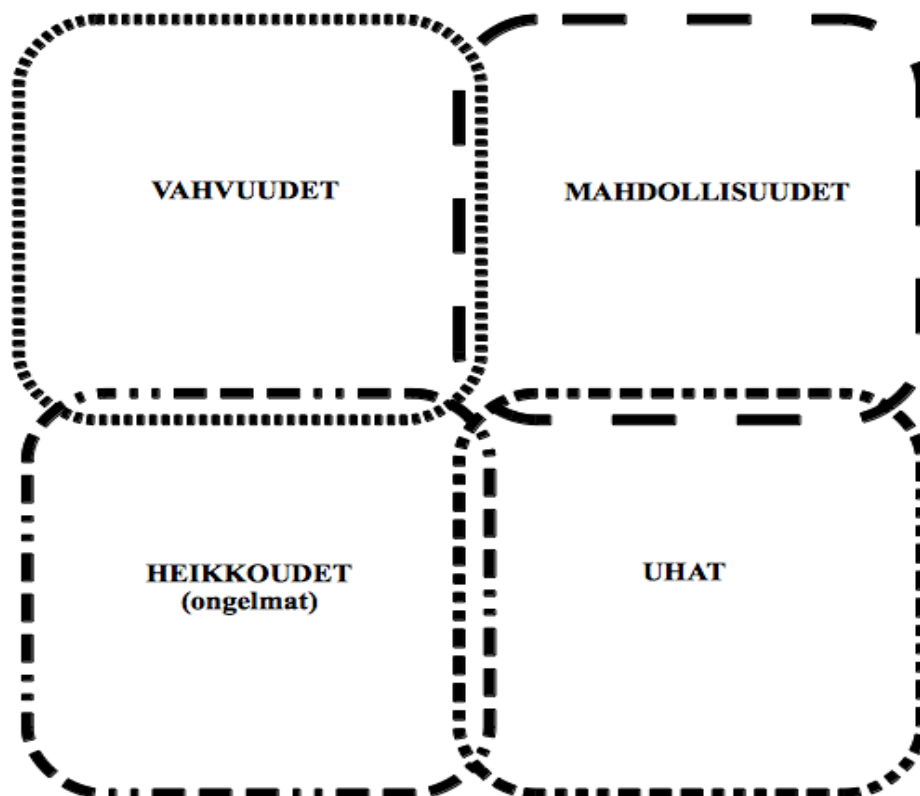
7.1 Johtopäätökset SWOT- analyysin nelikentän mukaisesti

Kamensky määrittelee (Juholin 2006, 64-65) strategian seuraavasti: ” Strategia on yhteisön tietoinen keskeisten tavoitteiden ja toiminnan suuntaviivojen valinta muuttuvassa maailmassa.” Kyse on siis valinnoista lukemattomien vaihtoehtojen joukosta. Merenkulun hypoteettinen viestintästrategia voidaan määrittellä mukailen Juholinia seuraavasti: Merenkulun viestintästrategia muodostuu niistä toimintaa yhdensuuntaistavista määrittelyistä, valinnoista ja tavoitteista, joita soveltamalla ja toteuttamalla merenkulku menestyy nyt ja tulevaisuudessa. Se tapahtuu hyödyntämällä viestintäresursseja yhteisesti mahdollisimman hyvin. Strategiassa päähuomio on tulevaisuudessa. Viestintästrategia koetaan usein vaikeaksi käsitteeksi ja juhlalliseksi asiaksi. Se voidaan aivan hyvin korvata arkisemmilla käsitteillä, kuten suuntaviivat, linjaukset, pelisäännöt ja tavoitteet. Viestintä on yhteisyyden tuottamista ja ylläpitämistä, jolloin yhteisön on oltava tietoinen omasta olemuksestaan suhteessa muihin. (Aula ym. 2000, 10-11.)

SWOT- analyysi on usein käytetty arvointimenetelmä strategisessa suunnittelussa. Sen avulla esim. järjestö pystyy määrittelemään omaa asemaansa suhteessa itseensä ja ulkomaailmaan. Menetelmää voidaan käyttää myös jonkin idean hyödynnettävyyden arviointiin. (Opintokeskus www-sivut 2012). Tutkimuksen johtopäätöksissä käytetään hyväksi SWOT- analyysin nelikenttämällin induktiivista sisällönanalyysimenetelmää. SWOT-analyysi soveltui parhaaksi tavaksi johtopäätöksissä luokitella, ryhmitellä ja abstraktoida aineistoa, jotta kokonaisuus hahmottuisi parhaiten synteettiseen muotoon. SWOT sana tulee englannin kielen sanoista Strengths, Weakness, Opportunity, Threads eli vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. Nykytilaa kuvaavat vahvuudet tarkoittavat voimavaroja tai resursseja, joiden avulla päämäärät on mahdollista saavuttaa. Heikkoudet kuvaavat nykyisiä toiminnan esteitä, rajoituksia tai epäkohtia tavoitteiden saavuttamiseksi. Tulevaisuutta kuvaavat toiminnan mahdollisuudet ja uhat. SWOT-menetelmässä yksi ja sama ilmiö voi kuulua myös useampaan kuin yhteen nelikentän osioon. Se voi olla vahvuus ja heikkous samaan aikaan riippuen tarkasteltavasta näkökulmasta.

Johtopäätökset pääluvun alaotsikot on jaettu SWOT-analyysin mukaisesti kategorioihin (vahvuudet, heikkoudet (ongelmat), mahdollisuudet ja uhat) päättelyn avulla. Jokaisessa alaluvussa on tutkimuksen johtopäätökset kerätty yhteen, jolloin on viime kädessä määritelty, miten tutkimuskohde on tematisoitu ja mitä asioita siitä on nostettu esille. Tutkimuksen hypoteesina oli, että dokumentaarinen tosi-tv ohjelmasarja merenkulusta voi edistää merenkulun tunnettavuutta. Tutkimusprosessi on ollut avoin sen suhteen, että sen kuluessa on edetty vastaajien mielipiteiden muodostumiseen sekä niiden diskursiivisten merkityksien pohdintaan. Pyrkimys on ollut saada syventävää ymmärrystä tutkittavan aiheen kohteesta myös monipuolista kirjallisuutta, tutkielmia ja lehtiartikkeleita hyväksi käyttäen, ja se kiteytyy johtopäätöksien SWOT- analyysissä.

SWOT-analyysin nelikenttämalliin kiteytetyt teesit ovat vasta ensiaskel merenkulun tunnettavuuden edistämiseksi suurelle yleisölle. SWOT-analyysin tarkoitus on aiheuttaa keskustelua merenkulun toimijoissa, ja parhaassa tapauksessa ”herättää” katsomaan merenkulkua ja sen ulkoisen viestinnän tilaa aivan uudesta näkökulmasta. Jo aikaisemmin tutkimuksessa on todettu, että mielikuva suurelle yleisölle voi syntyä monella tavalla. Käsitys merenkulusta on muodostunut suurelle yleisölle pitkälle siitä, kuinka se on kerrottu joukkoviestintävälineissä, kuten televisiossa ja lehdistössä.



Kuvio 1. SWOT- analyysin nelikenttämalli

7.1.1 Vahvuudet

Merenkulku ei ole käsitteenä mikään selkeästi määritelty kokonaisuus. Vahvuudet ovat yhteisöstä tai arvioitavasta ideasta itsestään lähtöisin. Tässä tutkimuksessa voidaan esim. miettiä merenkulun ominaispiirteitä, rakenteita, ympäristöä, toimintakulttuuria, asenteita sekä suuren yleisön suhdetta merenkulkuun. Vahvuuksia kartoitettaessa voidaan esim. kysyä mikä meillä on hyvää. Mikä toimii? Missä on onnistuttu? Vahvuuksien kartoittamisessa on realistisuus tärkeää: niitä ei tule liioitella, mutta ei pidä olla liian vaatimatonkaan.

VAHVUUDET

- Olemassa oleva merenkulun ”todellinen maailma”
- Merenkulku vaikuttaa jokaisen elämään jollain tavalla
- Merenkulku on kansainvälinen ympäristö
- Paljon osaavia merenkulun ammattilaisia
- Merenkulussa (meriklusteri) kestävätkö taloudellinen ympäristö
- Sinisen meren strategia (ei kilpailua suurelle yleisölle)
- Dokumentaarinen tosi-tv on erittäin suosittua katsojatilastojen mukaan
- Merenkulku on erittäin tapahtumarikas ympäristö
- Merenkulun parissa työskentelevät haluavat itse kertoa omasta työstään suurelle yleisölle
- Uudenlainen näkökulma merenkulkuun

7.1.2 Mahdollisuudet

Mahdollisuudet juontuvat usein ulkomaailmasta käsin. Yhteisön tai jonkun idean mahdollisuuksiin vaikuttavat mm. erilaiset väestötrendit, tottumukset, käyttäytymismallit yhteiskunnallisesti että laajemmin, esim. yhteiskunnallinen ja taloudellinen kehitys sekä median kiinnostus merenkulkua kohtaan. Voidaan pohtia, miten merenkulku voi osaltaan vahvistaa myönteistä kehitystä.

MAHDOLLISUUDET

- Merenkulun ja merenkulkijoiden arvostuksen nostaminen
- Yhteiskunnallisen merkityksen ja identiteetin vahvistaminen
- Näkyvyys merenkululle valtakunnallisesti tai jopa kansainvälisesti
- Näkyvyyden tuomat uudet mahdollisuudet
- Myynti ja markkinointi parantuu
- Yritysmaailman suhteiden rakentaminen ja koordinointi
- Yhteinen verkostoituminen ja tiedottaminen
- Innovaatioiden ja viihtyvyyden lisääntyminen
- Ihmiset tietävät, mitä merenkulku todellisuudessa tänä päivänä on
- Ennakkoluulot ja asenteet merenkulua kohtaan vähenisivät tai poistuisivat
- Ihmisten yleistietous merenkulusta paranisi
- Luodaan innovatiivinen työskentelyilmapiiri
- Merenkulun pariin hakisi enemmän nuoria töihin ja koulutukseen
- Poliittiset päättäjät ja viranomaiset ymmärtäisivät enemmän merenkulusta päätöksiensä tueksi
- Tiedonkulku eri merenkulun oppilaitosten, yritysten ja toimijoiden välillä paranisi
- Merenkulun ulkoinen viestintä löytäisi uudet yhteiset tavoitteet
- Merenkulun ja sen toimijoiden imago paranee
- Löydetään uusia kontakteja tuotanto- ja mediataloihin
- Monitieteellisyyden lisääntyminen
- Aineettoman pääoman merkityksen nousu

7.1.3 Heikkoudet

Heikkoudet ovat myös sisältä lähteviä. Mikä esim. merenkulussa on sellaista, joka estää suunnitelmia toteutumasta? Voidaan jälleen analysoida esim. merenkulun ominaispiirteitä, rakenteita, ympäristöä, toimintakulttuuria, asenteita ja suuren yleisön suhdetta merenkulkuun. Heikkouksia kartoitettaessa voidaan tehdä seuraavanlaisia kysymyksiä, esim. missä emme ole onnistuneet? Mikä ei toimi hyvin? Mitä pitäisi välttää tulevaisuudessa? Tärkeää on olla menemättä henkilökohtaisuuksiin: yhden ihmisen toimintaa ei voi eikä kannata nimetä merenkulun ulkoisen viestinnän heikkoudeksi.

HEIKKOUEDET

- Tahtotila panostaa merenkulun tunnettavuuden edistämiseksi
- Tahto toimia yhdessä – onko sitä?
- Asennoitumisongelmat ja ennakkoluulot
- Rahoituksen saamisen ongelmat
- Uudenlainen näkökulma merenkulkuun
- Huonot kontaktit tuotanto- ja mediataloihin
- Ei nähdä yhteisiä päämääriä kaikkien merenkulun toimijoiden hyväksi
- Tiedonkulku eri merenkulun oppilaitosten, yritysten ja toimijoiden välillä on heikkoa
- Merenkulun toimijat eivät näe dokumentaarisen tosi-tv:n merkitystä merenkululle
- Vähäinen tuotannollinen kokemus
- Ei mittareita
- Merenkulun ulkoinen viestintä on sirpaleista
- Ei kehitysmuutautunut suurelle yleisölle

7.1.4 Uhat

Uhat ovat lähitulevaisuudessa näkyviä ongelmia tai asioita, joita tulisi välttää esim. uusi näkökulma merenkulkuun voidaan kokea uhkana. Kuten mahdollisuudetkin, uhat ovat ulkoisia. Nekin lähtevät ympäröivästä yhteiskunnasta ja niitä voi aiheuttaa samat asiat kuin mahdollisuuksiakin. Uhkia kartoitettaessa kannattaa kysyä paitsi suoranaisia uhkia, myös asioita joita tulee seurata, että niiden negatiiviset vaikutukset voidaan minimoida, jos niistä muodostuu aitoja uhkia.

UHAT

- TV- yhtiöt eivät kiinnostu
- Luottamusta ei synny, joku tahoo ajaa vain omaa etuaan
- Kateus, yhteisiä intressejä ei löydy
- ”Luovien” alojen hehkutus koetaan uhkana
- Dokumentaarista tosi-tv:tä ei pidetä mielekkäänä tai tärkeänä
- Nurkkakuntaisuus
- Negatiivinen asenne ja suhtautuminen tv-tuotantoihin
- Aktiivista toimintaa ei synny
- Ristiriidat aiheuttavat sitoutumattomuutta
- Rahoitusta ei löydy
- Kun tuloksia ei synny hetkessä, turhaudutaan

7.2 Tutkimuksen arviointi

Tutkimusta arvioitaessa on hyväksyttävä se, että kaikki tutkimus on tutkijan tekemää rakennelmaa tietyistä puitteista ja tietyillä rakennusaineilla. Joku toinen voisi tehdä samoista palasista hieman toisen näköisen tuotoksen. Näin ollen niin kvalitatiivinen kuin kvantitatiivinenkin tutkimus on aina yhdenlainen versio tutkittavasta aiheesta, eikä siihen voida koskaan täysin luottaa ts. se ei tarjoa objektiivista, absoluuttista tietoa, vaikka näin haluttaisiin turvallisuuden tunteen lisäämiseksi ajatella. Tutkijoiden saamista tuloksista voidaan toki tehdä joitakin johtopäätöksiä, mutta tulokset ovat aina kontekstuaalisia eli mm. aikaan, paikkaan ja tutkijaan sidoksissa olevia asioita. Tiedekin on inhimillistä toimintaa yrityksineen ja erehdyksineen, vaikka siinä kyllä pyritään tekemään pätevää ja ahdollisimman luotettavaa tutkimusta. Toistamalla tutkimuksia uusissa olosuhteissa, harjoittamalla triangulaatiota, kehittämällä tutkimusasetelmia ja tutkimalla saman aihepiirin arkistoaineistoja voidaan nähdä, saadaanko aiheesta samansuuntaisia tuloksia, jolloin tutkimusten unformaatioarvo ja luotettavuus kasvavat.

Tutkimuksen luotettavuutta ja laatua tarkasteltaessa kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa nojaututaan usein reliabiliteetin ja validiteetin käsitteisiin. Reliabiliteetti mittaa määrällisessä tutkimuksessa sitä, miten hyvin tutkimuksen kysymykset antaisivat samanlaiset vastaukset, jos tutkimus toistettaisiin. Laadullisessa eli kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkimuksen tekijä itse on päätutkimusinstrumentti, jolloin tutkimus ei voi olla koskaan täysin samanlainen ja toistettavissa. Toinen tutkija voi tehdä samanlaisen tutkimuksen, mutta vastauksista ei tule täysin samanlaisia tuloksia, koska tutkijan omat taustat ja ominaisuudet vaikuttavat tehtyihin tulkintoihin ja johtopäätöksiin. (KvaliMOTV [www-sivut](http://www.kvalimotv.fi) 2012.)

Tämän tutkimuksen tutkimuskysymysten vastauksista luotiin myös määrälliseen tutkimukseen tyypillinen graafinen esitys jäsentämään ja havainnollistamaan kokonaisuuksia kuitenkin ilman määrällisen tutkimuksen reliabiliteetin mukaisia täsmällisiä normeja. Tutkimuskysymykset olivat avoimia ja ne lähetettiin sähköpostitse. Vastaukset olivat hyvin erilaisia nojaten jokaisen vastaajan subjektiiviseen näkemykseen, ikään, sukupuoleen ja omaan narratiiviseen kokemustaustaan peilaten. Tutkimuksen vastausprosentti oli melko alhainen, 13 %, mikä myös vaikuttaa suoraan tutkimuksen reliabiliteettiin. Sosiaalipolitiikan

professori J.P. Roos totesi radiossa äskettäin, että kyselytutkimusten vastausprosentit ovat huolestuttavasti pudonneet. ”Parikymmentä vuotta sitten vastausprosentti oli 80 prosenttia, nykyisin on hyvä jos saa yli 50.”

Tutkimuksen luotettavuuden ymmärtäminen käytännössä ja teoriassa vaatii jatkuvaa työtä koko tutkimusprosessin ajan. Tutkimuksen tekeminen ensikertalaisena voi aiheuttaa tutkimukseen vääristymiä, jotka voivat johtua kokemattomuudesta ja myös omasta tietämättömyydestä. Prosessina tutkimuksen tekeminen on hyvin kasvattavaa myös luotettavuuden ja laadun osalta. Arviointiin liittyvien käsitteiden ymmärtäminen vahvistuu koko tutkimusprosessin ajan. Tutkimuksen tekemistä voi verrata laivan reittisuunnitelman tekemiseen ilman minkäänlaista päällystön merenkulun koulutusta. Reittisuunnitelman voi tehdä, mutta jotta se täyttäisi kaikki normit ja kriteerit koko matkalta, on tiedettävä monta asiaa. Tietämisen lisäksi asiat on myös ymmärrettävä. Vaikka tutkimuksen tekemiseen oli valmistauduttu yhtenä oppiaineena, vertaus reittisuunnitelman tekemisestä toimii mielestäni hyvin. Luonnollisesti opiskelu ja kouluttautuminen ovat vahvistaneet käsitteistön ymmärtämistä sekä kasvattaneet myös arvioimaan tutkimuksen luotettavuutta ja laatua tutkimusprosessin edetessä.

Validiteetti laadullisessa tutkimuksessa kuvaa sitä, miten hyvin valitut tutkimusmenetelmät, lähestymistavat ja tekniikat todellisuudessa onnistuvatmittaamaan sitä, mitä haluttiin mitata. Tutkimuksen metodiksi valittiin fenomenologia, joka antaa mahdollisuuden tutkijalle katsoa laajasti, ja tutkia tutkimuksen aiheena olevaa ilmiötä ja analysoida sitä. Tutkijan subjektiivinen maailma heijastuu siihen miten tutkija paljastaa tutkittavien eli vastaajien käsityksiä heidän maailmastaan tutkimuksen asiakontekstiin niin hyvin kuin mahdollista. Tässä tutkimuksessa tutkijalla on selkeä oletamus siitä, että kenelläkään ei ole mahdollisuutta saada kyseisestä aiheesta millään muullakaan tutkimusmenetelmällä objektiivista totuutta. Tutkimuksessa on pyritty mahdollisimman selkeästi seuraamaan tarkkaa raportointia systemaattisesti sekä tutkimuskaavaa noudattaen. Laadullinen tutkimus on aina tutkijansa näköinen eikä siis tarjoa objektiivista totuutta.

7.3 Jatkotutkimusehdotukset

Tosi-tv:n ja merenkulun yhteyttä ei ole tutkittu aikaisemmin. Audiovisuaalisuus on käsitteenä laaja, ja tässä tutkimuksessa tosi-tv toimi osana audiovisuaalisuuden määrittä. Tätä kautta tosi-tv ja merenkulku yhdistyivät tämän tutkimuksen viitekehyksessä. Audiovisuaalisuus, televisio sekä multimediakenttä uuden median ohella ovat moniulotteinen kenttä, jossa tutkimuksia on tehty hyvinkin laaja-alaisesti. Merkittävänä tavoitteena on myös luovan ajattelun tuominen lähemmäs merenkulkua ja kaikkea toimintaa sen ympärillä. Kun pystytään ajattelemaan ennakkoluulottomasti eteenpäin kehittäen ja ideoiden intensiivisesti, löydetään uusia innovaatioita ja ratkaisumalleja erilaisiin ongelmiin. Liian insinöörivetoinen ja tekninen ajattelu sulkee pois humanimpaa lähestymistä ja ratkaisumalleja. Merenkulusta on tehty valtava määrä opinnäytetöitä ja tutkimuksia, mutta näkökulma on ollut lähes aina täysin kietoutunut merenkulkuun itseensä ympäristönä, teknisinä laitteina tai suoraan sidosryhmiensä kautta. Tämä tutkimus tuo television ja merenkulun toisilleen melko tuntemattomia elementtejä yhteen.

Toivottavaa olisi luonnollisesti se, että tämän tutkimuksen tuloksista olisi jotakin käytännön hyötyä tulevaisuudessa. Kuitenkin tutkimuksen käytännön hyötyjä ja vaikutuksia on mahdotonta arvioida tässä vaiheessa. Toivottavaa olisi myös, että tämä työ vahvistaisi merenkulun parissa työskenteleviä sekä heidän identiteettiään osana merenkulun ammattilaisia. Identiteetillä tarkoitan sitä arvostusta ja ymmärrystä, mitä valtaväestöltä tulee. Tutkimuskysymyksiin saadut vastaukset antavat selkeän viestin, että merenkulku on hyvin etäinen maailma valtaväestölle. Valtaväestön ja merenkulun välissä on liian suuri kuilu. Ennakkoluulot ja väärinkäsitykset täyttävät kuilun sisällön. Parasta olisi, jos tutkimus antaisi sysäyksen merenkulun ulkoisen viestinnän vahvistamiselle sekä ulkoiselle tiedottamiselle, jota kautta merenkulun arvostusta ja ymmärrystä saisi vahvistettua. Tärkeää olisi myös innostaa uusia ja päteviä nuoria merenkulun pariin.

Itselleni tutkimuksen aihe ja sen dynamiikka on ollut tietyllä tavalla muuttuva koko tutkimusprosessin ajan. Jossain vaiheessa on tehtävä päätös ja laitettava piste tutkimukselle. Työ ja kiinnostus aihetta kohtaan on vain kasvanut tutkimuksen tekemisen myötä. Kysymysten määrä ja vastausten nälkä on vain kasvanut mielessäni. Tutkimuksen mukana on tullut esille useita aiheita, jotka voisivat olla esimerkiksi jatkotutkimukselle otollisia. Niin tässä työssä kuin myös kaikissa tutkimuksissa yhtenä

tärkeimpänä asiana on ollut motivaatio, halu ja kiinnostus saada vastauksia asioihin. Mahdollisen jatkotutkimuksen tekijöille toivonkin nälkäistä motivaatiota tehdä asioita ja ottaa asioista selvää. tosi-tv:n, median ja merenkulun monialaisessa kentässä tutkittavaa riittää jatkossakin. Humaanimpi ja luovempi lähestyminen merenkulkuun itsessään antaa jo valtavan määrän jatkotutkimusaiheita. Jatkotutkimuksissa olisi mielenkiintoista selvittää esimerkiksi merenkulkijoiden suhdetta sosiaaliseen mediaan ja sen merkityksiin tai löytää mahdollisia kehitysprojekteja median ja merenkulun välillä. Entä kuinka saisi merenkulun pirstaleisen ulkoisen viestinnän integroitua toimivaksi työkaluksi, joka jakaa yhteisillä päämäärillä viestintää valtaväestölle?

Yhtenä tutkimusteemana voitaisiin vertailla erilaisten tutkimusorganisaatioiden ja ammattikorkeakoulujen kokemuksia merenkulun ulkoisesta viestinnästä: Miten valtamediaa voitaisiin tehokkaammin hyödyntää merenkulun viestinnässä ja mitä mahdollisuuksia esimerkiksi sosiaalinen media tarjoaa merenkulun viestinnän toteutukseen? Mahdollisena vertailukohteena voisivat olla myös laajasti eri mediat, kuten televisio, internet, radio ja uusi media. Humaanimpi lähestyminen ja ote merenkulkuun sekä luovempien ihmisten saaminen merenkulun pariin tuo merenkulun kosketuspinnan lähemmäs suurta yleisöä. Erilaisten innovaatioiden ja teknisten laitteiden kehittyminen saisi samalla tarvittavaa uudenlaista näkökulmaa. Tutkimusten tekeminen merenkulussa pyrki pois tavanomaisista ja laajenisi hakemaan erilaisia tuloksia ja merkityksiä asioille merenkulun kentältä.



Kuva 2. Pilotin kuvaukset 2011.

LOPPUSANAT

”There is no wasted job, no wasted time for writer. Life experience is everything. Without it, what is there to write about? If you’re working at a McDomanalds and you’re an aspiring writer, you can write the greatest story about the French-fryer that anyone ever wrote. When I was in my 20s, I was in very big hurry. I wanted to succeed yesterday. But what I know now is ”get a life,” continue to work out there in the world, continue to write, and know that everything you do is material fo your work”.

(Kellison 2009, 271.)

Tutkimus on ollut kokonaisuudessaan erittäin mielenkiintoinen prosessi. Tutkimuksen tekemisen aikana olen saanut aivan uusia näkökulmia ja ulottuvuuksia merenkulkuun, audiovisuaaliseen tuotantoon ja filosofiaan. Mukanani on seurannut paikasta toiseen suuri ja painava kangaskassi, joka on ollut täynnä kymmeniä kirjoja. Kirjoja länsimaisen kirjallisuuden kritiikin perusteoksesta ja käsikirjoittamisen alkeista aina laajoihin tutkimusraportteihin televisiotutkimuksesta. Tutkimusta tehdessäni olen huomannut lukevani suurella mielenkiinnolla fenomenologian teoksia 1800-luvun loppupuolelta tähän päivään sekä pohtivani elämän ja ilmiöiden filosofisia kysymyksiä aina dramaturgian juurille asti. Käydessäni lävitse kirjallisuutta intuitio ja tietty intohimo on vienyt minut aina uusille kiinnostuksen kohteille, jotka eivät kuitenkaan kohtaa tämän tutkimuksen kontekstissa tai teksteissä. Uskon kaiken lukemani olevan minulle kuitenkin jossain vaiheessa elämää hyödyksi, vaikka vain elämäntarkastuksellisesti ja avarakatseisuuden lisäämiseksi. Oma laaja kiinnostukseni kaikkeen aiheen ympäriltä on toisaalta vaikeuttanut asioiden jäsentämistä ja lokeroimista konkreettisesti tässä tutkimuksessa. Toisaalta taas taiteen tekeminen ja sen eri muodot ovat olleet minulle tärkeä harrastus, joka tulee minusta itsestäni sisältä. Kuvaus on kiinnostanut siitä asti, kun sain ensimmäisen kamerani. Äänen ja liikkeen tultua mukaan videokameran muodossa innostuin audiovisuaalisesta tekemisestä enemmän. Aloittaessani luotsin työssä 2007 rupesin kuvaamaan luotsin työtä ja kaikkea sen ympäriltä. Kamerana toimi niin tavallisen kameran videotointo, kännykkäkamera kuin tavallinen digitaalinen videokamera. Tärkeintä oli saada tallennettua materiaalia ja tapahtumavirran autentista tunnelmaa. Koottuani enemmän AV-materiaalia luotsauksesta editoin materiaalin jonkin asteiseksi

orgaaniseksi kokonaisuudeksi. Omasta tekemisistäni muodostui tv-tuotannoissa yleisesti käytetty tuotantoketju: alkutuotanto, tuotanto ja jälkituotanto. Omien kuvauksieni aiheen muoto ja sisältö rupesi hahmottumaan minullekin paremmin. Aiheita voi olla lukemattomia, ja lukemattomista aiheista on jo tehty elokuvia ja ohjelmia. Erityiseksi elokuvan tai ohjelman tekee se, mistä näkökulmasta aihetta tarkastellaan ja käsitellään. Kuvaamisen ja kiinnostuksen myötä minulle rupesi avautumaan laajempi ymmärrys siitä, kuinka dokumentteja ja tv-ohjelmia tehdään. Syventyminen aina länsimaisen kirjallisuuskritiikin ja käsikirjoittajien perusteokseen Aristoteleen Runousoppiin johdatti tragedian ja draaman juurille. Toisaalta kirjoja lukemalla ei opi päteväksi audiovisuaaliseksi sisällöntuottajaksi, mutta kirjoista sai rakennepiirustukset ja pienoismallin siihen, kuinka fiktiota ja ei-fiktiota tehdään. Audiovisuaalinen tekeminen kaikessa laajuudessaan on kiehtovaa, välillä eteneminen on helppoa ja välillä vaikeaa, pitää olla kärsivällinen ja luottaa omaan näkemykseensä sekä olla valmis yllätyksiin.

Välillä tutkimuksen edetessä on tullut tunne, että asiat eivät löydä oikeata kohtaa ja suhdetta. Rytmä ja asioiden jäsentyminen on hakenut paikkaansa. Olen vain joutunut rullaamaan työni raakaversiota tietokoneellani metreittäin ja hakenut asiayhteyden tämän tutkimuksen tarkoitusperilleni. Toisaalla olen mielessäni verranut tutkimustani maalauksen tekemiseen. Taiteilijalla voi olla selkeä kuva mielessä, millaiseksi hän teoksensa tekee, mutta öljyvärin kuivuessa ja työn edetessä näkemys muuttuu, ja työ voi olla vaikea nähdä valmiina. Valmiina niin, että taiteilija on tyytyväinen ja niin, että kaikki väritkontrastit ja valo ovat tasapainossa. Milloin taiteilija tietää sitten teoksen olevan täysin valmis? Mitään ei voi poistaa ja mitään ei voi lisätä. Tässä tutkimuksessa tuli jossain kohtaa laittaa vain piste ja tyytyä siihen, mitä on kirjoittanut. Aika ei vain riittänyt mutta, halua olisi ollut vielä paljonkin. Toisaalta tämän tutkimuksen valmistuminen siirtää energiaa kahden kovalevyllä odottavan dokumentin käsikirjoittamiseen ja raakaleikkaukseen. Niin moni asia viehättää, mutta aika on rajallinen. Laadullisen tutkimuksen viehätys perustuu mielestäni juuri siihen, että siinä pyritään ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä. Tällä tarkoitetaan ilmiön merkityksen ja tarkoituksen selvittämistä sekä kokonaisvaltaisen ja syvemmän käsityksen saamista ilmiöstä.

LÄHTEET

- Aaltonen, Jouko. 2007. *Käsikirjoittajan työkalut. Audiovisuaalisen käsikirjoituksen tekijän opas*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Aaltonen, Jouko. 2011. *Seikkailu todellisuuteen. Dokumenttielokuvan tekijän opas*. Helsinki: Like.
- Aarikka, Juha. 2004. *Tosi-TV osana dokumentarismia*. [Verkkodokumentti]. Opinnäytetyö. Diakonia-ammattikorkeakoulu, Turun yksikkö. Viestinnän koulutusohjelma. Medianomi (AMK). [Viitattu 25.03.2012]. Saatavissa: http://kirjastot.diak.fi/files/diak_lib/Turku2004/f09e68_AarikkaJuha04.pdf
- Ala-Fossi, Marko. Herkman, Juha. & Keinonen, Heidi. 2008. *Radio- ja televisiotutkimuksen metodologiaa*. Tampere: Tampere University.
- Aristoteles. 335 EAA. 1994. *Runousoppi*. Suomennos Pentti Saarikoski. Suomennos ilmestyi ensimmäisen kerran 1967. Keuruu: Otava.
- Aristoteles. 335 EAA. 1994. *Runousoppi IX. Retoriikka. Runousoppi*. Suomentanut Paavo Hohti. Tampere: Gaudeamus kirja.
- Aula, Pekka & Hakala, Salli. (toim.) 2000. *Kolmet kasvot*. Loki-Kirjat. Helsinki: Paino Lainet Oy
- Bourdieu, Pierre. 1999. *Sur la television. Televisiosta*. (Alkuperäisteos 1996.) Suom. Tiina Arppe. Keuruu: Otava.
- Finnpanel www-sivut. Viitattu 31.03.2012. <http://www.finnpanel.fi>
- Freedman, Mike & Tregoe, Benjamin. 2003. *Strategisen johtamisen taito*. Suomennos: Inkeri Palmroth. Helsinki: Rastor.
- Essany, Annette. 2008. *Reality Check-The Business and Art of Producing Reality TV*. Burlington: Focal Press.
- Haase, Antti. 2003. *Suomalaisen dokumenttielokuvan rahoitus ja tuotantoprosessi*. [Verkkodokumentti]. Diplomityö. Tuotantotalouden osasto. Tampereen teknillinen yliopisto. [Viitattu 25.03.2012]. Saatavissa: <http://www.ses.fi/dokumentit/Dokumenttielokuvan%20rahoitus%20ja%20tuotantoprosessi.pdf>
- Hakala, Juha T. 1999. *Graduopas: melkein maisterin niksikirja*. Helsinki: Gaudeamus.

- Harisalo, Risto. 2011. *Luovuuden teknologia. Ideontimenetemat organisaatioiden luovuuden vahvistajana*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Harisalo, R., Keskipetäjä, T. & Talkkari A. 2003. *Otin kynän kynsihin. Ohjeita tutkimuksen tekijöille*. 2.painos. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Heidegger, Martin. 2000. *Kirje humanismista. Maailmankuvan aika*. Alkuperäisteos 1938. Käännös 2000. Markku Lehtinen. Helsinki: Tutkijaliitto.
- Heidegger, Martin. 2010. *Johdatus metafysiikkaan. Alkuperäisteos 1953. Käännös 2010. Jussi Backman*. Helsinki: Tutkijaliitto.
- Heikkilä, Jorma. 2010. *Luovasta ideasta innovaatioon. Luovuus ja innovaatiot selviytymiskeinoina*. Turku: Oy Enostone Ltd.
- Heikkilä, Tarja. 2008. *Tilastollinen tutkimus*. 6 painos. Helsinki: Edita.
- Herkman, Juha. 2001. *Audiovisuaalinen mediakulttuuri*. Tampere: Vastapaino.
- Hill, Annette. 2005. *Reality TV Audiences and popular factual television*. New York: Routledge.
- Hiltunen, Ari. 1999. *Menestystarinan anatomia. Aristoteles Hollywoodissa*. Helsinki: Gaudeamus.
- Honkimäki, Laura. 2011. *Mä olisin niin toivonuet sä olisit osanu laulaa. Tosi-tv musiikkiteollisuuden tähtitakomona*. Tampereen yliopisto. Yhteiskunta- ja kulttuuritieteiden yksikkö. Etnomusiikin pro gradu -tutkielma.
- Husserl, Edmund 1995. *Fenomenologian idea*. Alkuperäisteos 1954. Saksankielinen alkuteos Die Idee der Phenomenologie. Suomennos Juha Himanka, Janita Hämäläinen ja Hannu Silvenius. Helsinki: Loki-kirjat.
- Husserl, Edmund. 2010. *Uudistuminen ja ihmisuus*. Alkuperäisteos 1954. Toimittanut Heinämaa, Sara. Käännös: Miettinen, T., Pulkkinen, Simo & Taipale, Joonas. Helsinki: Tutkijaliitto.
- Höckert, Iida. 2011. *Tosi-tv ja tavisten voima. Case Matkaoppaat*. [verkkodokumentti]. Viestinnän koulutusohjelman opinnäytetyö. Tampereen ammattikorkeakoulu. Mediatuottaminen 07. [Viitattu 25.03.2012]. Saatavissa: https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/27571/Hockert_Iida.pdf_sequence=1

Juholin, Elisa. 2006. *Viestintä strategiasta käytäntöön*. 4. uudistettu painos. Helsinki: Infor.

Jyväskylän yliopisto. WWW-sivut 2012. Luettu 27.04.2012.

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineiston-analyysimenetelmat/diskurssianalyysi>

Järvinen, Pekka 2012: *Ihmisten johtaminen on taitolaji*. Vieraskynä. Helsingin Sanomat 27.03.2012 s. 2.

Kantola, Anu; Moring, Inka ja Väliverronen, Esa (toim.). 1998. *Media analyysi. Tekstistä tulkintaan*. Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.

Kastepohja, Ilkka. 2004. *Mediavaikuttamisen teorioita*. Yhteisöviestinnän pro gradu -tutkielma. Viestintätieteiden laitos. Jyväskylän yliopisto. [Viitattu 25.04.2012]. Saatavissa:

https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/12991/URN_NBN_fi_jyu-200541.pdf?sequence=1

Kellison, Cathrine. 2009. *Producing for TV and New Media. A Real-World Approach for Producers*. USA: Published by Elsevier Inc.

Kunelius, Risto. 1999. *Viestinnän vallassa*. Johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin. Juva: WSOY.

KvaliMOTV www-sivut. Viitattu 18.05.2012 .

http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_3_3.html

Laaksovirta, Tuula. 1988. *Tutkimuksen lukeminen ja tekeminen*. Helsinki: Kirjastopalvelu.

Leino, Tomi. 2003. *Sanoista eläviä kuvia. Käsikirjoittajan opas*. Helsinki: Otava.

Luotsauslaki. 2003. 3.12.2010/1050 muutoksineen.

Lyytinen, P., Korhonen, M. & Lyytinen, H. 2001. *Näkökulmia kehityopsykologiaan*. Kehitys kontekstissään. Porvoo: WSOY.

Maikkula, Melli. 2010: *Harkinta, intuitio, sattuma*. Tosi tv:n dramaturgiaa. Taiteen maisterin opinnäyte. Elokvataiteen ja lavastustaiteen laitos. Elokvataiteen koulutusohjelma. Elokuva- ja tv-käsikirjoituksen suuntautumisvaihtoehto.

Melissos, 470 EAA. *Fragmentit. Luonnosta ja olemisesta*. Suomennos: Valta, Reijo. 2002. Jyväskylä: Kopijyvä.

Meriteollisuus. WWW-sivut 2012. [Viitattu 25.04.2012].
<http://www.meriteollisuus.fi/Meriteollisuus/>

Metsämuuronen, Jari. 2001. *Laadullisen tutkimuksen perusteet. Metodologia -sarja 4*. Toinen tarkistettu painos. Helsinki: International Melhelp.

Metsämuuronen, Jari. 2002. *Laadullisen tutkimuksen perusteet*. Helsinki: International Methelp.

Miettinen, Timo., Pulkkinen, Simo. & Taipale, Joonas. 2010. *Fenomenologian ydinkysymyksiä*. Helsinki: Gaudeamus.

Mustonen, Anu. 1991. *Aggressio Suomen televisiossa*. Helsinki: Yleisradio.

Oksanen, Atte. 2008. *Markkinoitu minuus: Subjektin brändäys Tosi-TV:n aikakaudella*. Teoksessa Ojajärvi, Jussi ja Steinby, Liisa (toim.). *Minä ja markkinavoimat: Yksilö kulttuuri ja yhteiskunta uusliberalismin valtakaudella*. Helsinki: Avain.

Opintokeskus. WWW-sivut 2012. Luettu 08.05.2012. <http://ok-opintokeskus.fi/swot-analyysi>

Pihlaja, Juhani. 2005. *Tutkielma tietoa rakentamalla*. Lahti: Soceda.

Pitkäranta, Ari. 2009. *Epälineaarinen arvoketju. Ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitystoiminnan organisointi osaksi epälineaarista arvoketjua*. Akateeminen väitöskirja. Tampereen yliopisto. [Viitattu 25.04.2012]. Saatavissa:
<http://acta.uta.fi/pdf/978-951-44-7589-4.pdf>

Ridell, Seija., Väliaho, Pasi. & Sihvonen, Tanja. 2006. *Mediaa käsittämässä*. Tampere: Vastapaino.

Ruusunen, Aimo toim. 2002. *Media muuttuu*. Helsinki: Gaudemus.

Saksala, Elina. 2008. *Asiaa ruudussa, TV-dokumentin anatomia*. Helsinki: Like.

Salmi, Hannu. 1993. *Elokuva ja historia*. Helsinki: Painatuskeskus.

Suhonen, Pertti. 1994. *Mediat, me ja ympäristö*. Helsinki: Hanki ja jää.

Tolonen, Jussi. 2012. Missä Idea? Helsingin Sanomat 22.03.2012.

Tuomi, Jouni. 2007. *Tutki ja lue. Johdatus tieteellisen tekstin ymmärtämiseen*. Helsinki: Tammi.

Työministeriö. WWW-sivut 2012. Työhallinnon julkaisu 345. *Luova työote – tuottava työ. Työelämälähtöiseen luovuuteen perustuva tuottavuusstrategia*. Luettu 15.05.2012. http://www.mol.fi/mol/fi/99_pdf/fi/06_tyoministerio/06_julkaisut/07_julkaisu/thj345.pdf

Vesala, Kari-Mikko. & Rantanen, Teemu. 2007. *Argumentaatio ja tulkinta. Laadullisen asennetutkimuksen lähestymistapa*. Helsinki: Gaudeamus.

Vilka, Hanna. 2006. *Tutki ja havainnoi*. Helsinki: Tammi.

Viskari, Sinikka. 2001. *Tieteellisen kirjoittamisen perusteet. Opas kirjoittamiseen ja seminaarityöskentelyyn*. Tampere: Tampereen yliopisto.

Tervehdys Tutkimuskysymysten vastaanottaja!

LIITE 1

HUOM! Klikkaa sähköpostissa "Vastaa tai Reply" toimintoa, jotta vastaaminen onnistuu!

Opiskelen Kotkassa Merenkulun ylempää ammattikorkeakoulututkintoa Merenkulun hallinnon koulutusohjelmassa. Opiskeluni alkoi 2008 ja olen nyt päässyt opinnäytetyövaiheeseen. Oman työn ohessa opiskelu voi olla haastavaa mutta myös mielenkiintoista ja kasvattavaa, suosittelen!

Opinnäytetyöni aihe on "Merenkulun tunnettavuuden edistäminen audiovisuaalisin keinoin valtamediassa".

Vastaa taustatietoihin (a–d) yhdellä sanalla. Tutkimuskysymyksiin (1-8) voi vastata yhdellä sanalla tai vapaamuotoisesti. Perustelut ja mielipiteet ovat pelkkää plussaa. Vastaa aina jokaisen kysymyksen alapuolelle. Vastaukset käsitellään anonyymisti. Vastaukset minulle viimeistään 30.09.2011 mennessä. Kiitos!!

Teemu Leppälä

TAUSTATIEDOT

- a. Oletko nainen vai mies? (nainen tai mies)
- b. Mihin ikäryhmään kuulut? (7-17v), (18-40v), (41-64v) tai (65-95v)
- c. Onko sinulla jonkin asteinen merenkulun koulutus? (on tai ei)
- d. Työskenteletkö merenkulun sektorilla joissain tehtävissä tai oletko työskennellyt? (kyllä tai en)

TUTKIMUSKYSYMYKSET

1. Millä tavoin merenkulku mielestäsi voitaisiin tuoda tunnetuksi suurelle yleisölle?
2. Oletko katsonut tv:stä tulleita tosi-tv sarjoja kuten Poliisit, Pelastajat ja Tulli tms?
3. Kiinnostaisiko sinua katsoa tosi-tv-sarjaa merenkulun toimijoista kuten Luotsit tai Jäänmurtajat?
4. Oletko sitä mieltä, että tosi-tv:n avulla ihmisten tietoutta merenkulun turvallisuustekijöistä, ekologisesta sekä kuljetustaloudellista merkityksestä voitaisiin lisätä?
5. Oletko sitä mieltä, että tosi-tv pystyisi kertomaan merenkulusta realistisesti?
6. Miksi suuren yleisön tulisi tietää mielestäsi merenkulusta enemmän?
7. Toimisiko tosi-tv myös merenkulun sektorilla toimivien yritysten ja osajien tunnettavuuden mahdollisena esittelynä?
8. Oletko sitä mieltä, että tosi-tv merenkulusta vaikuttaisi nuorten ammatinvalintaan?



DOCUSOAP

LUOTSI LAIVASSA (työnimi)

Idea / Synopsis / Treatment / Kuvakäsikirjoitus / Speak

lokakuu 2009 / Teemu Leppälä





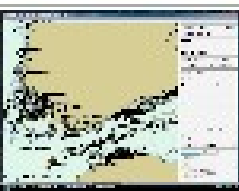



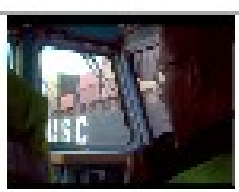

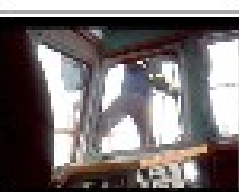
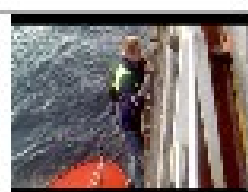
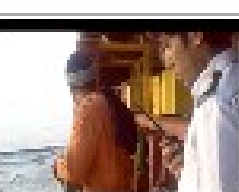

OHJELMAEHDOTUS version 0.1

ARKIREALITY

ICEBREAKERS

Idea / Synopsis / Treatment / Kohtausluettelo

huhtikuu 2010 / Teemu Leppälä

1		LAIVA SAAPUU	2		VTS VALVOO
		ext/päivä			int/päivä
		meri			VTS keskus
3		LAIVAA VALVOTAAN	4		LUOTSIN HERÄTYS
		int/data			ext/päivä
		graafikka			meri
5		LUOTSI VALMISTAUTUU	6		MATKA LAIVALLE
		int/päivä			veneint/päivä
		luotsiasema			luotsivene
7		YHTEYS LAIVAAN	8		LUOTSIVENE
		veneint/päivä			ext/päivä
		luotsivene			meri
9		KULJETTAJA TARKKANA	10		LUOTSI KIIPEÄÄ
		veneint/päivä			laivaext/päivä
		luotsivene			laiva
11		PERÄMIES VALVOO	12		LUOTSI LAIVASSA
		laivaext/päivä			laiva int/päivä
		laiva			laiva

Kuva 1. Esimerkki kuvakäsikirjoituksen (storyboard) osasta.

Kanava	Osuus vrk:n katselusta	Osuus klo 18–23 katselusta	Keskimääräinen viikkotavoittavuus henkilöitä	Keskimääräinen viikkotavoittavuus prosenttia
YLE TV1	23,3 %	22,1 %	3 728 000	79 %
YLE TV2	16,9 %	16,0 %	3 767 000	79 %
YLE Teema	2,6 %	2,8 %	2 416 000	51 %
YLE FST5	1,6 %	1,7 %	2 133 000	45 %
YLE yhteensä	44,4 %	42,6 %	4 107 000	87 %
MTV3	21,8 %	24,2 %	3 968 000	84 %
MTV Oy:n maksukanavat	2,0 %	1,3 %	737 000	16 %
Sub	6,1 %	7,4 %	3 086 000	65 %
MTV Oy yhteensä	30,3 %	33,2 %	4 102 000	87 %
Nelonen	9,2 %	10,2 %	3 563 000	75 %
JIM	3,1 %	2,8 %	2 450 000	52 %
Liv	2,3 %	2,2 %	2 087 000	44 %
Nelosen maksukanavat	0,5 %	0,4 %	484 000	10 %
Nelonen Media yhteensä	15,0 %	15,5 %	3 810 000	80 %
TV5	2,6 %	2,7 %	2 010 000	42 %
The Voice	0,4 %	0,2 %	614 000	13 %
Music TV	0,5 %	0,3 %	556 000	12 %
The Discovery Channel	0,5 %	0,3 %	354 000	7 %
SuomiTV	0,5 %	0,7 %	1 175 000	25 %
Muut	5,7 %	4,4 %	1 668 000	35 %
Yhteensä	100,0 %	100,0 %	4 369 000	92 %

Kuva 2. Katselun jakaantuminen kanaville 2011. (Finnpanel www-sivut 2012)