



Löytöretki suomalaisen toivoon -ohjelmasarjan konseptointi Yle Radio 1 –kanavalle.

Satu Kivelä



Tekijä(t) Satu Kivelä	
Koulutusohjelma Journalismin koulutus, medianomi (ylempi AMK)	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Löytöretki suomalaiseen toivon ohjelmasarjan konseptointi Yle Radio 1 -kanavalle.	Sivu- ja liitesivumäärä 74 + 11
<p>Kehittämishankkeeni tarkoituksena oli ideoida, konseptoida ja toteuttaa Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarja Yle Radio 1 -kanavalle. Ohjelmasarjan ideoinnin taustalla oli James-journalismi, joka pyrkii vastaamaan yleisön tarpeisiin.</p> <p>Kehittämishankkeeni tavoitteenani oli selvittää miten megatrendejä ja trendiä voisi hyödyntää uuden radio-ohjelman ideoinnissa ja konseptoinnissa?</p> <p>Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa hyödynsin valitsemiani megatrendejä: terveyden korostumisen, yksilöllisen elämäntyylin, tarinallisuuden ja organisaatioiden verkottumista eli kumppanuutta. Hyödynsin myös aitouden trendiä.</p> <p>Huomioin ohjelmasarjan ideoinnissa Yle Radio 1:n brändin ja kuuntelijatutkimuksen tulokset. Kerron uuden radio-ohjelman tekovaiheista, konseptista sekä visuaalisuuden ja sosiaalisen median merkityksestä radio-ohjelmasarjalle.</p> <p>Valitsin kehittämishankkeeni lähestymistavaksi konstrukttiivisen tutkimuksen, koska se sopi erityisen hyvin menetelmäksi juuri silloin, kun tarkoituksena oli luoda konkreettinen uusi tuote. Tässä tapauksessa uusi tuote oli radio-ohjelmasarja Yle Radio 1 -kanavalle.</p> <p>Konstrukttiivinen tutkimus mahdollisti myös monipuolisten menetelmien käytön kehittämishankkeeni yhteydessä. Käytin havainnointia, brainstormausta, haastattelua ja arviointia. Havainnoinnin avulla sain tietoa siitä millaisia artikkeleita ja juttuja hyvinvoinnista jo tehdään. Onko jotain teemoja ja näkökulmia, joista ei jostain syystä tehdä juttuja?</p> <p>Brainstormasin Yle Radio 1:n vastaavan tuottajan Anna Simojoen kanssa ohjelmasarjan konseptista. Graafikko Tuuli Laukkasen kanssa brainstormasin ohjelmasarjan visuaalisuudesta ja sound designer Tapani Kuusniemen kanssa ohjelman tunnuksesta ja välikkeistä. Pitchaus korvasi konseptin testaamisen.</p> <p>Haastattelin Yle Radio 1:n vastaavaa tuottajaa Anna Simojokea teemakuukausien historiasta ja Toivon heinäkuu -teemakuukauden tavoitteesta. Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarja oli osa Yle Radio 1:n teemakuukautta, Toivon heinäkuu, joka kuului kanavan ohjelmistossa 1.7-31.7.2017.</p> <p>Kerron myös haastatteluiden tekemisestä ja editoinnista sekä yhteistyöstä kumppaneiden kanssa.</p> <p>Arvioin konseptin toimivuutta palautteiden ja arviointikeskusteluiden avulla. Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarja sai positiivista palautetta kuuntelijoilta, Yle Radio 1:n vastaavalta tuottajalta Simojolta, haastateltavilta ja kumppaneilta.</p> <p>Megatrendejä ja trendejä kannattaa hyödyntää työkaluina uusien ohjelmasarjojen ideoinnissa ja konseptoinnissa yhdessä tulevaisuuden journalismin lajin, havainnoinnin ja luovan</p>	

journalistisen ideointiprosessin kanssa. Ideoinnissa täytyy huomioida myös median brändi, johon uusi konsepti tai ohjelmasarja tehdään. Kehityshankkeeni voi auttaa toimittajia ja tuottajia uusien konseptien ideoimisessa ja kehittämisessä.

Asiasanat

Tärkeysjärjestyksessä James-journalismi, megatrendit, trendi, konsepti, radio

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Tietoperusta.....	4
2.1	James-journalismi vastaa tarpeisiin	5
2.2	Megatrendit ja trendi	8
2.3	Yle Radio 1:n brändi ja kuuntelijatutkimus	9
2.4	Radio-ohjelmasarjan tekovaiheet	10
2.5	Radio-ohjelman konsepti ja visuaalisuus	13
2.6	Sosiaalinen media	16
3	Konstrukttiivinen lähestymistapa ja menetelmät.....	19
3.1	Konstrukttiivinen tutkimus	20
3.2	Havainnointi	23
3.3	Konseptin pitchaus korvasi demon tekemisen.....	26
3.4	Brainstormaus ohjelman konseptista	28
3.5	Brainstormaus ohjelman visuaalisesta ilmeestä	30
3.6	Brainstormaus ohjelman tunnuksesta ja väliskeistä	31
3.7	Yle Radio 1:n vastaavan tuottajan Anna Simojoen haastattelu.....	32
4	Näin tein Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan Yle Radio 1 -kanavalle	34
4.1	Hyvinvoinnin megatrendi	35
4.2	Yksilöllinen elämäntyyli.....	36
4.3	Tarinallisuuden megatrendi	38
4.4	Kumppanuuden megatrendi	39
4.5	Aitouden trendi.....	41
4.6	Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan konsepti	43
4.7	Haastattelut, äänimaisema ja ohjelmasarjan editointi.....	44
4.8	Ohjelmasarjan julkaisu Yle Areenassa ja visuaalinen ilme.....	47
4.9	Tiedotus, kumppanit ja markkinointi sosiaalisessa mediassa	53
5	Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan palaute ja analyysi	55
5.1	Poimintoja kuuntelijoiden palautteista.....	56
5.2	Arviointikeskustelu Yle Radio 1:n vastaavan tuottajan Anna Simojoen kanssa	57
5.3	Haastateltavien palaute.....	59
5.4	Yhteistyökumppaneiden palaute.....	61
5.4	Kuuntelijaluvut broadcast ja Yle Areena	62
6	Pohdinta	64
6.1	Havainnointi.....	66
6.2	Megatrendit ja trendit	66
6.3	Pitchaus, brainstormaus ja haastattelu.....	69
6.4	Arviointi ja palautteet.....	70

6.5 Kehitettävää	70
6.6 Johtopäätökset	73
Lähteet	76
Liitteet.....	80
Liite 1. Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan tekstit Yle Areenassa.	80
Liite 2. Tiedote.....	82
Liite 3. Mielenterveyden keskusliiton tiedote: Löytöretki suomalaiseen toivoon radiossa 7.7. – 28.7.	84
Liite 4. AntroBlogin kesäohjelma 2017	85
Liite 5. AntroBlogin kolumnit Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjasta.....	86
Oman onnensa seppä.....	86
Onko luonto luonnollista?.....	87
Masentaako kaikkialla maailmassa?	88
Antropologin toivo	89

1 Johdanto

Kehittämishankkeeni tarkoituksena oli ideoida, konseptoida ja toteuttaa Yle Radio 1-kanavalle Löytöretki suomalaiseen toivoon –ohjelmasarja.

Ensimmäisessä luvussa kerron James-journalismista, joka on yleisön tarpeisiin ja kysyntään vastaavaa palvelua. James-journalismi on myös yksi tulevaisuuden journalismin lajeista vuonna 2030. (Heinonen & Ruotsalainen 2014, 23.)

James-journalismi toimi Löytöretki suomalaiseen toivoon –ohjelmasarjan ideoinnin taustalla. Se tuki kehittämishankkeeni tavoitetta. Tavoitteenani oli selvittää miten megatrendejä ja trendiä voisi hyödyntää uuden ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa?

Megatrendit kertovat aina jotain ihmisten tarpeista. Kuluttaja tekee ostopäätöksensä yleensä koetun tarpeen perusteella. (Hiltunen 2017, 27.) Ihminen voi tehdä myös tarpeensa perusteella valinnan siitä millaisia journalistisia sisältöjä hän haluaa valita kulutettavakseen. Trendi kertoo muutoksen suunnasta, joka näkyy lähimenneisyydessä, tässä hetkessä ja voi jatkua tulevaisuudessakin. (Hiltunen 2012, 94.)

Löytöretki suomalaiseen toivoon -sarjan konseptoinnissa hyödynsin yksilöllisen elämäntyylin, terveyden korostumisen, tarinallisuuden ja organisaatioiden verkottumisen eli kumppanuuden megatrendejä. (Hiltunen 2012, 80.) Käytin ohjelmasarjan konseptoinnissa myös aitouden trendiä. (Vaulos & Kolamo 2017.)

Toisessa luvussa esittelen Yle Radio 1:n brändin ja kuuntelijatutkimuksen tuloksia, jotka myös huomioin uuden ohjelmasarjan ideoinnissa. Kerron myös radio-ohjelman ideoinnin ja suunnittelun ja toteutuksen prosessista ja konseptista.

Kerron myös millainen merkitys radio-ohjelmasarjalle on visuaalisuudella ja sosiaalisella medialla. Hain inspiraatiota työhöni lean-ajattelusta, jota hyödynsin ohjelmasarjan ideoinnissa ja tuotannossa soveltuvien osien.

Kolmannessa luvussa kerron kehittämishankkeeni lähestymistavasta, joka oli konstrukttiivinen tutkimus. Se sopi menetelmäksi erityisen hyvin silloin, kun tarkoituksena oli luoda konkreettinen uusi tuote. Tässä yhteydessä uusi tuote oli ohjelmasarja Yle Radio 1 -kanavalle.

Konstruktiiivinen lähestymistapa mahdollisti myös monipuolisten menetelmien käyttämisen. Käytin havainnointia, pitchausta, brainstormausta, haastattelua ja arviointia.

Havainnoin millaisia juttuja hyvinvoinnista tehdään ja miten ihmiset niihin suhtautuvat. Jäikö joitain teemoja käsittelemättä?

Pitchaus toimi ohjelmasarjan idean ja konseptin testinä. Pitchasin ohjelmasarjan idean ja konseptin Yle Radio 1:n vastaavalle tuottajalle Anna Simojolle.

Brainstormausta hyödynsin ohjelmasarjan sisällön, muodon, visuaalisen ja äänellisen maiseman ideoimiseen. Brainstormasin Yle Radio 1:n vastaavan tuottajan Anna Simojoen kanssa, graafikko Tuuli Laukkasen kanssa ja sound designer Tapani Kuusniemen kanssa.

Haastattelin Simojokea liittyen Yle Radio 1:n teemakuukausiin ja Toivon heinäkuuhun, joka kuului kanavan ohjelmistossa 1.7-31.7.2017. Löytöretki suomalaiseen toivoon - ohjelmasarja oli osa Yle Radio 1:n Toivon heinäkuuta.

Neljännessä luvussa kerron, kuinka käytännössä tein Löytöretki suomalaiseen toivoon – ohjelmasarjan ja millä tavalla James-journalismi ja valitut megatrendit ja trendi vaikuttivat ohjelmasarjan konseptiin.

Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan tavoitteena oli käsitellä toivoa ja toivottomuutta niin tutkimustiedon, faktojen kuin haastateltavien omien kokemusten kautta. Ohjelmasarjassa oli neljä näkökulmaa toivoon: luonto, musiikki, kulttuuri ja armo. Haastateltavina olivat ekopsykologi Kirsi Salonen, muusikko Jarkko Martikainen, antropologi Inkeri Aula ja terapeutti Taru Hallikainen.

Kerron myös haastatteluiden tekemisestä, äänimaisemasta ja editoinnista. Kerron myös Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan julkaisusta Yle Arenassa, ohjelmasarjan visuaalisesta ilmeestä sekä yhteistyöstä kumppaneiden kanssa ja markkinoinnista sosiaalisessa mediassa.

Viidennessä luvussa kerron, millaista palautetta sain kuuntelijoilta ohjelmasarjasta. Tämän lisäksi kävin ohjelmasta ja konseptista arviointikeskustelun Yle Radio 1:n vastaavan tuottajan Anna Simojoen kanssa. Pyysin palautetta ohjelmasarjassa mukana olleilta haastateltavilta ja kumppaneilta. Kerron saamastani palautteesta ja analysoin sitä suhteessa ohjelmasarjan konseptiin. Kerron myös ohjelmasarjan kuuntelijaluvuista Yle Radio 1 -kanavalla ja Yle Arenassa.

Kuudennessa luvussa pohdin valitsemieni menetelmien toimivuutta. Kerron missä olisi kehittämisen varaa? Pohdin myös mitä työkaluja aion jatkossa käyttää uusien ohjelmasarjojen konseptoisessa. Kerron millä tavalla megatrendejä ja trendiä voi hyödyntää uuden ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoisessa. Lopuksi kerron millaista hyötyä kehittämishankkeestani voi olla toimittajille ja heidän esimiehilleen.

2 Tietoperusta

Löytöretki suomalaiseen toivoon –ohjelmasarjan ideoinnin taustalla oli James-journalismi. James-journalismi on yleisön tarpeisiin ja kysyntään vastaavaa palvelua. James-journalismi on myös yksi tulevaisuuden journalismin lajeista. Esittelen myös muut tulevaisuuden journalismin lajit, joita voi olla vuonna 2030. (Heinonen & Ruotsalainen 2014, 23.)

Megatrendit ja trendit kertovat ihmisten tarpeista, joten mielestäni James-journalismin laji sopi hyvin kehittämishankkeeseeni, koska se painottaa journalistisessa palvelussaan yleisön tarpeita ja kysyntää, ja se tuki samalla kehittämishankkeeni kysymystä: miten megatrendejä ja trendiä voisi hyödyntää uuden ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa? Kerron tässä luvussa mitkä megatrendit ja trendin valitsin ja miksi.

Tein Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan Yle Radio 1 -kanavalle. Valitsin sellaisen journalistisen lähestymistavan, joka sopisi Yle Radio 1:n brändiin ja kuuntelijoiden toiveisiin koskien Yle Radio 1:n ohjelmia. Kerron Yle Radio 1:n brändistä ja kuuntelijatutkimuksen tuloksista.

Pietilän mukaan on eri asia kysyä mitä yleisö on kuin kysyä millainen yleisö on. Kaupalliset ja julkisen palvelun yleisradioyhtiöt vastaavat eri tavalla kysymykseen yleisöstä. Kaupallisille yleisö on kuluttajan kaltainen ja julkisen palvelun yleisradioyhtiöille yleisö on kansalaisen kaltainen. Molemmat tahot vastaavat kysymykseen mitä yleisö on samalla tavalla, se on tuntematon, mutta toisaalta tunnistettava ihmisjoukko. (Pietilä 2010, 303.)

Läheisyys lukijaan kertoo journalistisesta laadusta. Hyvä juttu palvelee lukijaa monella tavalla. Ensinnäkin juttu tavoittaa lukijan tai kuulijan ja herättää tässä ajatuksia, antaa uutta tietoa ja mahdollisesti myös yllättää ja viihdyttääkin. (Jaakkola 2013, 44.)

Mielestäni Jaakkola kiteyttää hyvin journalismin ja yleisön välisen suhteen ”Journalismia ei ole olemassa ilman yleisöjä” (Jaakkola 2013, 44).

Kerron tässä luvussa myös millaista on radio-ohjelman ideointi ja suunnittelu käytännössä. Millaisia asioita huomioin konseptin rakenteessa ja miksi. Kerron myös millainen merkitys visuaalisuudella ja sosiaalisella medially on radio-ohjelmasarjalle.

2.1 James-journalismi vastaa tarpeisiin

Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan ideoinnin taustalla toimii James-journalismi, joka on yleisön tarpeisiin ja kysyntään vastaavaa palvelua. (Heinonen & Ruotsalainen 2014, 23.)

Toisaalta kyse ei ole mistään uudesta ajatuksesta vaan se on ollut aina osa journalismin perustehtävää. Jaakkola (2017, 44) vertaa journalismia maitoon ja leipään. Käyttäjien on tarvittava juuri kyseistä journalistista tuotetta.

Mielestäni, jos vertaamme journalistista tuotetta muihin markkinoilla oleviin tuotteisiin, niin silloin kannattaa tehdä jotain sellaista, jota markkinoilla ei ole vielä tarjolla. Miksi tehdä uusi ruisleipätuote, jos niitä on etuudestaan kaupan hylyillä jo kymmeniä? Ja, jos päädytään tekemään ruisleipää, sen täytyy mielestäni jollakin tavalla erottautua muista tuotteista. Olla vaikkapa todella paljon laadukkaampi tai houkuttelevammassa paketissa.

Yritysmailmassa asiakas on ollut kuningas jo pitkään. Palveluita ja tuotteita räätälöityä asiakaskokemuksen parantamiseksi. Tämä suuntaus vaikuttaa Helteen (2011, 105) mukaan myös mediaorganisaatioihin. Lukijoiden tarpeet ja kiinnostuksen herättäminen nousevat myös journalististen sisältöjen tekemisen keskiöön.

Tätä ajatusta vahvistaa myös James-journalismi, jonka avulla pyritään vastaamaan yleisön monenlaisiin tarpeisiin. Journalismin avulla voidaan tarjota käytännönläheisiä ja kattavia vinkkejä niin hyvinvointiin kuin talonrakentamiseenkin. Vinkit voivat olla hyvin rautalankamallisia.

Yleisö voi myös itse ehdottaa aiheita tai siis tilata niitä toimittajilta. Tilatut jutut voivat olla viihteellisiä tai ihmisten henkilökohtaista elämää koskettavia. Toisaalta yleisön vinkit voivat koskea merkittäviä yhteiskunnallisia epäkohtia, joihin tulisi puuttua. (Heinonen & Ruotsalainen 2014, 33.)

Mielestäni James-journalismia ajatusta voisi hyödyntää myös sosiaalipoliittisista päätöksistä uutisoidessa. Mitä joku yhteiskunnallinen päätös tarkoittaa sille ihmiselle ja kansalaiselle, jota se päätös koskee?

Jotta yleisön tarpeita ja toiveita on mahdollista tietää niin toimittajien tulisi keskustella yleisönsä kanssa aktiivisesti. Vuorovaikutus toimittajien ja yleisön välillä kuuluu James-journalismiin. (Heinonen & Ruotsalainen 2014, 33.)

James-journalistit seuraavat millaisia reaktioita, tunteita tai kommentteja jutut saavat aikaan. Huomioita hyödynnetään seuraavien juttujen räätälöimisessä.

James-journalismi on yksi tulevaisuuden journalismin muodoista. (Heinonen & Ruotsalainen 2014 23.)

Uskon, että yleisön tarpeiden tunnistaminen voi olla yksi keino luoda massasta erottuvia journalistisia tuotteita. Mediakilpailun kiristyessä yleisön tunteminen ja heidän tarpeidensa havaitseminen voivat nousta yhä tärkeämmäksi kilpailueduksi tulevaisuudessa.

Tulevaisuuden tutkimuskeskuksen tulevaisuusklinikan työryhmät hahmottelivat seitsemän skenaarioaihetta journalismista vuonna 2030. Tulevaisuuskuvat kertovat journalismin mahdollisista painotuksista eivätkä skenaariot sulje toisiaan pois. (Heinonen & Ruotsalainen 2014, 20.)

Kuva 2. Tulevaisuuden journalismin eri muodot ja erot. (Heinonen & Ruotsalainen 2014, 23.)



Käyn seuraavaksi läpi kaikki tulevaisuuden journalismin eri lajit, joita on yhteensä seitsemän.

Akvaariojournalismissa sisällöntuotantoa on hyvin avointa ja läpinäkyvää eli yleisölle avataan journalismin prosesseja yhä syvällisemmin. Journalistisissa sisällöissä on paljon linkkejä lähteisiin tai muihin tietoihin. Mediat ovat avoimia toimittajien taustojen, kytköskien ja asemien suhteen. Esimerkiksi medioiden tietopankeista voi tarkastaa näitä asioita. (Heinonen & Ruotsalainen 2014, 23.)

Instant Zenissä painottuu visuaalisuus ja selkeys. Tämä on siis kunnianhimoista kuvajournalismin muoto, jossa tietoa voidaan kertoa visuaalisia keinoja hyödyntämällä. Tekstiä on hyvin vähän. Sisällöt eivät tunkeudu tajuntaan vaan sulautuvat osaksi siihen. Eivät ärsytä vaan rauhoittavat. Onnistuneimmat sisällöt luovat kuluttajalle meditatiivisia kokemuksia. (Heinonen & Ruotsalainen 2014, 22.)

Digitaaliset argonautissa journalistit ovat kulttuurin, piiloon jääneiden ilmiöiden ja tapahtumien tutkimusmatkailijoita. Heidän päätehtävänä on stimuloida ajattelu, he avaavat

silmiä, esittelevät uusia ideoita ja samalla myös luovat ilmiöitä ja synnyttävät uusia tarpeita Journalistit ovat edelläkävijöitä, jotka tuovat yleisölle jotain uudenlaista tietoa tai näkemystä. (Heinonen & Ruotsalainen 2014, 21.)

Luokiteltu, arkistoitu, ideksöity ja numeroitu journalismi haluaa tuntea kansalaisen mahdollisimman hyvin. Hänelle tarjotaan juuri sellaista sisältöä, jota hänen arvioidaan datan perusteella haluavan. Ihmisiä myös luokitellaan profiloinnin avulla ryhmiin. Koko kansaa kokoavaa massamediaa ei enää ole. Julkinen palvelu on eliittiä yleissivistävä niche-tuote. Vakavaa journalismia rahoittavat pelialan miljardöörit. (Heinonen & Ruotsalainen 2014, 22.)

Mandelbrot journalismi seuloa kokonaisuuksia verkon informaatiomassasta. Tietomäärä verkossa kasvaa, tässä korostuu journalistien ammattitaito erottaa luotettava epäluotettavasta ja merkityksellinen merkityksettömästä. Kokonaisuus kootaan kuluttajan puolesta luettavaksi, katseltavaksi tai koettavaksi. Sirpaloituneessa ja hajautuneessa maailmassa tarvitaan toimittajien systeemijattelua. (Heinonen & Ruotsalainen 2014, 22.)

Uncanny Valley journalismi on etunenässä kokeilemassa uutta teknologiaa kuten vaikkapa virtuaalitodellisuutta tms. Teknologia sulautuu joka paikkaan ja tarjoaa uusia mahdollisuuksia myös journalismille. (Heinonen & Ruotsalainen 2014, 22.)

2.2 Megatrendit ja trendi

Megatrendiin liittyy aina tunnistettavuus, se on ilmiö, joka ei ole pelkästään tietyn alan asiantuntijoiden havainnoima vaan sellainen jonka, kuka tahansa trendeistä tietämätönkin tunnistaa. Megatrendi voi sisältää myös erilaisia ja jopa vastakkaisia alailmiöitä tai tapahtumaketjuja. (Opetushallitus 2017.)

James-journalismi tuki kehittämishankkeeni kysymystä: miten megatrendejä ja trendiä voisi hyödyntää uuden ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa?

Löytöretki suomalaiseen toivoon -sarjan ideoinnissa hyödynsin yksilöllisen elämäntyylin, terveyden korostumisen, tarinallisuuden ja organisaatioiden verkottumisen eli kumppanuuden megatrendejä. (Hiltunen 2012, 80.) Käytin ohjelmasarjan ideoinnissa myös aitouden trendiä. (Vaulos & Kolamo 2017.)

Löytöretki suomalaiseen toivoon –ohjelmasarjan konseptissa valitut megatrendit ja trendi vaikuttivat radio-ohjelman konseptin sisällöllisiin valintoihin, muotoon, tunnelmaan ja

keston. Avaan tarkemmin valitsemani megatrendit ja trendin vaikutusta Löytöretki suomalaisen toivon -ohjelmasarjaan luvussa 4.

Valitsin juuri edellä mainitut megatrendit, koska ne ovat megatrendejä todennäköisesti ainakin vuoteen 2020 saakka. Valitut megatrendit sopivat myös Löytöretki suomalaisen toivon -ohjelmasarjan teemoihin ja tunnelmaan. Megatrendien muuttuminen on hidasta, mutta ei mahdotonta. Trendit taas ovat arvaamattomampia kuin megatrendit. (Hiltunen 2012, 95.)

2.3 Yle Radio 1:n brändi ja kuuntelijatutkimus

Hyvä brändi on tarina ja lunastaa olemassaolonsa. Brändi ei ole vain slogan tai kuva, vaan se on laajempi kokonaisuus ja liittyy kaikkiin asioihin mitä yritys tekee. (Törmälä 2016.)

Mielestäni brändi on myös lupaus kuuntelijalle siitä, millaista ohjelmaa radio-kanavalta kuulet ja millainen on ohjelmien luonne ja tunnelma. Millaiseen kuuntelijan tarpeeseen radiokanava tai sen ohjelmat pyrkivät vastaamaan?

Radio ei ole vain väline tiedon ja viihteen välittämiseen vaan se on tuote, jota yleisö kuluttaa. Kun kuuntelija valitsee tietyn radiokanavan, hän valitsee samalla sen radiokanavan brändin, siinä on jotain sellaista, joka on kuuntelijalle tärkeää. (Fleming 2002, 44.)

Kerron nyt millainen on Yle Radio 1:n brändi ja millaisia asioita kuuntelijat ovat kertoneet kanavasta kuuntelijatutkimuksessa, joka tehtiin muutama vuosi sitten.

Yle Radio 1 on valtakunnallinen Yleisradion radiokanava, joka on perustettu vuonna 1990. Yle Radio 1 on syventävien ja taustoittavien ohjelmien radiokanava, jossa käsitellään muun muassa kulttuuria ja tiedettä. Yle Radion 1:n ohjelmapäällikkö on Kaj Färm. Vastaava tuottaja on Anna Simojoki.

Kanavalla on paljon myös asiaohjelmia, jotka käsittelevät yhteiskunnallisia ja historiallisia teemoja. Yle Radio 1:ssä kuullaan myös hartauksia. Musiikkitarjonta on kanavalla laaja, se pitää sisällään muun muassa klassisen musiikin, jazzin, kansan- ja maailmanmusiikin sekä viihteen klassikot. (Yle 2017.)

Yle Radio 1 -kanavaan liitetään seuraavia asioita: syventävä, asiantunteva, utelias, tunnelmallinen ja mieltä ylentävä. Yle Radio 1-kanava uskoo hyvään journalismiin, punnittuun puheeseen, musiikkiin, henkisyyteen ja maailmankuva on avara. (Yle Radio1:n kehityshanke 2012-2013, 6.)

Yle Radio 1 kehityshankkeen mukaan kanava toimii innostuneesti ja innostavasti. On asiantunteva ja perehtyvä. Tulee kuuntelijaa lähelle, mutta ei iholle ja kunnioittaa kuuntelijan omaa tilaa. Luo tunnelman ja rakentaa elämän kiinnekohtia. (Yle Radio1:n kehityshanke 2012-2013, 6.)

Kuuntelijat luonnehtivat Yle Radio 1:stä seuraavalla tavalla: ”Hyvin käyttäytyvä ystävä, joka paneutuu asioihin. Perustelee mielipiteensä, eikä välttä ristiriitoja. On pokka sanoa ja sanoo. Tekee mielenkiintoisia valintoja puolestani, erottaa arjen ja juhlan.” (Yle Radio1:n kehityshanke 2012-2013, 6.)

Yle Radio 1:n kohderyhmää ei määritellä iän perusteella vaan kiinnostuksen kohteiden kautta. Kuuntelijat ovat kiinnostuneita toimitetuista sisällöistä eri aihepiireistä kuten politiikasta, tieteestä ja kulttuurista.

Kuuntelijat pitävät suorista tai suoranomaisista lähetyksistä. Elävät ja vaihtelevat äänimaisemat ovat pidettyjä, kunhan ne eivät häiritse puheen kuulemista. Luonnon äänet ovat pidettyjä kuten puisto, metsä ja meri. (Yle Radio1:n kehityshanke 2012- 2013, 11.)

2.4 Radio-ohjelmasarjan tekovaiheet

Sain Yle Radio 1:n vastaavalta tuottajalta Anna Simojoelta vapaat kädet toteuttaa Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarjan ideoinnin, konseptin ja toteutuksen. Minulla oli useamman vuoden kokemus myös tuottajan työstä, joten vapaus innoitti ja inspiroi minua.

Ohjelman ideointi tapahtui keväällä 2017. Uuden ohjelmasarjan ideointivaihe oli kaikista tärkein ja kriittisin vaihe. Luova prosessi harvoin etenee kronologisesti, mutta oli tärkeää, että ruokin alitajuntaa teemoilla, jotka ohjelmasarjaan liittyivät.

Idea tarkoittaa suuntaa antavaa ajatusta, joka matkan varrella sitten vielä muotoutuu. Jaakkolan (2013, 65) mukaan ideoinnin tavoitteena on luoda sellainen juttusuunnitelma, joka on toteutettavissa myös käytännössä. Suunnitelman pohjana voi olla tietty näkökulma, väite, kysymys tai jokin uusi tieto.

Luovuus on tärkeää uuden ohjelman sarjan ideoinnissa. Tuominen (2015, 66) on määritellyt luovuuden seuraavalla tavalla. ”Luovuuden ydin on halu tehdä eri tavalla, paremmin.”

Tuomisen (2015, 69) mukaan luova ihminen on utelias ja hän haluaa rikkoa rutineja. ”Hän haluaa kehittyä ja kasvaa. Etsiä uusia polkuja. Filosofia pätee riippumatta siitä mitä ihminen tekee. Riippumatta siitä mikä on hänen ammattinsa tai asemansa, millaiset ovat hänen resurssinsa”.

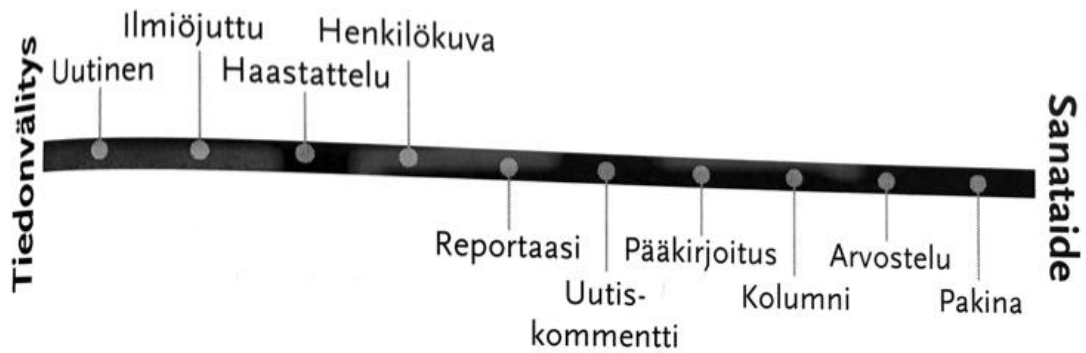
Tein ideointia hyvin pitkälle itsenäisesti. Kirjasin ylös kiinnostavia havaintoja, pohdin paljon ohjelman sarjan tunnelmaa, luin kirjallisuutta ja lehtijuttuja liittyen ihmisten hyvinvointiin. Luin myös megatrendeihin liittyvää kirjallisuutta ja lehtijuttuja.

Kerroin myös ohjelman sarjan suunnitteluista ja teemoista työkavereille, ystäville ja opiskelukavereille. Joka kerta, kun puhuin ohjelman sarjasta ja sen teemoista muille niin samalla oivalsin jotain aihepiiristä itsekkin. Kirjoitin keskusteluista muistiinpanoja ylös. Aika moni, jolle ohjelman sarjan teemoista puhuin, tunnisti sen, että hyvinvoinnista kertovia juttuja oli paljon verkossa, aikakauslehdissä ja radiossa. Ja toisaalta myös se, että jutut käsittelevät hyvinvointia suurimmaksi osaksi liikkumisen, syömisen ja nukkumisen näkökulmista.

Ideointivaiheen jälkeen päätin millainen olisi radio-ohjelman juttutyyppejä, joka sopii parhaiten toivo teeman käsittelyyn. Juttutyyppejä voi keskenään yhdistellä. Olen sitä mieltä, että useamman juttutyypin yhdistely tekee ohjelman sarjasta kiinnostavamman kuuntelijalle, koska sisältö ei ole niin ennalta arvattava.

Jaakkolan (2013, 173) mukaan juttutyypit voidaan jakaa kolmeen ryhmään: faktaperusteiset tekstit, mielipideperusteiset tekstit, fiktiivis-kaunokirjalliset tekstit.

Kaavio 3. (Jaakkola, 2013, 174.)



Halusin ohjelmaan mahdollisimman intiimin tunnelman, jossa vaikeistakin asioista voisi puhua mahdollisimman luontevasti. Päätin yhdistää Löytöretki suomalaiseen toivon - ohjelmasarjassa eri genrejä kuten muun muassa ilmiöjuttua, henkilökuva, reportaasia ja haastattelua. Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarjassa teemana oli toivo ja toivottomuus, joten se oli luonteeltaan enemmän ilmiöjuttu kuin vaikkapa ajankohtaisjournalismin reportaasi.

Ohjelman konseptiin liittyvissä osa-alueissa tein yhteistyötä muiden ammattilaisten kanssa. Brainstormasin Yle Radio 1:n vastaavan tuottajan, graafikko Tuuli Laukkasen ja sound designer Tapani Kuusniemen kanssa. Kerron brainstormauksen tuloksista tarkemmin luvussa kolme. Ennen haastattelua tein taustahaastatteluja ja konseptin mukaisen käsikirjoituksen, jossa huomioin myös äänimaiseman ja muut muistettavat asiat.

Ohjelmasarjan jaksot koostuivat haastattelusta ja keskustelusta. Haastattelut nauhoitin kesäkuussa. Ohjelmasarjassa haastateltava oli sekä asiantuntijan että kokijan roolissa. Yleensä ohjelmissa on erikseen asiantuntija ja kokija. Kun asiantuntija oli myös kokija, se mielestäni myös toi hänen asiantuntijuutensa lähestyttävämmäksi kuuntelijan näkökulmasta. Se, että asiantuntija oli myös kokija, säästi myös aikaa tuotannollisesti ja mahdollisti sen, että yhden haastateltavan kanssa pääsimme teemoissa syvemmälle.

Haastateltavat esittelivät itsensä ja kertoivat omista kokemuksistaan liittyen toivon ja toivottomuuteen, joten ohjelmasarjassa oli ripaus myös henkilökuvatyyppistä genreä. Haastattelut nauhoitettiin haastateltavien valitsemassa paikassa. Nauhoitin myös siirtymiä ja äänimaisemaa haastattelupaikasta, joten ohjelmasarjassa oli myös reportaasin elementtejä.

Ohjelmasarjan käytännön toteutukseen hain innoitusta lean-ajattelusta. Lean määritellään lean määritellään toimintastrategiaksi, joka korostaa virtaus- eikä resurssitehokkuutta. (Modig & Åhlström 2013 117.) Käytin lean-ajattelua soveltuvien osien ohjelmasarjan tuotannossa.

Lean-ajattelun keskiössä on tuotannon virtaustehokkuus. Työprosessin sisällä olevat siirrot tai erilaiset vaiheet voivat aiheuttaa osiooptimoinnista johtuvia ongelmia, joita voi esiintyä prosessin rajapinnoissa. (Modig & Åhlström 2013, 58.)

Tämä tarkoittaa työtä, joka pitäisi tehdä, mutta se voi kuulua useamman henkilön rooliin tai vastuualueelle. Tein ohjelmasarjan ideoinnissa, konseptoinnissa ja tuotannossa useita rooleja kuten taustatoimittajan, valokuvaajan, toimittajan, tuottajan ja tiedottajan rooleja. Useiden roolien tekeminen toi tuotantoon virtaustehokkuutta ja vähensi siirtoja tuotannon rajapinnoissa.

Löytöretki suomalaisen toivon -ohjelmasarjan tuotannossa virtaustehokkuutta toi se, että vastuu ideoinnista, konseptoinnista ja toteutuksesta oli minulla. Uuden ohjelmasarjan ideoimiseksi ei tarvinnut pitää kokouksia säännöllisin väliajoin ja pitää työryhmää kartalla ideoinnin edistymisestä. Tämä säästi minun ja muiden ihmisten aikaa eli lisäsi virtaustehokkuutta.

Haastatteluiden jälkeen editoin ohjelmasarjan, kirjoitin kuulutustekstit Yle Radio 1:n kuuluttajille, kirjoitin tekstit Yle Areenaan, lisäsin kuvat ja audiot. Kirjoitin alustavan tiedotteen, jonka tiedottaja Tuire Juusola viimeisteli ja laitoi järjestelmiin. Markkinoin ohjelmaa myös sosiaalisessa mediassa.

Löytöretki suomalaisen toivon -ohjelmasarja, joka oli osa Yle Radio 1:n teemakuukautta, Toivon heinäkuu, joka kuului kanavan ohjelmistossa 1.7-31.7.2017. Ohjelmasarja julkaistiin 7.7.2017 podcastina Yle Areenaan pysyvästi kuunneltavaksi.

Popstudion (2017) mukaan podcastia tilataan ja jaetaan internetissä.

2.5 Radio-ohjelman konsepti ja visuaalisuus

Konsepti muodostuu toiminnallisista osista, jotka ovat osatekijöitä tai niillä on erityisiä piirteitä. (Helle 2011, 108.)

Radio-ohjelmassa osatekijät muodostuvat ohjelman muodosta eli rakenteesta, joka pohjautuu käsikirjoitukseen. Rakennetta voidaan rytmittää esimerkiksi ohjelmatunnuksella ja välikkeillä. Radio-ohjelman äänimaisema on yksi osa konseptin erityistä piirrettä. Äänimaiseman avulla välitetään kuuntelijalle ohjelman luonnetta ja tunnelmaa. Radio-ohjelman osat muodostavat konseptin.

Helle on kirjoittanut myös mediakonseptin käsitteestä, hänen mukaansa se on kehitetty ymmärtämään nopeata muutosta niin mediaympäristöissä kuin mediaorganisaatioissakin. (Helle 2010, 103.)

Löytöretki suomalaiseen toivoon –ohjelmasarjan konseptin ideoinnin taustalla vaikutti James-journalismi, joka on yleisön tarpeisiin ja kysyntään vastaavaa palvelua. (Heinonen & Ruotsalainen 2014, 23.)

James-journalismi tuki kehittämishankkeeni kysymystä: miten megatrendejä ja trendiä voisi hyödyntää uuden ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa?

Löytöretki suomalaiseen toivoon -sarjan konseptoinnissa hyödynsin yksilöllisen elämäntyylin, terveyden korostumisen, tarinallisuuden ja organisaatioiden verkottumisen eli kumppanuuden megatrendejä. (Hiltunen 2012, 80.) Käytin ohjelmasarjan ideoinnissa myös aitouden trendiä. (Vaulos & Kolamo 2017.)

Löytöretki suomalaiseen toivoon –ohjelmasarjan konseptissa valitut megatrendit ja trendit vaikuttivat radio-ohjelman konseptin sisällöllisiin valintoihin, muotoon, tunnelmaan ja keston. Avaan tarkemmin valitsemani megatrendit ja trendin vaikutusta Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjaan luvussa 4.

Olen sitä mieltä, että ohjelmasarjalle konsepti on tärkeä, se on radio-ohjelman kartta ja luuranko. Konseptin tekeminen vaatii ajattelemista ja ideoiden jatkojalostamista. Halusin ohjelmaan mahdollisimman intiimin tunnelman, jossa vaikeistakin asioista voisi puhua mahdollisimman luontevasti. Päätin yhdistää Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjassa eri genrejä kuten muun muassa ilmiöjuttua, henkilökuvaavaa, reportaasia ja haastattelua.

Konseptin avulla radio-ohjelmasarjalle luodaan näkökulma, muoto, tunnelma ja kesto eli kuinka pitkä yksi ohjelmasarjan jakso on. Konseptin avulla voi vahvistaa ohjelmasarjan sarjamaisuutta, sillä tavalla, että jokainen ohjelmasarjan osa tehdään konseptin mukaisesti. Ohjelma alkaa jokaisessa jaksossa samalla tavalla, ohjelmatunnus tulee

tietyssä kohtaa, välikkeitä ripotellaan ohjelmaan tietyn väliajoin. Äänimaisema kuuluu osaksi konseptia: millainen äänimaisema ohjelmasarjan jaksoissa on ja miksi?

Osa konseptia on myös se mitä genreä tai genrejä ohjelma edustaa. Onko kyse reportaasista, henkilökuvasta vai mistä? Konseptiin kuuluu myös se, millainen on toimittajan rooli? Millainen on haastateltava?

Sisällölliset teemat ovat myös osa konseptia eli millaisista asioista toimittaja keskustelee haastateltavan kanssa. Millaisia teemoja jokaisessa jaksossa käsitellään? Missä järjestyksessä? Osa konseptia voi olla myös paikka eli lokaatio. Onko haastattelupaikalla jonkin erityinen merkitys haastateltavalle tai ohjelman teemalle?

Ohjelmasarjan konseptointiin vaikuttaa myös se onko kyse suorasta radio-ohjelmasta vai etukäteen nauhoitettavasta ohjelmasta ja mille radio-kanavalle ohjelmasarja tehdään? Julkaistaanko ohjelmasarja pysyvästi Yle Areenassa. Mielestäni visuaalisuus on osa radio-ohjelman konseptointia.

Radio tarvitsee visuaalisen identiteetin, jonka avulla se voi markkinoida itseään. (Flemming 2002, 59.)

Jokaisella radiokanavalla oli sitten kyse kaupallisesta toimijasta tai Yleisradion radiokanavista, niin on mielestäni ollut jo pitkään omaan brändiin sopiva visuaalinen ilme. Mielestäni visuaalinen ilme on yhtä tärkeää myös ohjelmasarjoilla, jotka jäävät pysyvästi kuunneltaviksi Yle Areenaan.

Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarjan neljä osaa julkaistiin Yle Areenaan pysyvästi kuunneltaviksi perjantaina 7.7.2017. Tämän vuoksi ohjelmasarjan konseptoinnissa kiinnitin huomiota visuaalisuuteen.

Yle Areenaan ohjelmasarjaan tarvittiin pääkuva ja jaksokuvat. Sitaattikuvilla markkinoitiin ohjelmaa sosiaalisen median kanavissa kuten muun muassa Facebookissa, Twitterissä ja Instagramissa.

Mikäli radio-ohjelman konseptoinnissa ja markkinoinnissa hyödynnetään visuaalisuutta, niin myös niiden sisältö on ideoitava niin, että kuvat tukevat radio-ohjelman konseptia. Mielestäni kuvien on toimittava myös itsenäisinä sisällön osina. Kiinnostava kuva voi saada ihmisen kuuntelemaan radio-ohjelman.

Visuaalisuus luo ensivaikutelman heti ensimmäisten silmäysten aikana. (Kauhanen – Simanainen 2001, 107.)

Olen Kauhanen - Simanaisen kanssa samaa mieltä siitä, että pelkästään hieno kuva ei riitä vaan kuvalla on oltava sisältö ja tavoite. Ja sen lisäksi persoonallinen tapa kertoa kuvan viesti. Nämä elementit yhdessä voivat herättää ihmisen kiinnostuksen.

Mielestäni sisältöön liittymätön kuva tai pelkkä kuva ei riitä herättämään ihmisen kiinnostusta. Tekniikan kehittyminen on lisännyt valokuvaamista ja hienoja kuvia näkee ihmisten omista blogeista ja sosiaalisessa mediassa, joten pelkkä hieno kuva ei enää riitä.

2.6 Sosiaalinen media

Journalismi, joka hyödyntää sosiaalista mediaa kutsutaan sosiaalisiksi journalismiksi. (Jaakkola 2013, 159.)

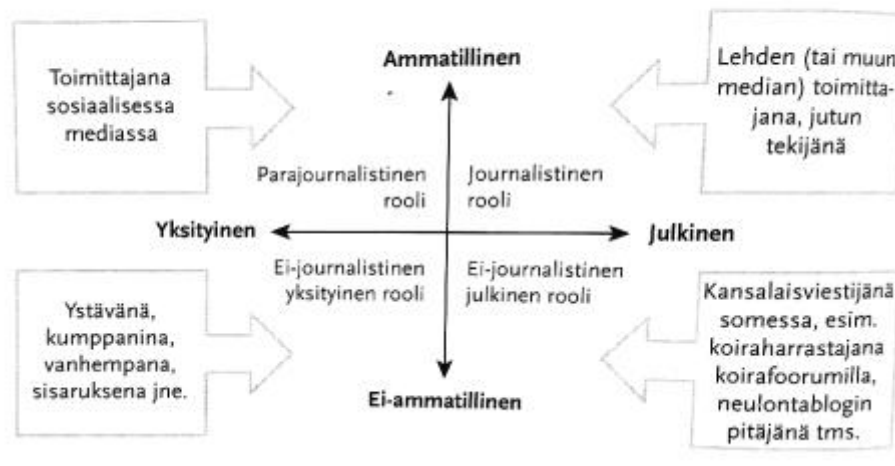
Sosiaalinen media on tärkeä kanava tavoittaa mahdollisia uusia yleisöjä. Se myös mahdollistaa vuoropuhelun käymisen ohjelman teemoista, jos kuuntelijalle herää aiheesta jotain kysyttävää tai kommentoitavaa.

Avasin Löytöretki suomalaisen toivon -ohjelmasarjan tekoprosessia ottamalla yhteiskuvia haastateltavien kanssa ja laittamalla niitä Instagramiin. Muutaman twiitin laitoin myös juttukeikoilta.

Toimittajille monet asiat, jotka liittyvät journalistisiin prosesseihin ovat itsestäänselvyksiä, eivätkä vaikuta välttämättä julkaisemisen arvoisilta asioilta. Kuuntelijoille taas moni arkipäiväinen asia voi olla hyvinkin kiinnostavaa. Työprosessia avaamalla voi kuuntelijoita tulla kommentteja, joita voi hyödyntää mahdollisesti myös jutussa.

Itse näen, että työprosessin avaaminen on osa dialogisuutta ja avoimuutta. Vaikka kommentteja ei tulisikaan niin journalistisen prosessin avaaminen voi saada jonkun kuuntelijan kiinnostumaan myös itse ohjelmasta. Mielestäni toimittajien ja mediatalojen täytyy olla aktiivisia viestimään sisällöstään, jos haluavat, että kuuntelijat ja lukijat löytävät heitä kiinnostavat sisällöt.

Kuva 4. Toimittajan roolit sosiaalisessa mediassa (Jaakkola 2013, 162.)



Toimittaja edustaa työnantajaansa, jos hän viestii sosiaalisen median verkostoissa. (Jaakkola 2013, 162.)

Journalismin siirtyessä verkkoon myös toimittajilta saatetaan odottaa aiempaa enemmän omia henkilökohtaisia mielipiteitä. Pyrkimys totuuteen on hyvä ohjenuora myös sosiaalisessa mediassa eikä objektiivisuuden ihanteesta tarvitse luopua. Toimittajien pitää tuoda näkökulmansa ja asemansa esille. Toimittajien tulee olla avoimia kritiikille ja vastata siihen. (Heinonen & Ruotsalainen 2014,14.)

Ajattelen, että tämä tarkoittaa muun muassa sitä, että toimittajan täytyy kyetä perustelemaan kuuntelijalle miksi hän on valinnut jonkun tietyn haastateltavan tai näkökulman johonkin ohjelmaan.

Minusta on erittäin tärkeää, että toimittajat ovat huolellisia faktojen kanssa. Toimittajakin voi mielestäni sanoa vaikka sosiaalisessa mediassa keskustellessaan, että en tiedä tästä asiasta tarpeeksi. Jos ei siis tiedä jotain faktoja, joiden pohjalta keskustella niin silloin kannattaa avoimesti myöntää, ettei tiedä ja selvittää sitten faktat ennen kuin laukoo totuuksina jotain omaa musta tuntuu –tietoa.

”Toimittajilta vaaditaan edelleen – ja jopa aiempaa enemmän älyllistä rehellisyyttä. Näkemykset ja tulkinnat eivät saa olla ristiriidassa faktojen kanssa” (Heinonen & Ruotsalainen 2014, 14).

Jos toimittajana osallistuu sosiaalisessa mediassa keskusteluun väärillä faktoilla niin se syö hänen uskottavuuttaan toimittajana yleisön silmissä. Kyse ei ole siitä, etteikö toimittaja voisi ilmaista omaa mielipidettään, mutta hänellä on oltavat tarpeeksi faktoja, taustatietoja ja ymmärrystä ennen mielipiteen muodostamiseen.

Jokaisen toimittajan on itse mietittävä millä tavalla haluaa viestiä sosiaalisen median kanavissa. Olen kertonut omissa sosiaalisen median profiileissani olevani toimittaja Yle Radio 1 -kanavalla.

Itse viestin ensisijaisesti toimittajan roolin kautta journalistisia sisältöjä, mutta jaan myös luontokuvia ja uusia tutkimustuloksia. Vastaan kuuntelijoiden palautteisiin sosiaalisessa mediassa ja myös sähköpostitse.

Olen Turun yliopiston Tulevaisuuden tutkimuskeskuksen professori Heinosen ja projektitutkija Ruotsalaisen kanssa siitä, että toimittajan näkemykset ja tulkinnat eivät saa olla ristiriidassa faktojen kanssa myöskään sosiaalisessa mediassa.

Hyvät käytöstavat ja peruskohteliaisuus kuuluvat myös omaan sosiaalisen median etiketteihini.

3 Konstruktiivinen lähestymistapa ja menetelmät

Valitsin kehittämishankkeeni lähestymistavaksi konstruktiivisen tutkimuksen. Konstruktiivisessa tutkimuksessa pyritään uuden rakenteen avulla luomaan käytännönläheinen ratkaisu. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 65.)

Konstruktiivinen lähestymistapa sopii menetelmäksi erityisen hyvin silloin, kun tarkoituksena oli luoda uusi tuote.

Tässä yhteydessä uusi tuote oli Löytöretki suomalaiseen toivoon –ohjelmasarja. Ohjelmasarjan ideointiin vaikutti James-journalismi, jonka keskiössä on yleisön tarpeet.

Halusin kehittämishankkeessani selvittää millä tavalla megatrendejä ja trendiä voisi käyttää uuden ohjelmasarjan konseptoinnissa?

Löytöretki suomalaiseen toivoon -sarjan konseptoinnissa hyödynsin yksilöllisen elämäntyylin, terveyden korostumisen, tarinallisuuden ja organisaatioiden verkottumisen eli kumppanuuden megatrendejä. (Hiltunen 2012, 80.) Käytin ohjelmasarjan ideoinnissa myös aitouden trendiä. (Vaulos & Kolamo 2017.)

Huomioin myös Yle Radio 1:n brändin ja kuuntelijatutkimuksen tulokset ohjelman teossa. Käyn tässä luvussa läpi konstruktiivisen tutkimuksen prosessia oman kehittämishankkeeni kannalta.

3.1 Konstruktiivinen tutkimus

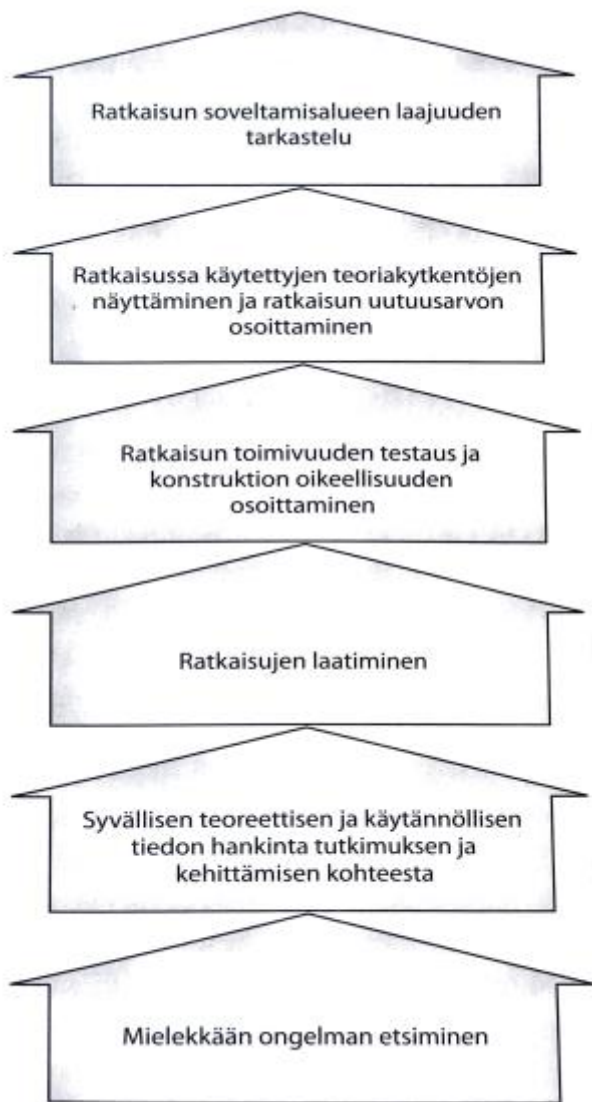
Konstruktiivisessa lähestymistavassa pyritään käytännönläheiseen ratkaisuun, jossa yhdistyvät suunnittelu, käsitteellinen mallintaminen, mallien toteutus ja testaaminen. (Ojasalo ym. 2009, 65).

Kehittämishankkeen lähestymisnäkökulmaksi oli sopinut myös innovaatioiden tuottaminen. Innovaatio voi olla uusi tuote, palvelu, prosessi toimintamalli, jonka avulla tuotetaan taloudellista tai muuta hyötyä. (Ojasalo ym. 2009, 72.)

Valitsin kehittämishankkeeni lähestymistavaksi konstruktiivisen tutkimuksen, koska se sopi paremmin kehittämishankkeeseeni.

Konstruktiivinen prosessi etenee vaiheittain. Ensin etsitään mielekäs ongelma, jota taustoitetaan teoreettisen ja käytännöllisen tiedon sekä tutkimuksen avulla. Laaditaan ratkaisu. Testaan toimiiko ratkaisu tai malli, onko siihen kehitetty oikea konstruktio? Oleellista on myös teoriakytkentöjen näyttäminen ja se, onko ratkaisussa tai konstruktiossa uutuusarvoa. Lopuksi pohditaan onko ratkaisu siirrettävissä tai mallinnettavissa muualle.

Kuva 5. Mitä tarkoittaa konstruktiivisen tutkimuksen prosessi. (Ojasalo ym. 2009, 67.)



Konstruktivisen lähestymistavassa on tarkoitus luoda tai kehittää organisaatioon tai yritykseen jotain uutta. Kyse on siitä, että etsitään mielekäs ongelma. Itse en pidä sanasta ongelma, koska siinä on heti negatiivinen sävy. Parempi vaihtoehto ongelmalle olisi mielestäni mielekkään kysymyksen tai ratkaisun etsiminen?

Konstruktivinen prosessi lähtee siis käyntiin siitä, että on etsittävä mielekäs ongelma. Omassa kehittämishankkeessani halusin selvittää miten megatrendejä ja trendiä voisi hyödyntää uuden ohjelmasarjan ideoinnissa? Tavoitteenani oli tehdä toimeksiantajalle eli Yle Radio 1:lle Löytöretki suomalaiseen toivoon –ohjelmasarja, jossa oli neljä osaa.

Pidin konstruktivisessa lähestymistavassa siitä, ettei se sulje mitään menetelmiä pois. Aineistoa kannattaa kerätä monella tavalla. (Ojasalo ym. 2009, 68).

Käytin kehittämishankkeessani menetelminä: havainnointia, pitchausta, brainstormausta, haastattelua ja arviointikeskusteluja. Mielestäni konstruktivinen lähestymistapa on siinäkin mielessä palkitseva, että tutkija tai kehittäjä voi olla itse osa kehittämistä tai tutkimusta. (Järvinen & Järvinen 2004, 126.)

Perehdyin James-journalismiin, jossa painottuu yleisön tarpeet journalististen sisältöjen tekemisessä. James-journalismi toimii ohjelmasarjan taustateoriana.

Kehittämishankkeeni tavoitteena oli selvittää millä tavalla megatrendejä ja trendiä voisi käyttää uuden ohjelmasarjan konseptoinnissa?

Huomioin ideoinnissa myös Yle Radio 1:n brändin, kuuntelijatutkimuksen tulokset. Havainnoin millaisia juttuja hyvinvoinnista kirjoitetaan ja miten ihmiset reagoivat esimerkiksi sosiaalisessa mediassa hyvinvointia tai stressiä käsitteleviin artikkeleihin.

Hyvinvointi oli selkeästi megatrendi ja aloin miettiä mitä muita megatrendejä ja trendejä on? Miten voisin hyödyntää niitä Löytöretki suomalaisen toivon -ohjelmasarjan ideoinnissa, jotta se olisi ohjelma, joka kiinnostaisi ihmisiä ja antaisi heille uutta tietoa ja ajateltavaa?

Ohjelmasarja oli osa Yle Radio 1:n Toivon heinäkuu -teemakuukautta, joten haastattelin Yle Radio 1:n vastaavaa tuottajaa Anna Simojokea teemakuukauden tavoitteeseen liittyen.

Edellä mainittujen teorian ja käytännönläheisen tiedon avulla tein uudesta radio-ohjelmasta konseptin. Toimeksiantaja ei ollut budjetoinut demon tekemistä tuotantoon, joten demon tekeminen uudesta ohjelmasarjasta jäi sen vuoksi tekemättä.

Arvioin Löytöretki suomalaisen toivon -ohjelmasarjan konseptin toimivuuden jälkikäteen kuuntelijapalautteen, haastateltavien, kumppaneiden ja Yle Radio 1:n vastaavan tuottajan Anna Simojoen haastattelun avulla.

Löytöretki suomalaisen toivon -ohjelmasarjan ideointi tapahtui keväällä 2017, toteutus kesäkuussa 2017 ja julkaisu heinäkuussa 2017. Ohjelmasarjassa oli neljä osaa, jotka kuultiin Yle Radio 1 -kanavalla ja julkaistiin pysyvästi kuunneltavaksi Yle Areenassa. Ohjelmasarjan sisältöjä kuten kuvia ja haastateltavien sitaatteja julkaistiin sosiaalisen median kanavissa

3.2 Havainnointi

Havainnointi on tarkkailua jonkun tietyn teeman tiimoilta. Havainnointia voi tehdä monella eri tavalla ja se riippuu kehittämisen tavoitteista. Havainnointi on hyvä menetelmä kaikissa kehittämistöissä. (Ojasalo ym. 2009, 42.)

Valitsin havainnoinnin yhdeksi menetelmäksi, koska minulla on kokemusta menetelmän toimivuudesta työni kautta. Havainnointi on toimittajan työssäni työkalu, jota käytän päivittäin. Se on hyvin olennainen osa toimittajan työtä ja tapahtuu usein myös aika automaattisesti.

Keväällä 2017 aloitin kiinnittämään huomiotani ja havainnointiani juuri hyvinvointiin. Tämä tarkoitti käytännössä sitä, että luin lehdistä hyvinvointia käsitteleviä artikkeleita. Seurasin sosiaalisessa mediassa millaista keskustelua ihmiset kävivät hyvinvoinnin teeman ympärillä ja millaisia verkkojuttuja ihmiset jakoivat sosiaalisessa mediassa.

Havainnoinnin tuloksena huomasin, että hyvinvointia käsitteleviä artikkeleita tai ohjelmia tuli vastaan viikoittain. Huomasin, että ihmiset jakoivat myös hyvinvointia käsitteleviä juttuja sosiaalisen median kanavissaan. Hyvinvointiteema kiinnosti ihmisiä ja sai heidät reagoimaan siihen jakamalla sosiaalisessa mediassa hyvinvointia käsitteleviä artikkeleita.

Hyvinvointia käsittelevissä artikkeleissa annettiin ohjeita liikkumiseen, ruokavalioon, uneen, lepoon, rentoutumiseen ja stressin vähentämiseen. Välillä artikkeleita lukiessa tuli tunne, että hyvinvoinnin tavoittelu on jokaisen kansalaisvelvollisuus ja toisaalta hyvin yksinkertaista: kun noudatat ohjeita, niin voit paremmin. Asia ei taida olla kuitenkaan niin yksinkertainen?

Kukapa ei haluaisi huolehtia hyvinvoinnistaan? Mutta, mitäpä, jos siihen ei aina vain pystykään? Kirjoitin ylös puhelimen muistiini ja vihkoihin havaintojani, joihin törmäsin liki päivittäin. Luin myös sellaisia artikkeleita, joissa kerrottiin mikä stressaa ihmisiä ja aiheuttaa pahoinvointia. Useimmissa artikkeleissa keskityttiin nimenomaan ihmisen fyysiseen stressiin ja fyysisen hyvinvoinnin lisäämiseen. Hyvinvointi syntyy myös hyvistä mielenterveydentaidoista, mutta niistä ei juurikaan artikkeleissa puhuttu osana kokonaisvaltaista hyvinvointia käsittelevissä artikkeleissa.

Mielessäni kirkastui se, että haluan Löytöretki suomalaisen toivon -ohjelmasarjassa tuoda esille jotain muuta kuin mitä on jo kerrottu ja myös toisella tavalla. Halusin myös

tuoda esille, että ihminen on yksilö, meidän toivo ja toivottomuus voi syntyä erilaisista asioista.

Ihminen on myös sosiaalinen laumaeläin, miten yhteisö, perhe tai ystävät vaikuttavat kokemuksiimme toivosta tai toivottomuudesta? Jokainen yksilö on osa myös yhteiskuntaa, miten yhteiskunnalliset muutokset tai arvostukset vaikuttavat meihin?

Pohdin sitä, että yksilö on aina osa jotain yhteisöä ja kulttuuria. Toivo voi olla myös kulttuurisidonnainen asia. Mietin millaisia kulttuurillisia näkemyksiä voisi toivosta olla? Miten toivo ilmenee eri kulttuureissa?

Kysyin Antroblogin päätoimittajalta Ninnu Koskenalholta sähköpostitse, osaisivatko he suositella hyväpuheista antropologia kertomaan toivosta eri kulttuureissa. Sain paljon yhteydenottoja, mutta valitsin haastateltavaksi antropologi Inkeri Aulan. Hän oli käyttänyt tutkimuksissaan toivon metodia.

Havainnoimalla tuli esille artikkelit metsän hyvinvointia lisäävistä vaikutuksista. Jopa 20 minuuttia metsässä vaikuttavaa ihmisen psyykkeeseen ja hyvinvointiin. Metsässä oleskelu laskee verenpainetta ja elinvoimaisuuden tunnetta. (Yle Uutiset 2017.)

Mieleeni tuli ekopsykologi Kirsi Salonen, joka käyttää metsää ja puistoja terapiatyössään. Salosella olisi asiantuntijuutta juuri luonnon hyvinvointivaikutuksista. Olin haastatellut Salosta kymmenen vuotta sitten luonnon palauttavasta voimasta.

Luin myös musiikin positiivisesta vaikutuksesta ihmisen hyvinvointiin. Musiikintutkija Suvi Saarikallio kertoo, että musiikkia voi käyttää tunteiden säätelyn välineenä. Musiikin avulla voi purkaa paha mieltä, pitää yllä hyvää mieltä tai käydä läpi tunnekokemuksia. (Yle Uutiset 2012.)

Musiikki ja kulttuuri tuottavat ihmisille hyvinvointia ja pohdin sopivaa taiteilijaa, joka voisi kiinnostua lähtemään mukaan ohjelmasarjaan. Muistin, että muusikko, vapaa taiteilija Jarkko Martikainen on tehnyt vuonna 2009 levyn, joka käsittelee toivoa. Martikainen peilaa musiikissaan usein yhteiskunnallisia muutoksia yksilön kautta.

Huomasin kirjailija Taru Hallikaisen kertovan Armon kintereillä -kirjastaan Twitterissä. Kirjaan on koottu erilaisissa elämäntilanteissa olevien ihmisten kokemuksista armosta elämässään ja arjessaan. Se miten suhtaudumme itsemme ja toisiimme vaikuttaa hyvinvointiimme, koska olemme sosiaalisia laumaeläimiä.

Halusin, että ohjelmasarjassa tuodaan esille ihmisen elämään kuuluvat kaikenlaiset tunteet. Emme tunne vain iloisia ja positiivisia tunteita, vaikka juuri niitä tunteita korostammekin esimerkiksi sosiaalisessa mediassa. Ihmisten elämässä on erilaisia tilanteita, jos menetämme läheisen ihmisen, on luonnollista, että olemme surullisia ja allapäin. Moni saattaa kokea turhaan paineita siitä, että ei ole niin iloinen, kuin olettaa kaikkien muiden olevan. Se lisää turhaa stressiä.

Mielestäni oli tärkeää miettiä myös sitä, mitä ei nyt tuoda esille, joka olisi kuitenkin aiheen tai teeman kannalta tärkeää. Miten ohjelmasarja erottuu muista hyvinvointia käsittelevistä ohjelmasarjoista? Pohdin tätä paljon, koska näin sen riskinä. En halunnut tehdä ohjelmaa, joka kertoo pintapuolisesti hyvinvoinnista, koska Yle Radio 1:n kuuntelijat ajattelevat Yle Radio 1:n ja sen ohjelmien olevan syventäviä, asiantuntevia ja uteliaita. (Yle Radio1:n kehityshanke 2012-2013, 6.)

Keksin, että lähestymistavan tulisi olla kokemuksellinen ja konstailematon, jotta ohjelmaa olisi helppoa kuunnella. Kokemuksellisuuden lisäksi ohjelmassa tulisi olla tutkimustietoa ja faktaa.

Havainnoin myös sitä, että ihmiset haluavat jakaa omia henkilökohtaisia kokemuksia arjestaan ja ajatuksissaan niin sosiaalisessa mediassa kuin blogeissakin. Meitä ihmisiä kiinnostaa toisten ihmisten kokemukset. Parin kuukauden ajan tein havainnointia, kirjasin ylös ajatuksiani myös siitä, miten jokainen tavoittelee hyvinvointia yksilöinä.

Tätä havaintoani hyödynsin niin, että päätin, että ohjelmasarjan vieraiden on haluttava jakaa jotain myös omasta kokemuksestaan, vaikka ohjelmasarjassa he voisivat kertoa asioita myös asiantuntijuudestaan käsin. Ihmiset haluavat kuulla toisten ihmisten kokemuksia ja oivalluksia.

Ehdotin huhtikuussa Yle Radio 1:n vastaavalle tuottajalle Anna Simojoelle Löytöretki suomalaisen toivon -ohjelmasarjaan neljää näkökulmaa toivon: luonto, musiikki, kulttuuri ja armo.

Näistä neljästä näkökulmasta toivon kertoisivat ekopsykologi Kirsi Salonen, muusikko Jarkko Martikainen, antropologi Inkeri Aula ja terapeutti Taru Hallikainen.

Jokainen haastateltava sai valita toivoa tuottavan paikan, jossa haastattelu nauhoitettaisiin. Toivoa tuottavat paikat olivat Lempäälän metsä, Kansallisteatterin lavaklubi, Hietaniemen hautausmaa ja Livonsaaren yhteisökylä.

Simojoki hyväksyi haastateltavat ja ohjelmasarjan teemat. Kirjasin tiedot yhteiseen Toivon heinäkuu –asiakirjaan Google Drivessä, jotta ei tulisi samoista teemoista ohjelmia ja samoja haastateltavia muihin Toivon heinäkuu -teemakuukauden ohjelmiin.

3.3 Konseptin pitchaus korvasi demon tekemisen

Konstruktivisen tutkimuksen prosessissa ratkaisun laatiminen vaatii siis teoreettisia perusteluita. Uutta ideaa kannattaa testata ennen varsinaista testaamista. (Ojasalo ym. 2009, 67.)

Ohjelmasarjan ideointiin vaikutti James-journalismi, jossa journalismin keskiössä on yleisön tarpeet. Megatrendit ja trendit kertovat ihmisten tarpeista nyt ja tulevaisuudessa. Löytöretki suomalaiseen toivoon -sarjan konseptoinnissa hyödynsin yksilöllisen elämäntyylin, terveyden korostumisen, tarinallisuuden ja organisaatioiden verkottumisen eli kumppanuuden megatrendejä. (Hiltunen, 2012, 80.) Käytin ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa myös aitouden trendiä. (Vaulos & Kolamo 2017.)

Yleensä uusista mahdollisesti pitkään jatkuvista radio-ohjelmista tehdään 1-2 demoa. Siis sellaisia testilähetystyksiä, joissa pyritään tekemään asiat samalla tavalla kuin itse ohjelmassa. Demo-ohjelmien teko antaa yleensä tekijälle uutta tietoa siitä mikä toimii ja mikä mahdollisesti taas ei.

Toimeksiantaja ei ollut budjetoanut demon tekemistä tuotantoon, joten demoa ei ollut mahdollista tehdä uudesta ohjelmasarjasta. Toisaalta ohjelmasarjassa oli kyse neljästä etukäteen nauhoitetuista ja editoiduista jaksoista, joten olen sitä mieltä, että demon tarve ei tässä tilanteessa ollut niin merkittävä. Ohjelman editointivaiheessa olisi vielä ollut mahdollista tehdä muutoksia, jos silloin olisi ilmennyt jotain sisällöllisiä tai muodollisia ongelmia. Tilanne olisi ollut toinen, jos kyseessä olisi ollut uusi ohjelma, jonka ajatellaan olevan ohjelmistossa pidempään. Tai, jos kyse olisi ollut ohjelmasarjasta, joka lähetetään suorana.

Konstruktiviseen lähestymistapaan kuuluu mallin testaaminen ja tässä tilanteessa ohjelmasarjan konseptin ja idean testaaminen tapahtui pitchauksen avulla.

Kopioston mukaan (2017) englanninkielinen sana pithcing tarkoittaa nopeaa esitystä tuotteen tai palvelun tai liikeidean pääkohdista. Tarkoitus on herättää kiinnostus esiteltävää asiaa kohtaan ja vakuuttaa kuulijat asian vahvuuksista.

Pitchasin ohjelmaidean Yle Radio 1:n vastaavalle tuottajalle Anna Simojoelle ennen brainstormauksemme alkua. Simojoki pyysi kertomaan lyhyesti miksi ohjelma tehdään ja mikä on ohjelman tarkoitus ja idea.

Kerroin, että ohjelmasarjan tavoitteena on tuoda sellaista tietoa ja näkökulmaa esille hyvinvoinnista, joista ei juurikaan tehdä juttuja tai ohjelmia. Ohjelmasarjan teemat ovat luonto, musiikki, kulttuuri ja armo.

Haastateltavat olivat muusikko Jarkko Martikainen, ekopsykologi Kirsi Salonen, terapeutti- ja kirjailija Taru Hallikainen sekä antropologi Inkeri Aula. Kerroin, että haastateltavat saavat valita haastattelupaikaksi sellaisen paikan, joka antaa heille toivoa.

Paikat ovat Lempäälän metsä, Kansallisteatterin lavaklubi, Hietaniemen hautausmaa ja Livonsaaren yhteisökylä. Ehdotin ohjelmasarjan nimeksi, Löytöretki suomalaiseen toivoon. Simojoki piti nimeä hyvänä ja kuvaavana, joten otimme sen ohjelmasarjan nimeksi.

Simojoki kysyi jatkokysymyksen, että miten aion välttää sen, että ohjelmasarja ei sorru lätinään eli sellaiseen puheeseen, jossa ei ole mitään sisältöä.

Kerroin, että jokainen haastateltava on asiantuntija omalla alallaan, joten sitä kautta tulee myös faktaa ja asiaakin. Jokainen haastateltava oli myös valmis jakamaan myös omia kokemuksiaan toivosta ja toivottomuudesta.

Tarinallisuuden megatrendi kertoo siitä, että ihmiset ovat kiinnostuneita toistensa tarinoista. Tarinallisuuden ja henkilökohtaisuuden tasoja on monia. Tässä ohjelmasarjassa oli tarkoitus tuoda faktan lisäksi myös henkilökohtaista kokemusta, mutta ei niin, että kyse on pelkästään henkilökuvasta.

Olin havainnut, että ihmiset ovat yhä kiinnostuneempia toistensa arjesta ja eräänlainen aitous on jo trendi ellei kohta jopa megatrendi. Ehdotin, että pidän äänimaiseman ja koko ohjelmasarjan sisällön mahdollisimman aitona. Se tarkoittaa sitä, että en leikkaa kaikkia virheitä itseltäni tai vierailtani ja jätän ohjelmaan myös taukoja. Tämä suunnitelma sopi Simojoelle.

Uuden ohjelmasarjan ideointi ja konseptointi vastasivat siis konstruktivisessa tutkimuksessani suunnittelua, testasin ohjelmasarjan konseptia ja ideaa pitchauksen avulla. Varsinainen testaus tapahtui, kun ohjelmasarja tuli ulos Yle Radio 1 -kanavalta ja julkaistiin Yle Areenassa.

Ohjelmat nauhoitettiin etukäteen ja ajettiin ulos Yle Radio 1 -kanavalla heinäkuussa 2017 perjantaisin kello 15.05. Ohjelmasarjan kaikki neljä jaksoa julkaistiin podcastina Yle Areenassa 7.7. 2017.

Minulla ei ollut mahdollisuutta testata ohjelmasarjan konseptia etukäteen demon muodossa, joten keräsin ohjelmasarjasta palautteen jälkikäteen. Arvioin Löytöretki suomalaisen toivon -ohjelmasarjan konseptin toimivuuden kuuntelijapalautteen, haastateltavien, kumppaneiden ja Yle Radio 1:n vastaavan tuottajan Anna Simojoen haastattelun avulla. Kerron palautteesta luvussa 5.

3.4 Brainstormaus ohjelman konseptista

Aivoriihi eli brainsormig on yksi luovan ongelmanratkaisun standardimenetelmistä, jonka avulla tuotetaan ideoita ryhmässä. (Ojasalo ym. 2009, 145.)

Tärkeää ideariihessä on ideointiin kannustava ilmapiiri, ideoita ei ammuta alas heti kättelyssä vaan niitä voidaan kirjata ylös ja jatkojalostaa. Valitsin brainstormauksen yhdeksi menetelmäksi, koska parhaimmillaan se mahdollistaa luovuuden käytön.

Meillä oli tarkoitus brainstormata Yle Radio 1:n vastaavan tuottajan kanssa Löytöretki suomalaisen toivon -sarjasta huhtikuussa, mutta sopivaa aikaa ei löytynyt. Jouduimme siirtämään brainstormauksen 24. toukokuuta 2017 kello 13-16. Meillä oli alun perin tarkoitus brainstormata Porvoossa Pasilan sijaan. Paikkakunnan vaihdos voi lisätä luovuutta aivotutkija Minna Huutilaisen mukaan. (Erto 2017.)

Aikapulan vuoksi jouduimme luopumaan alkuperäisestä suunnitelmasta ideoida Porvoossa, joten ideoimme Pasilassa. Auringon paistaessa päätimme mennä ulos ideoimaan kokoushuoneen sijaan. Olin hankkinut meille suklaakuorrutettuja pähkinöitä nostamaan verensokeria, koska brainstormasimme iltapäivällä.

Kehitimme yhdessä Anna Simojoen kanssa ohjelmasarjan sisältöä ja muotoa pari tuntia kestäneen brainstormauksen avulla. Pystyimme keskittymään ohjelmasarjan yksityiskohtiin, koska haastateltavat ja teemat olivat jo sovittuna. Se lisäsi lean-ajattelun mukaista virtaustehokkuutta aivoriiveen.

Muoto oli ohjelmasarjassa tärkeä kuuntelijan kiinnostuksen herättämisen ja kiinnostuksen pitämisen vuoksi, mutta myös siksi, että Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarja julkaistiin pysyvästi Yle Areenaan 7.7.2017.

Anna Simojoki pyysi, että ohjelman sisällössä tulee esille myös tarpeeksi faktaa, esimerkiksi paikkojen ja teemojen kautta, joita ohjelmasarjassa käsitellään. Simojoki ehdotti, että otan omaan puheeseeni faktaa kertomalla jotain faktoja haastateltavien valitsemista paikoista. Esimerkiksi kerron, milloin Hietaniemen hautausmaa on perustettu. Simojoki ehdotti, että ottaisin omaan puheeseeni faktaa myös teemoista, joista haastateltavien kanssa keskustelemme.

Simojoki pyysi välttämään tunnekysymyksiä. Siis ei kysytäkään, miltä tuntuu vaan mieluummin kysytäkään, kun olet toivoton niin mitä silloin teet? Simojoen mukaan tunteet saavat olla ohjelmasarjassa läsnä, mutta niistä ei tarvitse keskustella, tunteet ikään kuin ovat sanattomasti olemassa.

Simojoki ideoi, että kysyn kaikilta ohjelmasarjan haastateltavilta muutaman saman kysymyksen. Kuten esimerkiksi: Mitä tekee, kun on toivoton? Millaisiin tilanteisiin toivottomuus yleensä liittyy? Toivoa kaivataan etenkin silloin, kuin elämä kolhii, miltä toivottomuus tuntuu kehossa? Mitä silloin voi tehdä? Mitä sinä teet?

Simojoki ehdotti myös, että kaikissa jaksoissa on useampi taso: yksilö, lähipiiri ja yhteiskunta. Näin toivon teemaa voi tarkastella kokonaisvaltaisemmin ja syvemmin. Tämä toisi ohjelmasarjaan Yle Radio 1:n kuuntelijoiden kaipaamaa syvyyttä.

Ideoimme, että haastateltavat voisivat esitellä itse itsensä. Kun haastateltava saa itse esitellä itsensä se tuo ohjelmaan aitoutta. Toimittajan esittelykuvaus olisi todennäköisesti erilainen kuin haastateltavan oma esittely.

Simojoki ideoi, että kuvailisin haastateltavien valitsemia paikkoja useamman aistin avulla kuten esimerkiksi äänen, tuoksun, värin tms. Se mahdollistaisi kuuntelijalle paikan kuvittelun mielessään.

Olimme samaa mieltä Simojoen kanssa siitä, että ohjelmasarja ei tarvitse äänimattoa, siis sellaista musiikillista elementtiä, joka kulkee puheen tai keskustelun alla ohjelman alusta loppuun saakka. Tunnuksen ja välikkeiden avulla voi rytmittää ohjelmaa esimerkiksi laittamalla joka 10 minuutin välein välikkeen tai muuta autenttista äänimaisemaa.

3.5 Brainstormaus ohjelman visuaalisesta ilmeestä

Olimme sopineet Ylen radioiden graafikon Tuuli Laukkasen kanssa tapaamisen tiistaina 23.5. 2017 kello 9-10 Ylen kahvilassa. Tarkoituksenamme oli brainstormata Löytöretki suomalaisen toivon -ohjelmasarjan visuaalista ilmettä. Laukkasen aiempi työtehtävä venyi, joten siirsimme ideoinnin iltapäivään.

Aluksi kerroin graafikko Tuuli Laukkaselle ohjelmasarjan konseptin, tunnelman ja tavoitteen. Ideoimme ohjelmasarjan pääkuvaksi kartan ja kompassin, koska ne kuvastavat löytöretkeilyä, ja ohjelmasarjassa mennään haastateltavien kanssa eri paikkoihin, joista he saavat toivoa.

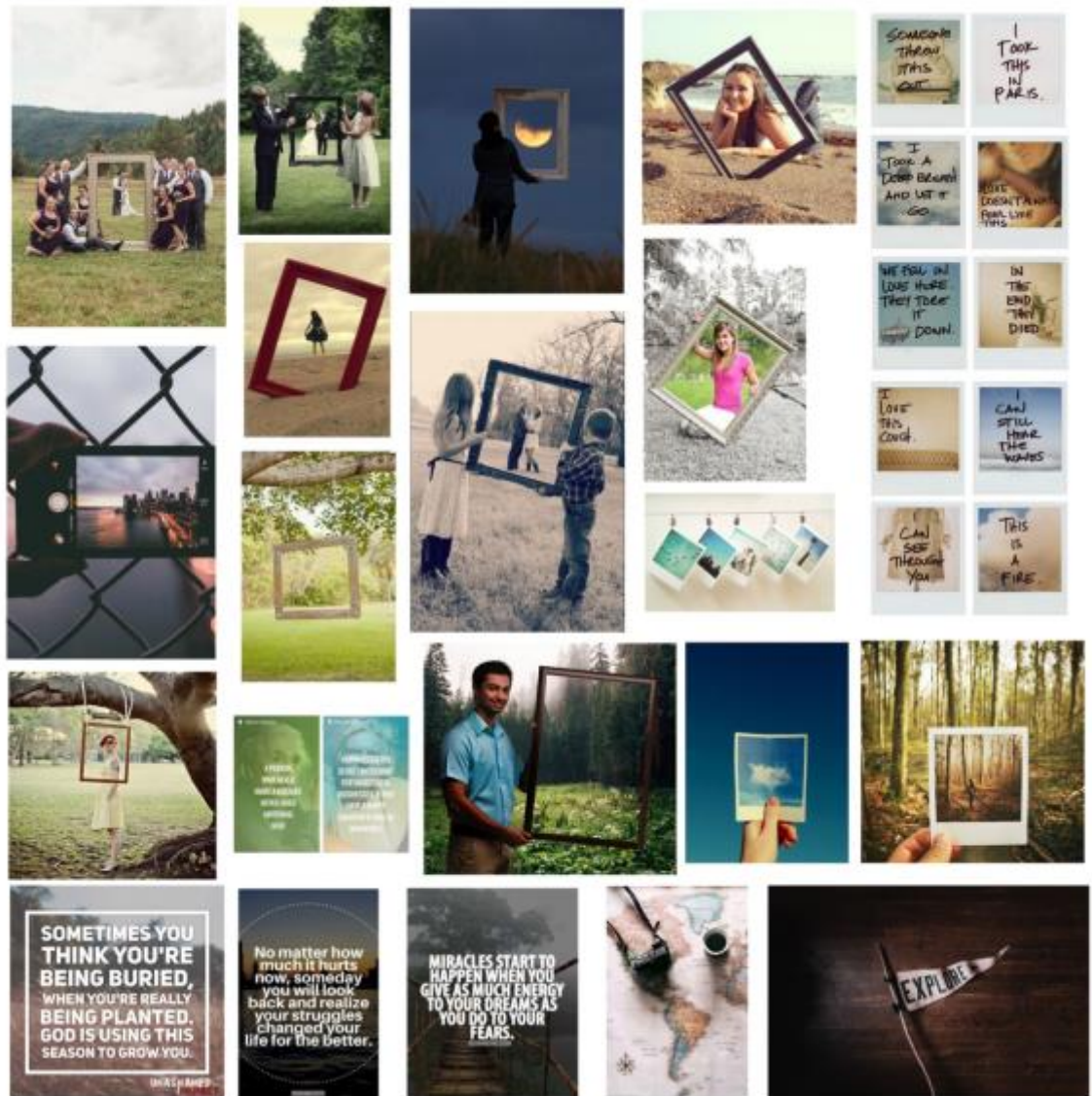
Toivo on kuitenkin niin henkilökohtainen asia, että on todennäköistä, että kuuntelijalla on joku toinen toivoa tuottava paikka. Siksi löytöretkeily-teema oli ohjelmasarjan nimessä ja myös pääkuvassa. Ohjelmasarjassa etsitään toivoa, sitä ei voi luvata, että se löytyy kaikille samasta paikasta.

Ideoimme Laukkasen kanssa, että jokaisessa ohjelmajakson kuvassa on haastateltava ja paikka, ne ovat sisällöllisesti tärkeitä, koska lähestymme teemoja haastateltavan ja hänen valitsemansa paikan kautta.

Haastattelut on tarkoitus tehdä paikoissa, joista haastateltavat saivat toivoa. Joten on perustelua, että haastateltava ja paikka ovat jaksokuvassa. Kyseessä oli siis enemmänkin kuvituskuva kuin uutiskuva. Kuva on osa journalistista sisältöä, joten sen ideoimiseen kannattaa käyttää aikaa ja hyödyntää ammattilaisten näkemyksiä asiasta.

Ideoimme myös, että voisin pyytää haastateltavia pitämään käsissään ikään kuin kehystä, jonka sisälle voisi tulla ohjelmasta poimittu sitaatti. Ohessa Laukkasen tekemä moodboard siitä.

Kuva 7. Moodboard kehyksistä.



Ohjelmasarjalle tulee pääkuva Yle Areenaan, jaksokuvat ja sitaattikuvat markkinointia varten. Esittelen kuvat luvussa 4.

3.6 Brainstormaus ohjelman tunnuksesta ja välikkeistä

Tapasin äänisuunnittelija Tapani Kuusniemen 15.6. 2017 Ylen kahvilan terassilla. Aluksi kerroin Kuusniemelle Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan konseptista, tunnelmasta ja tavoitteesta, jotka vaikuttavat siihen millainen ohjelmatunnuksen ja välikkeiden tulisi olla.

Ohjelmasarjaan ei tarvittu myöskään niin sanottua rytmillistä ja yhtenäistä äänimattoa, joka kulkisi keskustelun alla ohjelman alusta loppuun saakka. Ohjelmasarjaan tarvittiin tunnus, jossa oli spikattuna ohjelmasarjan nimi, joka kertoo ohjelmasarjan sisällöstä.

Tarvitsin myös välikkeet, joiden avulla oli mahdollista tehdä rytmiä 45 minuuttia kestäväään puheohjelmaan ja antaa kuuntelijoille hetken hengähdystauko kuuntelun lomassa.

Olimme Kuusniemen kanssa samaa mieltä siitä, että ohjelman tunnuksen ja välikkeiden tulee olla samassa linjassa ohjelman muun äänimaiseman ja sisällön kanssa. Ohjelmatunnuksen ja välikkeiden tulisi olla vähäeleisiä, valoisia ja ilmavia.

Se tarkoitti käytännössä sitä, että tunnuksessa ja välikkeissä käytettiin vain muutamaa musiikillista elementtiä. Tämän valinnan tein siksi, että vähäeleisyys tulee ohjelmasarjan autenttisuutta, jossa ei ole mitään erityisiä efektejä vain efektien vuoksi.

Puhuimme myös kestoista, että ohjelmatunnus voisi olla noin 10-15 sekuntia ja välikkeet 5-10 sekuntia. Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarjassa on puhetta eikä musiikkia niin pidempien välikkeiden avulla voidaan ohjelman kuuntelijalle antaa hetkellinen hengähdystauko.

Ohjelmasarjan puffia varten tehtiin musiikillinen matto. Se tehtiin myös samalla tavalla vähäeleiseksi, koska kuuntelija saa sitäkin kautta mielikuvia siitä millainen Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarja on.

Kuusniemi kertoi, että heillä oli äänisuunnittelutiimissä tällä hetkellä vähän ihmisiä, joten aikataulu on tiukka. Kuusniemi lupasi toimittaa minulle ohjelmatunnuksen ja välikkeet hetki, kun ne valmistuvat.

3.7 Yle Radio 1:n vastaavan tuottajan Anna Simojoen haastattelu

Löytöretki suomalaiseen toivon ohjelmasarja oli osa Yle Radio 1:n Toivon heinäkuu, teemakuukautta. Minun oli toimittajana tärkeää tietää teemakuukausien historia sekä taustat sille miksi heinäkuu 2017 on juuri Toivon heinäkuu eikä jokin muu. Mitä Yle Radio 1 -kanava tällä teemakuukaudella tavoittelee?

Tutkimus- ja kehittämistyössä haastattelu on yksi käytetyimmistä tiedonkeruumenetelmistä. (Ojasalo ym. 2009, 95.)

Kaikkea tietoa ei löydä kirjoista tai tutkimuksista. Toimittajan työssä haastattelu on yksi käytetyimmistä tiedonkeruumenetelmistä. Olen sitä mieltä, että haastattelu on toimiva tiedonkeruu menetelmä niin toimittajan työssä kuin tutkimus- että kehittämistyössä myös.

Haastattelin Yle Radio 1:n vastaavaa tuottajaa Anna Simojokea liittyen Yle Radio 1:n teemakuukasiin ja heinäkuun 2017 teemaan, Toivon heinäkuu. Simojoen mukaan teemakuukaudet ovat pitkä perinne. Ensimmäisen teemakuukausi oli Radio 1 -kanavalla vuonna 2005. Tuolloin kanavalla vietettiin Punaista heinäkuuta, jonka aikana arkisto-ohjelmien ja avulla käsiteltiin Neuvostoliittoa ja Suomen suhdetta siihen. Simojoen mukaan teemakuukaudet ovat olleet vuosien varrella keskenään hyvin erilaisia, mutta kuuntelijoilta on tullut niistä hyvää palautetta. (Simojoki 24.5.2017.)

Vuonna 2008 Yle Radio 1 -kanava sai Kirkon tiedonvälityspalkinnon teemakuukaudesta, Jumalainen heinäkuu. Vuosien mittaan teemaohjelmat ovat kehittyneet siihen suhteen, että arkistopätkät ovat siinä pieni mauste. Nykyään tehdään erikseen ohjelmia teemaheinäkuuta varten. (Simojoki 24.5.2017.)

Vuonna 2017 heinäkuun teemana oli toivo. Anna Simojoen mukaan Toivon heinäkuu -teemakuukaudella haluttiin nostaa ihmisten tietoisuuteen se, että maailmassa on myös hyviä tulevaisuuden näkymiä. Maailma on täynnä kielteisiä ja pelottavia näkymiä ja tulevaisuus näyttää usein uutisten perusteella ankealta. (Simojoki 24.5.2017.)

Ihmiskunnalla on kokonaisuutena edelleen toivoa. Lisäksi paneuduttiin historiaan ja mietitän mistä eri aikakausina on saatu uutta tulevaisuuden uskoa ja voimia uudistumiseen ja edistykseen. Tarkoitus on herättää myös yhteiskunnallista keskustelua. (Simojoki 24.5.2017.)

Toivon heinäkuu läpäisi Yle Radio 1:n perusohjelmiston niin, että musiikkiohjelmissa otettiin toivo aiheeksi tai näkökulmaksi. Sen lisäksi tehtiin toivo-teeman mukaisia yksittäisiä ohjelmia tai ohjelmasarjoja. Radio oli tähän välineenä sopiva, koska sen tavoitavuus on niin suuri edelleen. Nykyään tavoitavuutta lisää ohjelmien kuuntelu jälkikäteen Yle Areenassa ja niiden jakaminen sosiaalisessa mediassa. (Simojoki 24.5.2017.)

4 Näin tein Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan Yle Radio 1 -kanavalle

Kehittämishankkeeni tarkoituksena oli ideoida, konseptoida ja toteuttaa uusi ohjelmasarja Yle Radio 1 -kanavalle.

Ohjelmasarjan ideointiin vaikutti James-journalismi, joka on yleisön tarpeisiin ja kysyntään vastaavaa palvelua ja yksi tulevaisuuden journalismin lajeista vuonna 2030. (Heinonen & Ruotsalainen 2014, 23.)

Megatrendit ja trendit kertovat ihmisten tarpeista, joten mielestäni James-journalismi sopi hyvin työni ohjelmasarjan ideoinnin työkaluksi. James-journalismi painottaa journalistisessa palvelussaan yleisön tarpeita ja kysyntää, se tukee kehittämishankkeeni kysymystä: miten megatrendejä ja trendiä voisi hyödyntää uuden ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa?

Tässä luvussa käyn tarkemmin läpi valitsemani megatrendit, jotka vaikuttivat Löytöretki suomalaiseen toivoon –ohjelmasarjan ideointiin ja konseptointiin. Megatrendit olivat siis terveyden korostuminen, yksilöllinen elämäntyyli, tarinallisuus ja organisaatioiden verkottuminen eli kumppanuus. (Hiltunen, 2012, 80.) Käytin ohjelmasarjan ideoinnissa myös aitouden trendiä. (Vaulos & Kolamo 2017.)

Tein Löytöretki suomalaiseen toivoon –ohjelmasarjan Yle Radio 1 –kanavalle, joten huomioin kanavan brändin ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa. Ohjelmasarjaan sisältöön ja konseptiin vaikutti myös se, että se oli osa Yle Radio 1:n teemakuukautta heinäkuussa 2017, Toivon heinäkuu. Toivon heinäkuu -teemakuukauden tavoitteena oli nostaa ihmisten tietoisuuteen se, että maailmassa on myös hyviä tulevaisuuden näkymiä. (Simojoki 24.5.2017.)

Kerron ohjelmasarjan konseptista, haastatteluiden tekemisestä, ohjelmasarjan äänimaisemasta ja editoinnista. Kerron ohjelmasarjan julkaisusta Yle Areenaan sekä ohjelmasarjan visuaalisesta ilmeestä.

Kerron myös yhteistyöstä kumppaneiden kanssa ja ohjelman markkinoinnista sosiaalisessa mediassa.

4.1 Hyvinvoinnin megatrendi

Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen mukaan (2017) hyvinvoinnin osatekijät jaetaan kolmeen teemaan kuten terveyteen, materiaaliseen hyvinvointiin ja elämänlaatuun. Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen mukaan hyvinvointi-käsite viittaa suomen kielessä sekä yksilölliseen hyvinvointiin että yhteisötason hyvinvointiin.

Hyvinvoinnin megatrendi ei näytä laantumisen merkkejä. Syynä siihen voi olla stressi. Suomessa naisista 17 % ja miehistä 14% oli kokenut merkittävää henkistä kuormittuneisuutta. Joka neljäs on kokenut työuupumusta. (Koskinen, Lundqvist & Ristiluoma 2011, 97.)

Työikäiset eivät ole ainoita, jotka kärsivät stressistä, sillä tutkimusten mukaan myös koululaiset ja opiskelijat kärsivät siitä. YTHS:n vuonna 2012 tekemän tutkimuksen mukaan 30% opiskelijoita koki kärsivänsä voimakkaasta stressistä. (Koskinen 2014.)

Suomalaisista 45 prosenttia stressaa liikaa tai haitallisia määriä. Tämä käy ilmi Aivoliiton, Diabetesliiton ja Sydänliiton yhteisten Yksi elämä -terveystalkoiden teettämästä tutkimuksesta. (Yksi elämä 2017.)

Pitkään jatkunut stressi haittaa ihmisen hyvinvointia ja se voi olla vaarallista ihmisen henkiselle ja fyysiselle hyvinvoinnille. (Mattila 2010.)

Stressi heikentää ihmisten hyvinvointia ja pitkään jatkuessaan voi aiheuttaa masennuksen tai työuupumuksen. Stressi voi heikentää ihmisen kykyä ajatella toiveikkaasti. Mielenterveyden keskusliiton mukaan toivo taas on ihmisen psyykkisen hyvinvoinnin lähde. (Immonen 2017.)

Pohdin, että voisiko siis ihmisillä olla tarve sellaisille journalistisille ohjelmasisällöille, jotka auttavat heitä käsittelemään ja ymmärtämään stressin syitä tai muita hyvinvointia heikentäviä asioita?

Toivo on psyykkisen hyvinvoinnin lähde. (Mielenterveyden keskusliitto 2017.) Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjassa on tavoitteena käsitellä toivoa ja toivottomuutta niin, että se mahdollistaisi kuuntelijalle toivon heräämisen tai halun tavoitella sitä.

Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjassa käsitellään toivoa ja toivottomuutta. Ohjelmasarjan teemojen: musiikki, luonto, kulttuuri ja suhtautumisemme itseemme ja toisiin vaikuttavat hyvinvointiimme.

Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjassa haastateltavat kertoivat mitkä asiat tuovat heille toivoa. Nämä asiat olivat myös sellaisia, jotka tutkitusti vaikuttavat positiivisesti ihmisten hyvinvointiin kuten kulttuuri, metsä ja yhteisöllinen tekeminen. (Koskinen, 2014.)

4.2 Yksilöllinen elämäntyyli

Individualismin sanan juuret ovat latinassa. Individuum tarkoittaa yksilö. (Tieteen termipankki 2017).

Yksilöllinen elämäntyyli on kasvava megatrendi, joka vaikuttaa jo nyt tällä hetkellä liki kaikkiin aloihin. Yksilöllisyys eli individualismi tunnustaa yksilön autonomian, itsemääräämisoikeuden ja maksimaalisesti rajoittamattomat oikeudet yhteiskunnassa. (Tieteen termipankki 2017.) Kärjistäen voi sanoa niin, että yksilö tulee ennen yhteiskuntaa.

Yksilöt haluavat erilaisia asioita. Yksilöllisen elämäntyylin megatrendiä käytin Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjassa haastateltavien valinnassa. Halusin ohjelmasarjaan haastateltavaksi ihmisiä, jotka eivät ole välttämättä elämässään valinneet sitä kaikkein tyypillisintä elämäntapaa, koska sitä kautta voisin tuoda esille erilaisten elämäntapojen moninaisuutta.

Ei ole yhtä oikeaa tapaa elää, koska olemme yksilöitä ja tästä syystä myöskin itsensä ja omien valintojen vertailu muihin on aivan turhaa ja se voi aiheuttaa meille stressiä.

Esimerkiksi Facebookin ahkera käyttö voi aiheuttaa masennusoireita, koska sitä kautta voi itseään verrata muihin. Oma elämä ja valinnat saattavat tuntua huonoilta, kun vertaa elämäänsä sosiaalisen median iloisiin päivityksiin ja juhlahumuun. (Terve 2015.)

Individualismilla eli yksilöllisyys liittyy myös siihen, miten ihmiset mahdollisesti hahmottavat maailman. Tieteen termipankin (2017) mukaan individualismi oli varhaisen liberalismien ja osin uuden ajan humanismin perussuuntaus, joka hahmotti maailman yksilökeskeisesti ja puolusti yksilön itsekkyyttä. Individualismi myös torjui kollektiivisen

säätelyn korostamalla itsekkyyden johtavan vapailla markkinoilla myös yhteisen edun toteutumiseen.

Kaikki ihmiset kokevat välillä toivon ja toivottomuudenkin hetkiä. Se, että asioista puhutaan avoimesti voi vähentää stressiä. Lääkärikirja Duodecimin mukaan huolien jakaminen on asia, joka vähentää stressiä. Asioista puhuminen ystävien tai työtovereiden kanssa vähentää stressiä ja murheita. (Koskinen 2010.)

Mielenterveyden keskusliiton (2017) mukaan vertaistuki on omaehtoista, yhteisöllistä tukea ihmisten kesken, joita yhdistää samankaltainen elämäntilanne.

Ohjelmasarjan tuotantoon käytettävissä olevat resurssit ohjasivat minua pohtimaan: voisinko yhdistää asiantuntijan ja kokijan?

En voinut tietää etukäteen haluaisivatko ekopsykologi Kirsi Salonen, muusikko Jarkko Martikainen, terapeutti ja tietokirjailija Taru Hallikainen ja antropologi Inkeri Aula kertoa omista kokemuksistaan liittyen toivoon ja toivottomuuteen?

Kun soitin haastateltaville ensimmäisen kerran ja kysyin heitä mukaan sarjaan, kerroin, että toivoisin, että he voisivat kertoa jotain omista kokemuksistaan asiantuntijuuden teemojen lisäksi.

Kerroin heille myös sen miksi halusin heidän asiantuntijuuden lisäksi heidän kokemuksiaan toivosta ja toivottomuudesta. Kokijat voisivat mahdollistaa kuuntelijoille vertaistuen kokemuksia. Kaikki haastateltavat pitivät ideaa hyvänä. He toki saivat itse päättää minkä verran haluavat kertoa omista toivottomuuden kokemuksistaan.

Löytöretki suomalaiseen toivoon -sarjan haastateltavia yhdisti asiantuntijuus omalta alaltaan sekä se, että he ovat itse henkilökohtaisesti kokeneet joskus toivottomuuden tunteita jossain määrin ja valmiita kertomaan niistä ohjelmasarjassa.

Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan jaksot kestivät 46- 47 minuuttia, joten oli tärkeää, että haastateltavan ääni sopii radioon.

Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan jaksot olivat 45 – 47 minuuttia, joten on tärkeää, että pitkässä puheohjelmassa haastateltava kykenee sujuvasti ilmaisemaan itseään. Mikäli haastateltava ei kykene puhumaan sujuvasti niin kuuntelija ei välttämättä jaksa keskittyä kuuntelemaan 45 minuutin mittaista ohjelmaa.

Tiesin etukäteen, että Salonen on hyvä puhumaan, koska olin haastatellut häntä aiemmin monta vuotta sitten. Muusikko Jarkko Martikainen on kokenut esiintyjä, joten hän osaa keskustella sujuvasti.

En tuntenut Taru Hallikaista entuudestaan, joten soitin hänelle huhtikuussa, jotta saisin paremman kuvan siitä, millainen hän on puhumaan. Hallikainen vaikutti puhelimesta välittömältä ja teemasta innostuneelta. Hän myös kertoi, että liki kaikkiin armosta kertoviin tarinoihin liittyi toivo. Tilasin kirjasta mediakappaleen itselleni ja luin sen ennen haastattelua.

AntroBlogin kautta sain yhteyden antropologi Inkeri Aulaan. Hän oli käyttänyt toivon metodia tutkimuksissaan. Soitin antropologi Inkeri Aulalle ja kuulostelin puhelimesta, millainen hän on puhumaan, syntyisikö keskustelua. Aula oli myös innostunut teemasta ja hän asui kiinnostavassa paikassa, Livonsaaren yhteisökylässä.

4.3 Tarinallisuuden megatrendi

Ihmiset rakastavat tarinoita. Lapsena opimme asioita tarinoiden avulla ja se jatkuu myös, kun olemme aikuisia. Ihmisinä meidän on hyvin vaikeaa vastustaa hyvin kerrottua tarinaa. (Geller 2011, 193.)

Tarina tempaa meidät tunnetasolla mukaansa. Tarina voi saada mukaan meidät nauramaan, viihtymään, opettamaan elämästä ja muistuttamaan meitä ihmisyydestä. (Geller 2011, 193.)

Olen Gellerin kanssa samaa mieltä siitä, että pelkkien faktojen avulla on vaikea saada kuuntelijassa aikaan kovinkaan syvällistä tunnekokemusta. Erityisesti pidemmässä puheohjelmassa, jollainen myös Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarja oli, on tärkeää, että sisältö myös koskettaa kuuntelijaa. Ihmiset kokemukset ja kuvailu herättää kuuntelijassa kiinnostuksen ja toivottavasti pitää kiinnostuksen yllä koko ohjelman keston ajan.

Hyvä teksti herättää mielikuvia. (Raevara 2016, 92.)

Sama pätee myös hyvään radio-ohjelmaan. Radiossa mielikuvia voidaan herättää äänimaiseman avulla ja kuvailemalla esimerkiksi sitä missä ollaan, miltä siellä näyttää tai tuoksuu.

Tarinankerronta on yksi tärkeimmistä asioista vaikuttavan radio-ohjelman sisällön prosessia. Muut osa-alueet ovat: keskity, sitouta, etsi näkökulma ja kerro tarina. (Geller 2011, 193.)

Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarjassa haastateltavien valitsema paikka mahdollisti tarinallisuuden ohjelman sisältöön. Ohjelma alkaa siitä, kun menen haastateltavan valitsemaan paikkaan tai menemme sinne yhtä matkaa.

Kyseessä on siis aika perinteinen tarinallisuuden muoto. Ohjelma etenee kronologisesti. Alussa on paikka ja sen jälkeen haastateltava saa kertoa itsestään muutamalla lauseella.

Journalistisesta tarinankerronnasta tulee parempaa, kun toimittaja käyttää oikeaa kieltä eikä yritä ilmaista asioita liian hienosti. (Geller 2011, 196.)

Omaa visuaalista ilmaisuaan joko kirjoittamisessa tai puhumisessa voi rikastuttaa kuvittelemalla, että puhuu sokealle ihmiselle. Visuaalista ilmaisuaan voi kehittää huomaamalla yksityiskohtia ympäristössään ja kertomalla niistä muille. (Geller 2011, 270.)

4.4 Kumppanuuden megatrendi

Kumppanuus tarkoittaa yhteistyötä jonkun asian tai tavoitteen saavuttamiseksi. Kumppanuus ja yhteistyö ovat yhä kasvavia trendejä. On arvioitu, että vuonna 2020 organisaatioiden verkottuminen on megatrendi. (Hiltunen 2012, 80.)

Minulla on aiempia hyviä kokemuksia kumppanuuden hyödyntämisestä. Esimerkiksi vuonna 2016 ideoin ja toteutin Radio Suomen Ajantasa-ohjelmaan, Aivot tärkein pääomasi -sarjan, jossa yhteistyökumppaneina olivat Aivoliitto ja Muistiliitto.

Aivoliitto ja Muistiliitto jakoivat ohjelmasarjaa omissa sosiaalisen median kanavissaan ja heidän kauttaan oli mahdollista tavoittaa uusia ihmisiä, joita juuri aivoja käsittelevä ohjelmasarja kiinnosti. Tavoittavuus kumppaneiden kautta voi lisätä myös vaikuttavuutta.

Havahduin kumppanuusasiaan aika myöhään, toukokuussa 2017. Ajattelin silti, että vielä ehtisin saada mukaan sopivia kumppaneita, koska Löytöretki suomalaiseen toivon - ohjelmasarja ajettiin ulos heinäkuussa 2017.

Yhteistyökumppaneiden tulisi olla voittoa tavoittelemattomia, yleishyödyllisiä kumppaneita, jotka sopisivat Yle Radio 1:n brändiin ja Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarjan sisällön kannalta.

Ehdotin Simojoelle kumppanuuksien käyttöä Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarjassa. Simojoen mielestä idea oli hyvä ja hän antoi minulle valtuudet suunnitella yhteistyötä mahdollisten kumppaneiden kanssa.

Keksin, että Mielenterveyden Keskusliitto ja Antroblogi sekä Luonnonpäivät sopivat sekä Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarjan sisällön että Yle Radio 1:n brändin kannalta kumppaneiksi, koska edellä mainitut tahot ovat yleishyödyllisiä, voittoa tavoittelemattomia tahoja. Kyseiset tahot myös pyrkivät lisäämään ihmisten tietoa kulttuurista ja mielen hyvinvoinnista.

Mielenterveyden Keskusliitto pyrkii jakamaan tietoa mielenterveyteen vaikuttavista asioista. Mielenterveyden keskusliitto edistää mielenterveyspotilaiden, kuntoutujien ja heidän läheistensä etuja yhteiskunnassa. (Mielenterveyden keskusliitto 2017.)

AntroBlogi on voittoa tavoittelematon, uskonnollisesti ja poliittisesti sitoutumaton. Julkaisijana toimii Allergra Lab Helsinki ry. Toiminnan rahoittaa Koneen Säätiö vuosina 2017-2018. (AntroBlogi 2017.)

Luonnonpäivät 2017 hankkeessa on mukana useita kumppaneita ja on virallinen Suomi 100 -ohjelmahanke. Hanke toteutetaan valtioneuvoston kanslian Suomi 100 -sihteeristön tuella. (Luonnonpäivät 2017.)

Otin yhteyttä Mielenterveyden Keskusliiton viestintäjohtajaan Sirkku Immoseen toukokuussa ja kysyin kiinnostaisiko heitä olla mukana.

Immonen kertoi, että toivo on erittäin tärkeässä osassa heidän työtään, sillä toivon tärkeä elementti ihmisen toipumisessa. Sovimme tapaamisen maanantaille 26.5.2017 kello 10.00 Ylelle. Tapaamiseen tuli mukaan viestintäjohtaja Sirkku Immonen ja viestinnän suunnittelija Terhi Honkio.

Tapaamisessa kerroin ohjelmasarjan konseptin ja tavoitteen. Sovimme, että Mielenterveyden Keskusliitto laittaa tiedotteen sarjasta jäsenyhdistyksilleen. Sovimme myös, että Suomen Mielenterveyden Keskusliitto tekee jutun Löytöretki suomalaiseen

toivoon -ohjelmasarjasta verkkosivuilleen. He myös markkinoivat ohjelmasarjaa sosiaalisen median kanavissaan Twitterissä ja Facebookissa ohjelman lähetyspäivinä.

Mielenterveyden keskusliitto olisi halunnut tehdä ohjelmasarjasta artikkelin myös Tunne ja mieli -lehteensä, mutta lehti oli jo mennyt painoon ja kesällä on julkaisutauko. Jos olisin sopinut kumppanuuksista aiemmin, niin he olisivat ehdineet tehdä jutun ohjelmasarjasta. Harmillisesti olin saanut idean kumppanuuksien käyttämisestä vasta toukokuussa.

Olin jo aiemmin ollut yhteydessä AntroBlogin päätoimittajan Ninnu Koskenalhoon, kun etsin sopivaa haastateltavaa ohjelmasarjaan. Soitin hänelle uudelleen ja kysyin, että olisiko heillä kiinnostusta tehdä yhteistyötä sarjan tiimoilta. Kiinnostusta oli, ja yhdessä pohdimme sopivia yhteistyön muotoja.

Sovimme Koskenalhon kanssa, että he tekevät jokaisesta Löytöretki suomalaisen toivoon -ohjelmasarjan jaksosta pidemmän artikkelin omille sivuilleen. AntroBlogi myös markkinoisi ohjelmaa sosiaalisessa mediassa sekä osallistuisi keskusteluun sosiaalisessa mediassa aiheiden tiimoilta.

Suomen luonnonpäivät -yhteyshenkilön kanssa vaihdoimme sähköposteja yhteistyömahdollisuuksista. Yhteyshenkilö kertoi, että yhteistyötä olisi mahdollista tehdä ainakin sosiaalisen median kautta.

4.5 Aitouden trendi

Aitous on yksi trendi. Sisältömake hakeutuu kohti aitoutta ja elämänmakuisuutta (Vaulos & Kolamo 2017.)

Aitouden trendi näkyy siinä, että yhä enemmän tavallisia ihmisiä halutaan mainoskuviin mallien sijaan. Blogeissakin avataan yhä enemmän sitä, ettei elämä ole aina yhtä juhlaa ja kuohuviinin kilistelyä aamupalalla.

Mielestäni aitouteen liittyy kyky hyväksyä epätäydellisyys. Ei pyritä rakentamaan kiillotettua versiota itsestä ja elämästä vaan hyväksytään ja ymmärretään se, että ihminen ja elämä on aina epätäydellistä.

Löytöretki suomalaisen toivoon -ohjelmasarjassa pyrin saamaan aitoutta ohjelmasarjan tunnelmaan haastateltavien valinnalla, haastateltavien ohjauksella, jaksosten sisällöllisillä teemoilla, nauhoittamalla siirtymiä ja haastattelupaikan äänimaisemaa.

Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarjassa kerrottiin toivosta neljän ihmisen näkökulmasta. Valitsin haastateltavaksi sellaisia ihmisiä, joille epätäydellisyyden esiintuominen ei ahdistanut vaan pikemminkin he kaikki pyrkivät oman työnsä kautta tuomaan esille elämän moninaisuutta.

Kerroin haastateltaville etukäteen, että pyrin tekemään ohjelmasta suoranomaisen ja tunnelmaltaan keskustelun, jossa kohdataan aidosti, eikä niinkään keskustella perinteisellä korostuneella roolijaolla haastattelija ja haastateltava.

Halusin haastateltavien kokemusten kautta tuoda kuuntelijalle esille sitä, että kaikilla ihmisillä on toivottomuudenkin hetkiä, negatiiviset tunteet kuuluvat osaksi ihmisen elämää, niistä ei vain halua puhua tällä hetkellä juurikaan. Se on aika kiinnostavaa, että yhä useampi ihminen kärsii stressistä, mutta siitä ei puhuta omien kokemusten kautta.

Jokainen haastateltava oli valmis kertomaan jotain omista toivottomuuden kokemuksistaan. Se lisäsi ohjelman aitoutta. Jos haastateltavat eivät olisi olleet valmiita jakamaan omia kokemuksiaan asiantuntijuutensa lisäksi niin aitouden taso olisi ohjelmasarjassa kärsinyt. Yksikin kokemuksen tai oman ajatuksen jakaminen lisää autenttisuutta, siinä ei tarvitse mennä siihen, että haastateltava kertoo kaikki vaikeutensa.

Kerroin aiemmin, että Yle Radio 1:n kuuntelijat pitävät luonnollisista äänimaisemista ja pyysin haastateltavia miettimään sellaisen paikan, joka on heille merkityksellinen ja tuo toivoa. Halusin heidän miettivän jonkun konkreettisen paikan, koska se toisi abstraktiin aiheeseen konkreettisuutta.

Haastateltavan valitsema paikka kertoi myös jotain haastateltavasta ja mahdollisti sen, että haastattelutilanteessa on turvallista puhua myös vaikeista kokemuksista, koska valitsemassaan paikassa he tunsivat olonsa todennäköisesti turvalliseksi.

Nauhoitin siirtymiä, kun olin matkalla haastateltavan luokse ja tapasimme ensimmäistä kertaa tai, kun kävelimme haastattelun aikana haastateltavan valitsemassa paikassa.

Ohjelmat nauhoitettiin Kansallisteatterin Lavaklubilla, Lempäälän metsässä, hietaniemen Hautausmaalla ja luonnonläheisessä Livonsaaren yhteisökylässä. Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarjan äänimaisemassa korostuivat rauhalliset ja elvyttävät äänimaisemat.

Haastateltavien valitsemat toivoa tuottavat paikat olivat samaan aikaan yksilöllisiä ja yhteisöllisiä. Jokaisella haastateltavalla oli tietystä syystä se oma toivoa tuottava paikka, joka oli sellainen, jossa kuuntelija on voinut itsekin käydä tai voi mennä käymään.

4.6 Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarjan konsepti

Löytöretki suomalaiseen toivon –sarjan taustateorian oli James-journalismi, jonka journalismin keskiössä on yleisön tarpeet. James-journalismi tuki kehittämishankkeen tavoitetta: miten megatrendejä ja trendiä voisi hyödyntää uuden ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa?

Ideoinnissa ja konseptissa hyödynsin yksilöllisen elämänäytön, terveyden korostumisen, tarinallisuuden ja organisaatioiden verkottumisen eli kumppanuuden megatrendejä. (Hiltunen, 2012, 80.) Käytin ohjelmasarjan ideoinnissa myös aitouden trendiä. (Vaulos & Kolamo 2017.)

Ohjelmasarjan konsepti muodostui seuraavista asioista. Valmis kokonaisuus sisälsi 47 minuutin audion, jossa keskustellaan yhden haastateltavan kanssa hänen valitsemassaan paikassa. Paikka on haastateltavalle merkityksellinen, toivon näkökulmasta. Haastateltava kertoi ohjelmassa miksi paikka on hänelle merkityksellinen.

Ohjelma alkaa sillä, että toimittaja on matkalla tapaamaan haastateltavaa. Kohtaaminen nauhoitetaan ja haastateltava esittelee itsensä. Tähän alkuun ja kohtamiseen kuluu aikaa 2-3 minuuttia. Tämän jälkeen tulee ohjelman ohjelmatunnus.

Haastateltava esittelee itsensä ja paikan, joka tuo hänelle toivoa. Haastateltava on asiantuntija jollakin alalla, mutta valmis keskustelemaan omista henkilökohtaisista kokemuksistaan toivon ja toivottomuuteen liittyen. Haastateltavan valinnassa on kiinnitettävä huomiota siihen, että hänen tapansa puhua sopii radioon eli hänen puheensa on tarpeeksi selkeää ja ääni ei ole liian ärsyttävä.

Keskustelun teemoissa huomioidaan tasot: yksilö, yhteisö ja yhteiskunta. Jokaisesta näistä täytyy olla useampi kysymys tai teema, joissa pohditaan juuri edellä mainittuja tasoja.

Keskustelussa painottuu kohtaaminen ja läsnäolo haastateltavan välillä. Jälkikäteen ei tehdä spiikkejä vaan faktoja ujutetaan keskusteluun esimerkiksi paikan kuvailussa tai

jonkin teeman ympärille, josta keskustellaan. Kaikilta haastateltavilta kysytään seuraavat kysymykset: Onko toivottomuus yksilön vain yhteisön asia? Mitä toivo merkitsee sinulle? Mitä tekee, kun on toivoton? Millaisiin tilanteisiin toivottomuus yleensä liittyy? Toivoa kaivataan etenkin silloin, kuin elämä kolhii, miltä toivottomuus tuntuu kehossa? Mitä silloin voi tehdä? Mitä sinä teet?

Äänimaisemassa painotetaan autenttisuutta: ohjelmassa kuuluu haastateltavan valitseman paikan äänimaisema, nauhoitetaan siirtymiä, ei leikata kaikkia taukoja pois vaan annetaan haastateltavalle aikaa miettiä vastauksiaan. Kaikkia sanojen hakemisia ei leikata pois.

Välikkeillä rytmitetään keskustelua noin 7 – 15 minuutin välein. Yhdessä jaksossa välikkeitä on noin 3 – 5 kappaletta.

Ohjelmasarjassa on yhteensä neljä jaksoa. Ohjelmasarja ajetaan ulos radion broadcastissa ja jaksot tulevat kuunneltavaksi myös podcastina Yle Areenaan, joten ohjelmasarjan kuviin on kiinnitettävä huomiota. Ohjelmasarjan jaksojen kuvissa on haastateltava hänen valitsemassaan toivoa tuottavassa paikassa.

Ohjelmasarjan jaksoja markkinoidaan sosiaalisessa mediassa sitaattikuvien avulla. Sitatit on poimittu ohjelmasarjan haastatteluista. Ohjelmasarjalla on kolme yleishyödyllistä, voittoa tavoittelematonta kumppania, joilla on myös sisällöllinen yhteys ohjelmasarjan teemoihin. Kumppanit markkinoivat ohjelmasarjaa sosiaalisen median kanavissa. Yksi kumppaneista tekee artikkeleita omille blogisivuilleen jokaisesta Löytöretki suomalaiseseen toivoon –ohjelmasarjan jaksosta.

4.7 Haastattelut, äänimaisema ja ohjelmasarjan editointi

Jotta päästään mahdollisimman lähelle aitoa vuorovaikutustilannetta, juttelin jokaisen Löytöretki suomalaiseseen toivoon -ohjelmasarjan vieraiden kanssa etukäteen puhelimesta useamman kerran.

Tein jokaisen haastateltavan kanssa taustahaastattelut puhelimitse ennen käsikirjoituksen tekemistä. Taustahaastatteluiden aikana keskustelimme haastattelun teemoista ja tasoista: yksilö, yhteisö ja yhteiskunta.

Taustahaastattelut kestivät noin tunnista kahteen. Taustahaastatteluiden aikana oli toimittajana mahdollista rakentaa luottamuksellista suhdetta haastateltavaan, tutustua hänen tapaansa puhua ja keskustella. Taustahaastattelut on erittäin tärkeitä, jotta 46 minuutin puheohjelma onnistuu.

Taustahaastatteluita tehdään harvemmin resurssipulan vuoksi, mutta erityisesti 46 minuutin suoranomaisessa haastattelussa on taustahaastatteluiden tekeminen mielestäni välttämätöntä, varsinkin jos halutaan, että haastateltava on myös kokija. Taustahaastatteluiden avulla sain myös taustatietoa käsikirjoituksen tekemistä varten.

Pyysin haastateltavia miettimään etukäteen viisi lausetta, joiden kautta he voisivat itsensä esitellä. Se antoi haastateltavalle vapauden kertoa itse itsestään, ilman, että minä toimittajan määrittäisin hänet. Se lisäsi aitoutta.

Kerroin haastateltaville etukäteen, että otan heistä kuvan, joka tulee ohjelmasarjan sivuille Yle Areenaan. On hyvä kertoa etukäteen haastateltavalle, jos aikoo hänestä ottaa kuvan. Kaikki eivät vielä tiedä, että radiossa on ollut kuvia jo pitkään. Kaikille haastateltaville kuvattavana oleminen ei välttämättä ole niin helppoa.

Itse haastattelutilanteessa kuuntelin haastateltavaa, annoin hänelle aikaa ja tilaa miettiä vastauksiaan. McLeishin (1999, 49) mukaan haastattelijan tärkeimpiä taitoja ovat kyky kuunnella ja tehdä nopeita jatkokysymyksiä.

Näiden taitojen lisäksi mielestäni toimittajan tulee elein ja ilmein tukea haastateltavaa haastattelun aikana, varsinkin silloin, kun haastateltavana ei ole haastatteluihin totunut, suurta valtaa nauttiva poliitikko vaan tavallinen ihminen.

En pyrkinyt saamaan haastattelumateriaalista kliinistä tai täydellistä eli ohjelmassa sai kuulua haastateltavan tai minun mietintätauoit tai sanojen hakeminen.

Äänimaisema on radiossa ja audioissa yksi kerronnan keino, jonka avulla voidaan tuoda tunteita ja kuulokuvia kuuntelijoille. Äänimaisemalla hain aitoutta niin, että nauhoitin äänimaisemaa haastattelupaikalla, nauhoitin siirtymiä ja jutustelua haastateltavan kanssa ennen varsinaista keskustelua

Äänimaiseman nauhoittaminen paikassa toimi sisältöä tukevana elementtinä. Haastateltavien valitsemisissa paikoissa oli jokaisessa omanlaisensa äänimaisema, joten se kannatti tuoda esille ohjelmassa mahdollisimman alkuperäisenä. Äänimaiseman

nauhoittaminen haastattelupaikalla lisää myös ekonomiaa, koska äänimaisemaa ei tarvitse erikseen sitten efektien avulla rakentaa studiossa.

Yle Radio 1:n verkkotuottaja Rainer Korhonen neuvoi minulle Yle Radio 1:n järjestelmäkameran käytön. Otin jokaisesta haastateltavasta kuvan heidän toivoa tuottavassa paikassaan.

Otin haastatteluiden jälkeen mahdollisimman monta kuvaa, jotta niistä olisi sitten Laukkasella valinnanvaraa. Jälkikäteen ajattelin, että olisin voinut tehdä vielä vähän tiukemman rajauksen. Toisaalta kuvassa oli hyvä näkyä myös haastateltavan valitsema paikka.

Laitoin kuvat samana päivänä, kun olin ne ottanut Googlen Driveen, josta graafikko Laukkanen otti kuvat ja muokkasi ne. En ole itse graafikko niin siinä säästyy aikaa, että ammattilainen käsittelee kuvat ja niistä tulee varmasti laadukkaat.

Editointivaiheessa en lisännyt muita niin sanotusti ylimääräisiä ääniä kuin ohjelman tunnuksen ja välikkeet. Tavoitteena oli tehdä äänimaisemasta mahdollisimman autenttinen, joten en jälkikäteen lisännyt muita äänellisiä efektejä lukuun ottamatta ohjelman tunnusta ja välikkeitä.

Editoin ohjelmat mahdollisimman valmiiksi siten, että lisäsin ohjelman tunnuksen ja välikkeen, kun ne valmistuivat. Tämä lisäsi lean-ajattelun mukaista virtaustehokkuutta.

Ihanteellisintahan toki on se, että ohjelmatunnukset ja välikkeet olisivat valmiina hyvissä ajoin ja yhden ohjelman voisi tehdä sitten samalla kokonaan valmiiksi. Tilanne on harvoin tämä käytännössä.

Editoitavaa haastattelumateriaalia oli paljon. Liki jokaisesta haastattelusta materiaalia oli enimmillään 1 tunti 45 minuuttia. Täytyy muistaa, että tuossa ajassa ovat myös siirtymät ja äänimaiseman äänitykset, joten se tuo oman osansa kokonaisekseen. Jouduin jättämään myös tiettyjä haastattelukysymyksiä ja vastauksia pois, koska ne eivät mahtuneet ohjelmasarjalla asetettuun aikaan, joka oli enintään 49 minuuttia. Jätin kuitenkin ne teemat, jotka olivat konseptiin sovittu eli yksilö, yhteisö ja yhteiskunta.

Editoidessani haastattelumateriaalia poimin haastateltavalta 1-2 sitaattia, jotka lähetin sähköpostitse Tuuli Laukkaselle. Hän teki sitaateista kuvat, joita käytin ohjelman jälkimarkkinoinnissa.

4.8 Ohjelmasarjan julkaisu Yle Areenassa ja visuaalinen ilme

Aiemmin saamani kuuntelijapalautteen perusteella ehdotin Yle Radio 1:n vastaavalle tuottajalle Anna Simojolle, että julkaisen kaikki Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan jaksot kerralla Yle Areenaan. Näin kuuntelijat voivat kuunnella ohjelmasarjaa omien aikataulujen puitteissa.

Simojoki hyväksyi idean ja ehdotti, että ohjelmasarjan jaksot julkaistaan 7.7.2017 aamulla. Kaikki Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan neljä osaa julkaistiin Yle Areenassa saman päivän aamuna 7.7.2017, kun ohjelmasarjan ensimmäinen osa tuli ulos Yle Radio 1 -kanavalla. (Yle Areena 2017.)

Ohjelmasarjan Areenatekstissä pyrin herättämään kuuntelijan kiinnostuksen poimimalla haastateltavalta jonkun kiinnostavan sitaatin leipätekstiin. Areenateksteissä kerrotaan ohjelmasta muutamalla sanalla niin, että kuuntelija kiinnostuisi kuuntelemaan ohjelmaa. Ohjelmasarjan Areena-tekstiin pyysin Mielenterveyden keskusliitolta tekstin, jossa kävisi ilmi mihin ihminen voi ottaa yhteyttä, jos kokee olonsa toivottomaksi. (Liite 1.)

Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjalla oli pääkuva, jossa on kartta kompassi, ihminen ja vaihteleva maisema. Kuva viesti siitä, että ohjelmasarjassa mennään erilaisiin paikkoihin. Kuva siis vahvistaa ja avaa visuaalisesti ohjelmasarjan nimeä Löytöretki suomalaiseen toivoon.

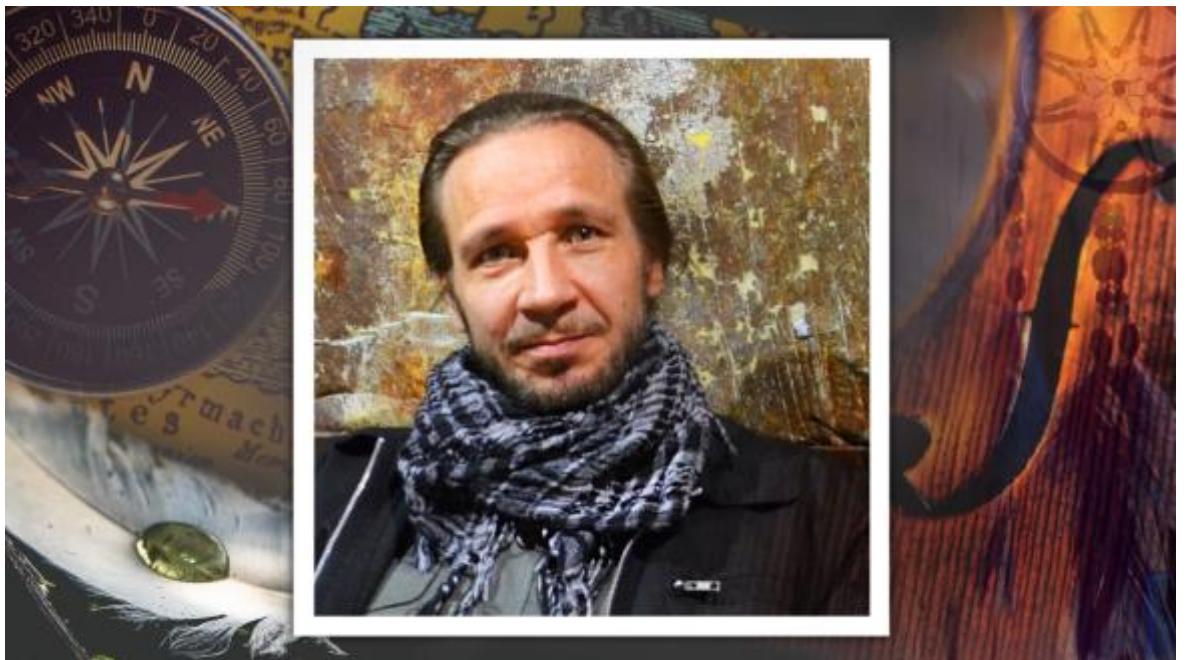
Kuva voi puhutella katsojaa myös tunnetasolla. Jaakkolan (2013, 142) mukaan journalistinen kuvan pitää perustua informaatioisältöön, mutta siinä voi silti hyödyntää taiteellisia ulottuvuuksia.

Kuva 8. Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan pääkuva.



Yle Arenassa myös jokaisella ohjelmasarjan jaksolla oli oma kuva, jossa oli jakson haastateltava. Yle Arenassa olevat jaksokuvat haastateltavista.

Kuva 9. Muusikko Jarkko Martikainen



Kuva 10. Ekopsykologi Kirsi Salonen



Kuva 11. Tietokirjailija ja terapeutti Taru Hallikainen



Kuva 12. Antropologi Inkeri Aula



Laukkasen kanssa ideoima kehys, jonka sisällä olisi sitaatti ei toteutunut, koska sitaatista olisi tullut liian pieni kehysten sisällä. Päätimme tehdä sitaattikuvia ilman kehyksiä. Sitaattikuvilla on mahdollista erottautua muista kuvista, jos sisältö on hyvä ja ajatuksia herättävä. Sitaattikuva kertoivat radio-ohjelman sisällöstä enemmän kuin pelkästään kuva. Sitaattikuva oli oma sisällöllinen elementtinsä, joka voi toimia hyvin myös yksinään.

Halusin, että Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan sosiaalisessa mediassa käytettävät sitaattikuvat olisivat sellaisia, joissa sanoitetaan jotain sellaista, jota ei yleensä sosiaaliseen mediaan laiteta.

Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan sitaattilainaukset kertoivat elämän ja elämäntilanteiden moninaisuudesta eivätkä rakenna samaa yksiulotteista menestymisen tarinaa, jota sosiaalisessa mediassa nähdään. Sitaattikuvat toivat esille ihmisen elämän moninaisuutta eli aitoutta.

Visuaalisuudessa on tärkeää muistaa se, että sen avulla havainnollistetaan tietoa eikä tehdä vain koristelua kuvien avulla. (Kauhanen – Simanainen 2001, 10.) Minusta sitaattikuvan avulla voi hienosti kiteyttää tietoa, ajatuksia ja tunnelmia.

Kuva 13. Sitaattikuva Jarkko Martikainen



Kuva 14. Sitaattikuva Ekopsykologi Kirsi Salonen



Kuva 15. Sitaattikuva Terapeutti Taru Hallikainen.



Kuva 16. Antropologi Inkeri Aula.



Löytöretki suomalaiseseen toivoon -ohjelmasarjan yksi kumppaneista, Mielenterveyden Keskusliitto toivoi kuvaa ohjelmasarjasta omille sivuilleen. Graafikko Tuuli Laukkanen teki ohjelmasarjan pääkuvasta sopivan kokoisen kuvan Mielenterveyden keskusliitolle. Kuva oli näkyvissä Mielenterveyden keskusliiton verkkosivuilla koko heinäkuun ajan.

Kuva 17. Graafikko Tuuli Laukkanen tekemä kuva Mielenterveyden keskusliiton sivuille.



4.9 Tiedotus, kumppanit ja markkinointi sosiaalisessa mediassa

Olen suorittanut töiden ohella vuonna 2009 Tiedottajan ammattitutkinnon Markkinointi-Instituutissa. Tein Löytöretki suomalaiseseen toivoon -ohjelmasarjasta tiedotepohjan Yle Radio 1:n tiedottajalle Tuire Juuselalle.

Juusela viimeisteli tiedotteen ja laittoi sen eri järjestelmiin. Yhteistyö ja aiempia tiedottajan tutkinnon suorittaminen toivat virtaustehokkuutta tähänkin työvaiheeseen. Pystyin tekemään tiedotteesta mahdollisimman valmiin. Juuselan oli helppo viimeistellä tiedote ja laittaa se eteenpäin eri järjestelmiin. (Liite 2.)

Mielenterveyden keskusliitto teki jutun Löytöretki suomalaiseseen toivoon -ohjelmasarjasta verkkosivuilleen. (Liite 3).

AntroBlogi kertoi yhteistyöstämme kesäkuulumisissaan. (Liite 4). AntroBlogin päätoimittaja Ninna Koskenalho kirjoitti jokaisesta Löytöretki suomalaiseseen toivoon -ohjelmasarjan jaksosta kolumnin AntroBlogin verkkosivuilleen. (Liite 5).

Itse näen sosiaalisen median tärkeänä kanavana tavoittaa mahdollisia uusia yleisöjä. Heitä, jotka eivät ole vielä Yle Radio 1:n kuuntelijoita, vaikka voisivat olla. Kuten kerroin

opinnäytetyöni johdannossa Yle Radio 1:n kuuntelijoita ei määritellä iän vaan kiinnostuksen kohteen kautta.

Itse olisin lomalla heinäkuussa, kun Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarja ajetaan ulos Yle Radio 1 -kanavalla ja julkaistaan Yle Areenassa. Päätin tehdä ajastettuja päivityksiä sosiaaliseen median kanaviin kuten Twitteriin ja Yle Radio 1:n Facebookiin. Ajastetuissa päivityksissä puffasin ohjelman alkamista. Sitaattikuvia sisältävissä ajastetuissa päivityksissä kerroin, että ohjelma on kuunneltavissa Yle Areenassa.

Ennen lomalle jäämistäni lähetin Mielenterveyden keskusliitolle, AntroBlogin päätoimittajalle Koskenalholle ja Luonnonpäivien yhteyshenkilölle sähköpostitse ohjelmasarjan jaksojen kuvat, sitaattikuvat ja sitaattilainauksia vapaasti käytettäväksi. AntroBlogi käytti ohjelmasarjan jaksojen kuvia kolumneissaan.

Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan kumppanit lähtivät mukaan ohjelmasarjan markkinointiin sosiaalisen median kanavissaan Twitterissä ja Facebookissa. He tekivät omia päivityksiä ja myös jakoivat minun tekemiä päivityksiä.

Yle Radio 1:llä oli heinäkuussa vain vähän henkilökuntaa, joten heillä oli mahdollista uudelleen twiitata etukäteen ajastamiani päivityksiä Twitterissä.

Lomastani huolimatta laitoin joka perjantai päivityksen myös Instagramiin ohjelmasarjasta. Ohjelmasarja herätti keskustelua sosiaalisessa mediassa, joten vaikka olin lomalla, niin osallistuin keskusteluun kuuntelijoiden kanssa.

Olisi ollut hieman hölmöä, että vasta elokuussa lomani loputtua olisin vastannut kuuntelijoiden kommentteihin. Pidin sitten myöhemmin vapaata sen vuoksi, että olin tehnyt töitä lomalla.

Kuuntelija Marjo Huhtala kommentoi Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjaa seuraavalla tavalla: ” Upea ja autenttinen @KivelaSatu on toimittanut kauniit jaksot Ylelle aiheesta #toivo. Ammattitaito ja aitous huomataan. (Huhtala. M. 27.7.2017)

Vastasin Huhtalalle seuraavalla tavalla. Kiva kuulla. Halusin jättää tauot yms. että olisi mahdollisimman autenttinen kuin suora lähetys. (Kivelä. S. 27.7.2017)

5 Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan palaute ja analyysi

Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan ideointiin vaikutti James-journalismi, jossa yleisön tarpeet ovat journalistisen sisällön keskiössä. James-journalismin on arvioitu olevan yksi tulevaisuuden journalismin lajeista vuonna 2030.

James-journalismi tuki kehittämishankkeeni tavoitetta. Kehittämishankkeessani tavoitteena oli selvittää millä tavalla megatrendejä ja trendejä voisi hyödyntää uuden ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa?

Megatrendit kertovat aina ihmisten tarpeista nyt ja tulevaisuudessa. Megatrendit muuttuvat hitaammin kuin vaikkapa trendit.

Konstruktivisessa lähestymistavassa ratkaisu vaatii teoreettisia perusteluita, kun luodaan jokin uusi tuote. Uutta tuotetta suositellaan myös testattavaksi ennen varsinaista testaamista.

Toimeksiantaja ei ollut varannut tuotantoon aikaa demon tekemistä varten. Joten minulla ei ollut mahdollista tehdä uuden ohjelmasarjan konseptista demoa. Ohjelmasarjan ideaa ja konseptia testasin pitchaamalla sen Yle Radio 1:n vastaavalle tuottajalle Anna Simojoelle.

Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjassa oli neljä osaa, jotka nauhoitettiin etukäteen. Jos ohjelman rakenne ei olisikaan toiminut niin olisin voinut vielä editoidessa tehdä muutoksia siihen.

Tein Löytöretki suomalaiseen toivoon –ohjelmasarjan Yle Radio 1 –kanavalle, joten huomioin ideoinnissa myös kanavan brändin. Ohjelmasarjan sisällössä ja luonteessa huomioin Yle Radio 1:n teemakuukauden 2017, Toivon heinäkuu, koska ohjelmasarja oli osa teemakuukautta.

Hankin palautetta ohjelmasarjasta sen jälkeen, kun se oli tullut ulos Yle Radio 1 -kanavalta ja julkaistu Yle Areenassa. Kävin arviointikeskustelun Yle Radio 1:n vastaavan tuottajan kanssa, pyysin palautetta myös ohjelmasarjan haastateltavilta ja mukana olleilta kumppaneilta.

Palautteita analysoimalla voin saada tietoa siitä, että toimivatko megatrendien ja trendin käyttäminen uuden ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa? Näkyvätkö megatrendit ja trendit palautteissa?

Lähetin sähköpostia Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan haastateltaville ja kysyin, millaisia ajatuksia ohjelmasarja oli heissä herättänyt. Muusikko Jarkko Martikaista en tavoittanut kesän jälkeen useita soitoista ja sähköposteista huolimatta

Halusin kuulla myös mitä yhteistyökumppanit ajattelivat Löytöretki suomalaiseen toivoon – ohjelmasarjasta ja konseptista. Otin yhteyttä yhteistyökumppaneihin sähköpostitse ja kysyin mitä he olivat ajatelleet ohjelmasarjasta ja yhteistyöstä. Halusin tietää, oliko yhteistyökumppaneiden mieleen noussut jotain kehitettävää ohjelmasarjan sisällön tai yhteistyön näkökulmasta. Kaikki eivät vastanneet sähköpostiin, joten sitten soitin, jos en saanut sähköpostitse vastausta. Luonnonpäivien yhteistyökumppanille laitoin myös sähköpostia, mutta hän ei vastannut. En yrittänyt tavoitella häntä uudelleen, koska yhteistyö sarjan tiimoilta oli ollut aika pientä.

Kuuntelijoilta sain palautetta sosiaalisen median kautta kuten muun muassa Twitterissä, Facebookissa ja Instagramissa. Tässä luvussa käyn läpi eri tahojen palautteita. Analyysi pohjautuu arviointikeskusteluihin ja palautteisiin.

5.1 Poimintoja kuuntelijoiden palautteista

Kuuntelijoiden palautteissa toistui ohjelmasarjan aitous, kiireettömyys ja haastateltavan ja haastattelijan kohtaaminen. Aitoudesta kerrottiin muun muassa viittaamalla siirtymiin, joita ohjelmasarjassa oli.

Esimerkiksi, kun pohdin ääneen ekopsykologi Kirsi Salosen autossa, että pärjään varmaan ilman kumisaappaita metsässä. Nauhoitin siirtymiä ja ensikohtaamisen haastateltavan kanssa.

Palautteen perusteella kuuntelijat pitivät siitä, että ohjelmassa oli taukoja ja haastateltava sai rauhassa kertoa ajatuksiaan. Kuuntelijoiden palautteista nousee esille yksilöllisyyden ja tarinallisuuden megatrendi ja aitouden trendi, jonka olin huomionut ohjelmasarjan konseptoinnissa.

”Viisaus, välittömyys, oikeanlainen nöyryys ja ihmisyydet välittyivät mitä oivallisimmin tekemässäsi ohjelmassa. Teoksen tietty kiireettömyys, haastateltavan ajattelulle ja

sanoille suotu tila erottui harvinaislaatuisena. Tällaista sen pitäisi useammin ollakin: kun kysytään, annetaan myös tilaa vastata!” (Pekka. FB. 2017).

”Kuunnellessani sain itselleni eväitä elämäni. Muut jaksotkin kuuntelen” (Seija. IG. 21.7. 2017).

Yksi mieleenpainuvimmista palautteista oli se, kun minulle entuudestaan tuntematon ihminen kertoi Twitterissä, että hän oli tehnyt jokaisesta ohjelmasarjan jaksosta muistiinpanot.

Kuuntelija kirjoitti: ”Areenasta senkin takia, että kun teen muistiinpanoja, niin pystyn tarvittaessa pysäyttämään kohdan ja kirjoittamaan ajatuksen muistiin. (Huhtala. M. 20.7.2017).

Eräs kuuntelija oli soittanut Yle Radio 1:n vastaavalle tuottajalle, Simojoelle ja kertonut pitäneensä erityisesti Jarkko Martikaisen ja antropologi Inkeri Aulan haastatteluista. Ohjelmasarjassa kävi ilmi, että kyse oli kahden ihmisen kohtaamisesta. Paljon riippuu puheohjelmassa siitä, kuinka hyvä puhuja on ja kuinka paljon on sanomista. (Simojoki 1.8.2017.)

5.2 Arviointikeskustelu Yle Radio 1:n vastaavan tuottajan Anna Simojoen kanssa

Kävin arviointikeskustelun Yle Radio 1:n vastaavan tuottajan Anna Simojoen kanssa liittyen Toivon heinäkuuhun ja Löytöretki suomalaiseen toivoon –ohjelmasarjasta ja sen konseptista tiistaina 1.8. 2017, kun sarja oli tullut ulos Yle Radio 1:n kanavalta.

Kuuntelijat olivat antaneet Toivon heinäkuusta ainoastaan hyvää palautetta. Moni kuuntelija oli kokenut, että jos oma elämä on kokonaan synkkä tai siinä on mustia sävyjä, niin Toivon heinäkuu on tuonut tukea, rohkaisua ja uskoa tulevaisuuteen. (Simojoki 1.8.2017.)

Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarja on saanut samanlaista palautetta.” Ohjelmaa on luonnehdittu kauniiksi ja positiiviseksi” (Simojoki 1.8.2017).

Simojoen mukaan Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjojen kautta syntyi kokonaiskuva siitä missä tavallinen suomalainen toivo luuraa. Siihen ei ole valmista ja täydellistä vastausta. (Simojoki 1.8.2017.)

Simojoen kanssa käymässäni arviointikeskustelussa nousevat esille ohjelmasarjan ideointiin ja konseptoinnissa käyttämäni megatrendit: terveyden korostuminen, yksilöllisen elämäntyylin, tarinallisuus, organisaatioiden verkottuminen eli kumppanuuden megatrendi. Ja myös aitouden trendi.

”Kaikkia jaksoja yhdisti se, että ihminen tarvitsee yhteyttä johonkin. Ohjelmasarja oli pohjavireeltään toiveikas. Oli läsnäoloa, oikeaa kohtaamista, sen mahdollisti hyvin tehty pohjatyö” (Simojoki 1.8.2017).

”Neljässä osassa päästiin perehtymään aiheeseen eri näkökulmista, moniäänisesti. Puhujat olivat perusteltuja, asianmukaisia, positiivista oli myös se, että puhujat olivat uusia ihmisiä. Eivät henkilöitä, joita aina haastatellaan” (Simojoki 1.8.2017).

”Valittu malli, että mennään haastateltavan valitsemaan, merkitykselliseen paikkaan toimi. Se toi sarjaan intiimiyttä. Paikan merkityksellisyys kuului haastateltavan äänestä, joka kerta, kun paikasta puhuttiin” (Simojoki 1.8.2017).

Rakenne toimi, että kuuntelija johdateltiin paikkaan aina hieman eri tavalla. Vieraan itse esittelyt toimivat myös. Äänimaisema tuki ohjelman sisältöä ja esimerkiksi linnunlaulu yhdessä jaksossa ilahdutti ja rentoutti suuresti. Ohjelman tunnus ja välikkeet tukivat sisältöä ja rytmiä ja niitä oli käytetty sopivassa määrin (Simojoki 1.8.2017.)

Yhteistyökumppanit: Antroblogi, Mielenterveyden keskusliitto ja Luonnonpäivät.fi olivat huolella valittuja, sisältöä tukevia tahoja. Antroblogi ja Mielenterveyden keskusliitto toivat lisänäkökulmaa sarjaan. Varsinkin Antroblogin nettiartikkelit (Simojoki 1.8.2017.)

”Vakiintuneet Yle Radio 1:n kuuntelijat eivät kaipaa sometusta, mutta sosiaalisen median kautta voi tavoittaa uusia kuuntelijoita” (Simojoki 1.8.2017).

Ohjelmasarjan kuvat olivat erittäin onnistuneet, epätavalliset ja erottuvat. Esteettisesti kauniita ja jopa lohduttavia. Kuvat toimivat herättävinä ja pysäyttävinä. Sitaattikuvat toimivat hyvin jälkimarkkinoinnissa. (Simojoki 1.8.2017.)

Simojoen mukaan ohjelmasarjan lähtökohta oli vaativa, koska aihe oli abstrakti. Kokonaisuudessaan ohjelmasarja onnistui hyvin. Ohjelmasarjan sisältö oli hyvin abstraktia, mutta paikkojen ja faktatiedon avulla päästiin kiinni tavallisen ihmisen elämään. Rakenne piti sisällön jännitettyä yllä. Uhkana oli se, että abstraktista aiheesta puhuttaessa

sorrutaan lässyttämiseen tai liialliseen yläpilveen. Nyt siltä vältyttiin. Oltiin maailmanparannushengessä, mutta tutkimusfaktat ja paikat toivat konkreettisuutta sisältöön. (Simojoki 1.8.2017.)

Muusikko Jarkko Martikaisen jaksossa oli levollinen tunnelma. Hänellä on rauhallinen ääni ja verkkainen puherytmi. Ekopsykologi Kirsi Salosen jaksoa kuunnellessa tuli fiilis, että olisi itsekin metsässä. Terapeutti, kirjailija Taru Hallikaisen jakson koin ärsyttävänä. En päässyt kuuntelijana kiinni siihen mitä hän aikoo sanoa. Hallikainen kaarteli liikaa puhuessaan. Toisaalta pystyin samaistumaan siihen, että hän kokee hautausmaan lohdullisena. Antropologi Inkeri Aulan haastattelusta tuli optimistinen tunne, että elämässä on enemmän kivoja asioita. (Simojoki 1.8.2017.)

Simojoen mukaan kehitettävää olisi ollut ohjelmasarjan suunnitteluvaiheessa. Silloin olisi pitänyt tehdä tarkempaa rajausta. Nyt leikattavaa materiaalia kertyi liikaa. (Simojoki 1.8.2017.)

Yhdessä jaksossa olisi ollut parantamisen varaa sisällön suhteen. Simojoen mukaan on tärkeää alkuhaastattelun avulla selvittää, millainen ajattelijä vieras on. Vieraalla on iso merkitys varsinkin liki tunnin puheohjelmassa. Jos alkuhaastattelussa käy ilmi, ettei vieraan ajattelu riitä niin haastateltava tai vieras tulee vaihtaa. (Simojoki 1.8.2017.)

5.3 Haastateltavien palaute

Kaikki haastateltavat olivat olleet tyytyväisiä Löytöretki suomalaiseen toivon - ohjelmasarjaan. Terapeutti ja tietokirjailija Taru Hallikainen oli saanut palautetta siitä, että oli kertonut omista kokemuksistaan. Mielestäni Hallikaisen saama positiivinen palaute voi kertoa siitä, että omien kokemusten jakaminen tuo asioita lähemmäs ihmisten omaa kokemuspiiriä.

Yksilöllisyyden ja tarinallisuuden megatrendit ja aitouden trendi liittyivät siihen, kun haastateltavat kertoivat myös omista toivon ja toivottomuuden kokemuksistaan. Tämän olin huomioinut ohjelmasarjan konseptissa.

”Facebookissa eräs ortodoksipappi kertoi, että oli kuunnellut jaksoni kahdesti. Hän piti erityisesti siitä, miten rohkeasti toin esille omia kokemuksiani, vaikka samalla puheestani kuului hänelle myös ammattimaisuus. Tämä palaute erityisesti ilahdutti minua. Aina sitä jännittää, kun kertoo omia henkilökohtaisia kokemuksiaan.” (Hallikainen 4.8.2017.)

Haastateltavista ekopsykologi Kirsi Salonen ja antropologi Inkeri Aula kiittelivät siitä, että olin tehnyt toimittajana taustatyöt huolellisesti. Taustatöihin kuului siis taustahaastattelut ja muu taustatyö ohjelmasarjan teemoihin liittyen.

Hyvin tehdyt taustatyöt vaikuttivat haastateltaviin positiivisesti ja innostavasti. Se mahdollisti haastatteluissa teemojen syvällisemmän käsittelyn. Se on myönteinen palaute, koska juuri syventävää ja analyttistä ohjelmaa Yle Radio 1:n kuuntelijat odottavat radio-ohjelmilta.

Ekopsykologi Kirsi Salosen mukaan ohjelma oli hieno ja monipuolinen. Salosen mukaan olin tehnyt hyvät esityöt ja perehtynyt aiheeseen ja se oli vaikuttanut myös Saloseen positiivisesti. Salosen mukaan kanssani oli luontevaa olla ja hän ei suurimmaksi osaksi aikaa edes muistanut minin olemassaoloa. (Salonen 16.7.2017.)

Terapeutti, tietokirjailija Taru Hallikaisen mukaan hänestä oli jännittävää kuunnella omaa osiota. Hallikainen kertoo, että sitä on osittain kriittinen omista sanomisistaan. Hallikaisen mukaan, jokaisessa jaksossa oli sekä yhteneväisyyksiä että eroavaisuuksia. Hallikaisen mukaan olin koonnut hänen haastattelustaan monipuolisen ja yhtenäisen kokonaisuuden. Hän oli saanut omasta haastattelustaan positiivista palautetta suullisesti ja sosiaalisessa mediassa. (Hallikainen 4.8.2017.)

En saanut sähköpostitse yhteyttä antropologi Inkeri Aulan joten soitin hänelle 11.8.2017 ja kysyin ajatuksia ohjelmasarjasta puhelimesta. Aulan mukaan formaatti oli kaiken kaikkiaan onnistunut. Aula oli saanut ohjelmasta pelkästään positiivista palautetta. Moni oli kuunnellut ohjelman nimenomaan radiosta eikä Yle Areenasta.

Aula oli kuunnellut ohjelman idyllisissä olosuhteissa: ystävien kanssa paljussa. Ohjelman loputtua Aula oli jatkanut teemoista keskustelua ystävien kanssa. Toivon heinäkuu – teemalle oli Aulan mukaan juuri oikea hetki. Ihmiset tarvitsevat toivoa. (Aula 11.8.2017.)

Aulan mukaan ohjelmassa ei tullut lehtijutuille tyypillistä etäännyttävää ja elitististä vaikutelmaa: nuo tuolla jossain elävät hienosti ja heillä on hienot ammatit. Ohjelmasarjassa tuli esille se, että kaikki me ihmiset kamppailemme samojen asioiden parissa. (Aula 11.8.2017.)

Aula ei ollut tyytyväinen ohjelman tunnareihin, ne olivat hänen mukaansa liian pliiisut. Tunnarit olisivat voineet olla Aulan mukaan räväkämmät. Toisaalta Aulan mukaan se voi olla myös vain makuasiakin. (Aula 11.8.2017.)

5.4 Yhteistyökumppaneiden palaute

Halusin kuulla myös mitä yhteistyökumppanit ajattelivat Löytöretki suomalaisen toivon - ohjelmasarjasta. Otin yhteyttä yhteistyökumppaneihin sähköpostitse ja kysyin mitä he olivat ajatelleet ohjelmasarjasta ja yhteistyöstä.

Mielenterveyden keskusliitto ja AntroBlogi olivat molemmat tyytyväisiä ohjelmasarjaan ja yhteistyöhön. Organisaatioiden verkottuminen eli kumppanuus oli yksi megatrendeistä, joita hyödynsin uuden ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa.

Mielenterveyden keskusliiton viestintäpäällikkö Sirkku Immonen mainitsi, että haastateltavien omien kokemusta jakamisen kautta kuuntelijalle tuli tunnekokemus. Kokemusten jakaminen mahdollistaa vertaistuen. Immosen mukaan on tärkeää, että kuntoutujan polkua sanoitetaan.

Kokemusten jakaminen liittyy sekä yksilöllisen elämäntyylin, hyvinvoinnin ja tarinallisuuden megatrendeihin ja myös aitouden trendiin.

”Sarja oli erinomainen. Toivon käsitettä ja näkökulmia tarkasteltiin monipuolisesti. Haastateltavat olivat mielenkiintoisia persoonia, jotka pystyivät puhumaan myös kokemustasolla, jonka kautta tuli tunne mukaan” (Immonen 9.8.2017).

”Mitä koin. En ole yksin näiden kokemusten kanssa. Kokemusten jakaminen on vertaistukea ja antaa mahdollisuuden jäsentää omia kokemuksia” (Immonen 9.8.2017).

Mielenterveyden keskusliitto arvosti yhteistyötä Yle Radio 1:n Löytöretki suomalaisen toivon -ohjelmasarjan tiimoilta. He olisivat halunneet tehdä toivon teemasta oman kampanjan ja nostaa sitä isosti esille. Aikataulun ja resurssipulan vuoksi kampanjaa ei voinut nyt toteuttaa.

Toivo koskettaa meitä kaikkia, se ei erottele vaan yhdistää. Jos jatkossa on mahdollista tehdä yhteistyötä, niin olisimme mielellämme alusta lähtien mukana ideoimassa ja voimme antaa näkökulmia, faktoja ja haastateltavia. (Immonen 9.8.2017.)

Mielenterveyden Keskusliiton viestinnän suunnittelija Terhi Honkio kiitti yhteistyöstä sähköpostitse. Honkio kertoi, että he julkaisivat kampanjan yhteydessä verkkouutisen nettisivuilla. He myös markkinoivat sarjaa viikoittain Facebookissa ja Twitterissä. Honkion mukaan Facebookin osalta oli nähtävissä, että mainos oli levinnyt joka viikko laajemmalle yleisölle. (Honkio 16.8.2017.)

AntroBlogin päätoimittajan Ninnu Koskenalhon mukaan ohjelmaa oli miellyttävä kuunnella. Tähän vaikuttanee hyvät haastateltavat, kokemusten jakaminen ja äänimaisema.

Koskenalhon mukaan oli hauskaa tehdä yhteistyötä erityisesti sosiaalisessa mediassa. Yhteistyö liittyy valitsemaani organisaatioiden verkottumisen eli kumppanuuden megatrendiin.

”Sarjaa oli hirveän kiva kuunnella – en tiedä koska olen viimeksi kuunnellut kokonaisia puheohjelmia radiosta, kiitos siitä” (Koskenalho 31.7.2017.)

Koskenalho piti erityisesti Inkeri Aulan valitsemisesta viimeiseksi puhujaksi hyvänä draamallisena vetona, koska tutkijan puheessa tuli eniten laajempaa summausta teemasta. Koskenalhon mukaan ensimmäisen jakson kohdalla oli hauska käynnistellä somepöhinää yhdessä, se onnistui hyvin.

Sen jälkeen Koskenalhon aika meni yksityisten asioiden hoitoon, eikä hän voinut osallistua keskusteluun sosiaalisessa mediassa niin paljon kuin aiemmin olimme sopineet. Koskenalho kertoi seuranneensa jonkin verran keskusteluita sosiaalisessa mediassa. Hänen mukaansa oli erityisen hyvä, että Taru Hallikainen oli mukana Twitter-keskusteluissa. (Koskenalho 31.7.2017.)

Luonnonpäiviin laitoin myös sähköpostia yhteyshenkilölle. Hän ei vastannut sähköpostiin enkä saanut myöhemmin häntä myöskään puhelimitse kiinni. Toisaalta yhteistyö Luonnonpäivien kanssa oli aika pientä. He laittoivat yhden somepuffin liittyen ekopsykologi Kirsi Salosen haastatteluun.

5.4 Kuuntelijaluvut broadcast ja Yle Areena

Ihmiset ovat yhä kiireisempiä ja heidän aikansa on arvokasta. Kuuntelijat ovat kuitenkin kautta aikojen kuunnelleet radiota niin, että samalla kun he vaikka tekevät töitä, siivoavat,

ajavat autoa, laittavat ruokaa he kuuntelevat myös radiota, koska se mahdollistaa myös muiden asioiden tekemisen siinä samalla. (Geller 2011, 37.)

Kuuntelumäärien ero broadcastin ja audion välillä on vielä kuitenkin suuri. Radio tavoittaa kuuntelijoita vielä ensisijaisesti broadcastin kautta.

Yle Areenan vastaavan tuottajan Aura Lindebergin mukaan audioiden kuuntelu Yle Areenassa on kasvussa.

Viime vuonna yksittäisiä audioita käynnistettiin Areenassa reilut 8,5 miljoonaa kertaa, mutta tämän vuoden luku oli jo kesäkuun lopussa yli 12 miljoonaa käynnistystä. (Yle 2017).

”Mobiili tarjoaa audiosisällöille aivan uuden tavan olla läsnä kaikkialla: hetket bussissa, koiralennillä tai tiskaamassa ovat niitä, joihin voimme tarjota uutta ajateltavaa, syventymistä tai rentoutumista radion tai podcastien parissa” (Yle 2017).

Gellerin (2011, 37) mukaan radion luonne sopii multitaskaajalle ja se luo radiolle uusia mahdollisuuksia digitaalisissa ympäristöissä.

Löytöretki suomalaisen toivon -ohjelmasarjan kuuntelijamäärät olivat broadcastissa eli Yle Radio 1 -kanavalla keskimäärin 54 000.

Yle Areenassa ohjelmasarjalle kertyi kuunteluita 24.10.2017 mennessä yhteensä 4234.

Taulukko 1.

Löytöretki suomalaisen toivon - ohjelmasarja	Kuuntelumäärät Yle Radio 1 keskimäärin 54 000. Kuuntelumäärät jaksoittain Yle Areenassa 24.10.2017
Muusikko Jarkko Martikainen:” Toivo on hyvin samantyyppinen asia kuin usko ja rakkaus”	843
Ekopsykologi Kirsi Salonen: ”Usein ihmisillä on käsitys toivosta, että itse pitäisi muuttua ennen kuin voi saada toivon”	1035
Kirjailija ja terapeutti Taru Hallikainen:” Toivo ei koskaan katoa, se vain on”	873

6 Pohdinta

Kehittämishankkeeni tarkoituksena oli ideoida, konseptoida ja toteuttaa Yle Radio 1-kanavalle uusi ohjelmasarja, joka oli osa Yle Radio 1:n teemakuukautta 2017, Toivon heinäkuu.

Ohjelmasarjan ideointiin vaikutti James-journalismi, jossa journalismin keskiössä on yleisön tarpeet. Tulevaisuuden tutkimuskeskus arvioi, että James-journalismi on yksi tulevaisuuden journalismin lajeista.

James-journalismi tuki kehittämishankkeeni tavoitetta. Tavoitteenani oli selvittää miten megatrendejä ja trendiä voisi hyödyntää uuden ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa?

Tässä luvussa pohdin millä tavalla megatrendejä ja trendejä voi hyödyntää uuden ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa.

Ideoin, konseptoin ja toteutin Löytöretki suomalaiseseen toivoon –ohjelmasarjan Yle Radio 1 –kanavalle, joten huomioin ohjelman ideoinnissa Yle Radio 1:n brändin ja kuuntelijoiden toiveet. Yle Radio 1 on syventävien ja taustoittavien ohjelmien radiokanava, jossa käsitellään muun muassa kulttuuria ja tiedettä. Kuuntelijat liittyvät Yle Radio 1 -kanavaan seuraavanlaisia asioita: syventävä, asiantunteva, utelias, tunnelmallinen ja mieltä ylentävä.

Kehittämishankkeeni lähestymistapa oli konstrukttiivinen. Se oli minusta hyvä valinta, koska se mahdollisti monipuolisten menetelmien käytön. Konstrukttiivinen lähestymistapa ei rajaa mitään menetelmää pois.

Kehittämishankkeessani käytin erilaisia menetelmiä kuten: havainnointia, trendiä, pitschausta, brainstormausta ja haastattelua ja arviointia. Olen tyytyväinen valitsemiini menetelmiin.

Jos olisi ollut aikataulullisesti mahdollista niin olisin halunnut tehdä uudesta ohjelmasarjasta demon ja kuunteluttaa sen sopivalla kohderyhmällä ja palautteen mukaan tehdä muutoksia ohjelmaan.

Nyt demon tekeminen, sen kuunteluttaminen ja palautteen kerääminen ei ollut mahdollista niin oli käytettävä testaukseen sitä keinoa, joka oli mahdollinen eli ohjelmasarjan idean ja konseptin pitchaus Yle Radio 1:n vastaavalle tuottajalle Anna Simojoelle.

Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarjan tultua ulos Yle Radio 1 -kanavalta keräsin palautetta ohjelmasarjasta.

Uuden ohjelmasarjan nimi, Löytöretki suomalaiseen toivon, oli mielestäni onnistunut. Ohjelmasarjan haastateltavien kanssa menimme eri paikkoihin. Ohjelmasarjan nimi ei myöskään luvannut, että ohjelmasarjan kuunneltuaan kuuntelija löytää toivon. Sellaista ei voi luvata.

Löytöretki suomalaiseen toivon –ohjelmasarja oli osa Yle Radio 1:n teemakuukautta, Toivon heinäkuu, joka kuului kanavan ohjelmistossa 1.7-31.7.2017. Teemakuukausi vaikutti ohjelmasarjan sisältöön ja konseptiin.

Ohjelmasarja julkaistiin 7.7.2017 myös podcastina Yle Areenassa. Yle Areenaan ohjelmasarjaan tarvittiin pääkuva ja jaksokuvat. Sitaattikuvilla markkinoitiin ohjelmaa sosiaalisen median kanavissa kuten muun muassa Facebookissa, Twitterissä ja Instagramissa. Ohjelmasarjan kuvat olivat pääosin onnistuneita

Tässä luvussa analysoin miten havainnointi, pitchaus, brainstormaus, haastattelu ja megatrendien ja trendin hyödyntäminen uuden ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa mielestäni toimi.

6.1 Havainnointi

Havainnointi on hyvin tärkeä työkalu toimittajan työssäni Olen ideoinut toimittajan urani aikana erilaisia ohjelmasarjoja ja konsepteja, joissa työkaluni on ollut havainnointi. Oman kokemukseni mukaan havainnointi ja ideointi kulkevat käsikädessä luovassa ideointiprosessissa.

Havainnoinnin avulla huomasin kuinka paljon ihmisten hyvinvointia käsitteleviä ohjelmia ja artikkeleita jo olikaan. Ihmiset myös olivat kiinnostuneita artikkeleista, jotka koskivat hyvinvoinnin lisäämistä. Kiinnostus näkyi niin, että ihmiset jakoivat hyvinvointia käsitteleviä artikkeleja sosiaalisessa mediassa ja keskustelivat niiden teemoista.

Keskustelin ohjelmasarjan teemoista ystävien, työkavereiden ja opiskelukavereiden kanssa. On tärkeää, että ideointivaiheessa juttelee mahdollisimman monen ja erilaisessa elämäntilanteissa olevien ihmisten kanssa. Muiden ihmisten palaute tai jatkokysymykset liittyen ohjelmasarjan teemoihin auttoivat omassa ideointityössäni.

6.2 Megatrendit ja trendit

Megatrendit kertovat aina jotain ihmisten tarpeista ja siitä millä tavalla kuluttaja tekee ostopäätöksen. (Hiltunen 2017, 27.) Mielestäni kuluttajaa voidaan ajatella myös asiakkaana, joka valitsee millaisia journalistisia sisältöjä hän haluaa valita kulutettavakseen. Trendi kertoo muutoksen suunnasta, joka näkyy lähimenneisyydessä, tässä hetkessä ja voi jatkua tulevaisuudessakin. (Hiltunen 2012, 94.)

Löytöretki suomalaiseen toivoon –ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa hyödynsin yksilöllisen elämäntyylin, terveyden korostumisen, tarinallisuuden ja organisaatioiden verkottumisen eli kumppanuuden megatrendejä. (Hiltunen 2012, 80.) Käytin ohjelmasarjan ideoinnissa myös aitouden trendiä. (Vaulos & Kolamo 2017.)

Löytöretki suomalaisen toivoon –ohjelmasarjan taustateorianä toimii James-journalismi, jonka keskiössä ovat yleisön tarpeet.

Olen sitä mieltä, että megatrendejä ja trendejä kanttaa käyttää työkaluina uuden ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa yhdessä tulevaisuuden journalismin lajin,

havainnoinnin ja luovan journalistisen ideointiprosessin kanssa. Ideoinnissa tulee huomioida myös se mille kanavalle sisältökokonaisuus tulee ja millainen on julkaisualustan brändi.

Megatrendit ja trendit eivät yksinään auta luomaan kiinnostavaa ja ihmisten tarpeisiin vastaavaa journalismia, mutta ne ovat hyviä työkaluja, joita kannattaa käyttää journalistisessa ideointiprosessissa.

Jos käyttää megatrendejä tai trendiä työkaluja uuden ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa niin ensimmäisenä kannattaa kysyä itseltään: mistä jonkin megatrendi johtuu? Mistä se kertoo? Mitä sen taustalla on? Mihin tarpeisiin megatrendi mahdollisesti vastaa?

Terveyden korostumisen megatrendi kertoo siitä, että ihmiset haluavat pitää itsestään yhä parempaa huolta. Toisaalta se kertoo myös siitä, että stressi on kasvanut niin työikäisillä kuin opiskelijoillakin. Ihmiset yrittävät hallita stressiään syömällä oikein, liikkumalla riittävästi ja huolehtimalla unestaan. Ihminen on kuitenkin kokonaisuus, jonka hyvinvointiin vaikuttavat muutkin asiat kuin terveelliset elämäntavat.

Havainnoin avulla huomasin, että niistä muista meihin ihmisiin vaikuttavista asioista ei juuri tehty journalistisia juttuja. Halusin Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarjassa tuoda esille sellaisia teemoja, joista ei jostain syystä oltu vielä juurikaan puhuttu hyvinvoinnin yhteydessä.

Pohdin, että ihmisillä saattaisi olla tarve sellaisille sisällöille, jossa hyvinvointia tarkasteltaisiin muista kuin fyysisen hyvinvoinnin lisäämisen näkökulmasta.

Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarjassa pohdittiin ympäristön, kulttuurin, musiikin ja armon vaikutusta meidän ihmisten hyvinvointiin ja sitä kautta myös toivon ja toivottomuuden tunteisiin.

Huomasin, että hyvinvoinnin teemoja käsitellään yhä uudelleen samoista näkökulmista: unen, liikunnan ja ruokavalion kautta. Halusin Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarjassa tuoda sellaisia teemoja näkökulmia esille, joista ei jostain syystä ole mediassa keskusteltu. Halusin ohjelmasarjan haastateltavien kokemusten kautta tuoda esille sen, että erilaiset tunteet ja kokemukset kuuluvat meidän ihmisten elämään. Olisi luonnontonta olla jatkuvasti todella onnellinen. Halusin ohjelmasarjan avulla laajentaa

ihmisten käsitystä hyvinvointiin vaikuttavista asioista. Kyse on laajemmasta asiasta kuin se miten nukkuu, syö ja liikkuu, vaikka nekin asiat hyvinvointiimme vaikuttavat.

Yksilöllisyys eli individualismi on megatrendi, joka vahvistuu edelleen. Meille räätälöidään yksilöllisiä palveluita ja mainoksia. Haastateltavien valinnalla halusin tuoda esille elämän ja ihmisyyden moninaisuutta. Ei ole yhtä oikeaa tapaa olla onnellinen. Meitä yksilöitä yhdistää kuitenkin se, että olemme kaikki ihmisiä. Valitsin ohjelmasarjaan ihmisiä, joiden elämäntyylillä ei ole kaikista tavallisista vaan he ovat uskaltaneet tehdä omannäköisiä valintoja.

Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan haastateltavat ekopsykologi Kirsi Salonen, muusikko Jarkko Martikainen, terapeutti ja kirjailija Taru Hallikainen ja antropologi Inkeri Aula olivat valmiita kertomaan ohjelmassa myös omista toivon ja toivottomuuden kokemuksistaan. Se teki ohjelmasta kuuntelijapalautteen perusteella helposti lähestyttävän ja positiivisen.

Tarinallisuus tarkoitti Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjassa sitä, että abstraktista aiheesta kuten toivo, keskusteltiin haastateltavien valitsemassa toivoa tuottavassa paikassa. Kuvailin jokaista paikkaa muutaman yksityiskohdan ja aistin avulla: miltä näyttää, tuoksu jne.

Ihmiset eivät ajattele radiota visuaalisena medianä, vaikka lahjakas tarinankertoja voi kertoa yksityiskohtia, joiden avulla kuuntelija pystyy kuvittelemaan esimerkiksi miltä jossain paikassa näyttää. Yksityiskohdat ja tunne auttavat kuuntelijaa kuvittamaan tarinan omassa päässään. (Gellerin (2011, 269.)

Kumppanuuksien avulla voi tavoittaa uusia kuuntelijoita, saada vaikuttavuutta ja näkyvyyttä radio-ohjelmalle ja samalla myös radio-kanavalle, josta ohjelma tulee ulos. Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan kumppaneina toimivat AntroBlogi, Mielenterveyden keskusliitto ja Luonnonpäivät.

AntroBlogi puffasi ohjelmaa Twitterissä ja Facebookissa ja he tekivät myös jokaisesta ohjelmasarjan jaksosta oman kolumnin nettisivuilleen. Jaoin heidän kolumnejaan somessa. Yhteistyö toimi mutkattomasti. Mielenterveyden keskusliitto markkinoi ohjelmasarjaa myös sosiaalisen median kanavissaan. He tekivät myös verkkojutun ohjelmasarjasta nettisivuilleen.

Aitous kuului ohjelmasarjassa monella tavalla. Pyrin tekemään haastattelusta mahdollisimman suoranomaisen, jätin ohjelmaan mukaan taukoja ja sanojen hakemista ja jutustelua. Äänitin myös siirtymiä, kun menimme eri paikkoihin tekemään varsinaista haastattelua. Kuuntelijat antoivat palautetta ohjelman aitoudesta viittaamalla esimerkiksi yhteen kohtaan, kun ekopsykologi Kirsi Salosen autossa pohdin, että pärjääkö Lempäälän metsässä ilman kumisaappaita.

Aitoutta voi saada radio-ohjelmaan hyvinkin pienillä seikoilla. Aitouden huomioiminen ei vaadi lisäsuunnittelua tai lisätyötä se vaatii siitä, että jättää valmiiseen ohjelmaan tilaa niille ei niin virallisille hetkille ja jutustelulle. Ne toimivat mausteina silloin, kun ohjelman muu selkäranka on kunnossa eli hyvin tehdyt taustatyöt ja ennakkoon mietitty rakenne.

6.3 Pitchaus, brainstormaus ja haastattelu

Konstruktivisessa lähestymistavassa yksi osa prosessia on konseptin tai mallin testaaminen. Jos toimeksiantaja olisi budjetoanut tuotantoaikatauluun demon tekemisen, niin olisin sen toki tehnyt. Olen sitä mieltä, että demon tekeminen itsessään opettaa ja saa aikaan uusia ajatuksia, jotka voivat muuttaa varsinaista ohjelmaa paremmaksi. Nyt demoa ei aikataulullisista syistä ollut mahdollista tehdä. Demon tilalla oli pitchaus.

Luotin Yle Radio 1:n vastaavan tuottajan Anna Simojoen kokemukseen ja näkemykseen uuden ohjelmasarjan konseptin toimivuudesta. Joten ohjelmasarjan idean ja konseptin pitchaus oli merkittävä testi ohjelman toimivuudesta. Pitchauksessa kirkastui myös minulle itselleni se, mitä olen tekemässä ja miksi. Jos olisi ollut aikaa niin olisin voinut pitchata ohjelmasarjan myös jollekin toiselle henkilölle.

Brainstormaus on nopea ja laadukas työkalua luovaan ongelmanratkaisuun tai kehittämiseen. Brainstormasin Yle Radio 1:n vastaavan tuottajan Anna Simojoen, graaffikko Tuuli Laukkasen ja sound designer Tapani Kuusniemen kanssa. Kaikkien kanssa yhteistyö sujui ja olin tosi tyytyväinen ohjelmasarjan visuaaliseen ilmeeseen ja ohjelman tunnuksen ja välikkeisiin.

Brainstormaus Yle Radio 1:n vastaavan tuottajan Anna Simojoen kanssa oli tärkeää konseptin kehittämisen kannalta. Meillä oli mahdollista keskittyä kahden tunnin ajan pohtimaan ohjelmasarjan sisältöä ja muotoa, kun haastateltavat ja teemat olivat jo sovittuna.

Brainstormauksen jälkeen haastattelin Simojokea liittyen Toivon heinäkuu -teemakuukauteen. Oman työni kannalta oli tärkeää ymmärtää, mitä Yle Radio 1 tavoittelee Toivon heinäkuulla, jotta oma ohjelmasarjani olisi sisällöllisesti saman teeman mukainen.

Otin inspiraatiota Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjaan lean-ajattelusta soveltuvien osien. Pyrin tuotannossa virtaustehokkuuteen. Se tarkoitti käytännössä sitä, että minun vastuullani oli ideointi, konseptointi ja toteutus. Ideointiprosessi käynnistyi keväällä ja tein uuteen ohjelmasarjaan liittyvää havainnointia ja ideointia toisen ohjelmanteon ohessa.

Virtaustehokkuutta toi se, että minulla oli tuotantoprosessissa useampia rooleja: taustatoimittaja, toimittaja, tuottaja, valokuvaaja.

6.4 Arviointi ja palautteet

Konstruktiiiviseen kehittämissprosessiin kuulu mallin tai konseptin testaus. Toimeksiantaja ei ollut budjetoanut demon tekemistä tuotantoaikatauluun, joten demon tekemisen korvasi pitchaus.

Keräsin Löytöretki suomalaiseen toivoon –ohjelmasarjasta palautteen jälkikäteen. Löytöretki suomalaiseen toivoon –ohjelmasarja tuli ulos Yle Radio 1 –kanavalta 7.7 – 28.7.2017, perjantaisin kello 15.05.

Arvioin Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan konseptin toimivuuden kuuntelijapalautteen, haastateltavien, kumppaneiden ja Yle Radio 1:n vastaavan tuottajan Anna Simojoen haastattelun avulla.

Palautteen perusteella konsepti oli onnistunut ja toimiva. Palautteista oli löydettävissä valitut megatrendit ja trendit. Kuuntelijat olivat antaneet positiivista palautetta Löytöretki suomalaiseen toivoon –ohjelmasarjasta Yle Radio 1:n vastaavalle tuottajalle ja sain itsekin henkilökohtaisesti sosiaalisen median kautta kiitoksia kuuntelijoilta ohjelmasarjasta. Yle Radio 1:n vastaava tuottaja Anna Simojoki oli myös tyytyväinen ohjelmasarjan konseptiin arviointikeskustelun perusteella.

6.5 Kehitettävää

Aikataululla on iso merkitys, se vaikuttaa ohjelmasarjan tuotannossa moniin asioihin. Jos olisi ollut mahdollista olla aiemmin yhteydessä kumppaneihin, niin heillä olisi ollut

enemmän mahdollisuuksia osallistua yhteistyöhön. Esimerkiksi Mielenterveyden Keskusliitto olisi tehnyt ohjelmasarjasta jutun Mieli ja Tunne -lehteensä, mutta nyt se ei enää siihen ehtinyt, kun kesän lehti oli mennyt jo painoon.

Myös brainstormauksiin ja muihin ohjelman ideointiin ja konseptointiin liittyviin asioihin kannattaa varata mieluummin aikoja liikaa kuin liian vähän. Esimerkiksi alun perin meidän piti brainstormata Yle Radio 1:n vastaavan tuottajan Anna Simojoen kanssa huhtikuussa, mutta se aika peruuntui ja siirtyi toukokuulle.

Tästä syystä olisikin hyvä varata heti alkuun enemmän aikoja brainstormausta varten. Jos kaikkia aikoja ei tarvitakaan niin ne voi perua. Ongelma on usein se, että jos jokin aika peruuntuu niin kalenterissa ei ole enää uusia aikoja vapaina.

Kumppaneita ei tarvitse olla monta. Määrää tärkeämpi on kumppaneiden sitoutuminen ja motivaatio. Mielenterveyden keskusliitto ja AntroBlogi olivat sitoutuneita yhteistyöhön. Luonnonpäivät laittoivat yhden somepuffin liittyen ekopsykologi Kirsi Salosen haastatteluun. Tämä ei täytä mielestäni kumppanuuden kriteereitä.

Yhteistyön epäonnistumiseen vaikutti todennäköisesti yhteyshenkilön vaihtuminen kesken kaiken. Tästä opin sen, että kannattaa valita mieluummin muutama todella sitoutunut kumppani kuin monta, joista osa ei sitoudu koko ohjelmasarjaan vain osaan siitä.

Musiikin lisääminen ohjelman loppuun olisi todennäköisesti tuonut lisää tunnetta. Tähän olisin tarvinnut apua, vaikka Yle Radio 1:n musiikkitoimittajalta tai joltain muulta, jotta se oltaisiin voitu toteuttaa. Nyt aikani ei yksinkertaisesti riittänyt enää siihen.

Tässä yhteydessä olisi voinut tehdä yhteistyötä Yle Radio 1:n musiikkitoimittajan kanssa, mutta valitettavasti tähänkään ei ollut aikaa. Tämä oli kuitenkin tärkeä oppi, jota voi mahdollisesti hyödyntää jonkun toisen ohjelman ideoinnissa ja konseptoinnissa.

Minulla oli haastattelumateriaalia jokaisesta jaksosta 1 tunti ja 45 minuuttia. Se on aika paljon, mutta on huomioitava, että äänitin myös siirtymiä ja ensikohtaamisen haastateltavan kanssa. Yle Radio 1:n vastaava tuottaja Anna Simojoki antoi palautetta siitä, että suunnittelua tulisi kehittää niin, ettei materiaalia ole liikaa.

Olen samaa mieltä siitä, että suunnittelua voi aina kehittää. Toisaalta haastattelutilanne on aina omanlaisensa, joskus haastateltavalla saattaa taustahaastatteluista huolimatta kulua

hetki ennen kuin puhuminen ja keskusteleminen on tarpeeksi luontevaa, vaikka puhutaan mikkiin.

Itse en näe 1 tunnin ja 45 minuutin haastattelumateriaalia liian suurena, koska se mahdollistaa myös parhaimpien palojen käyttämisen. Se tekee ohjelmasta laadukkaamman. Toki ennakkosuunnittelussa olisi voinut jättää jotain teemoja pois ja sitä kautta materiaali olisi tullut vähemmän. Nyt tasot yksilö, lähipiiri, yhteiskunta tulivat esille jokaisessa jaksossa jollakin tavalla. Siirtymiä ja äänimaisemaa oli myös tarpeeksi ohjelman rakentamiseksi.

Simojoki ei ollut tyytyväinen yhteen ohjelmasarjan haastateltavan sisältöön.

Taustahaastattelun aikana haastateltava vaikutti sanavalmiilta, mutta puhe olikin sitten itse haastattelutilanteessa hieman hapuilevaa.

Aikataulu oli niin tiukka, että haastateltavan vaihtaminen ja uuden etsiminen haastattelun tekemisen jälkeen ei ollut mitenkään mahdollista. Pitäisi siis olla enemmän aikaa tuotantoon, jotta olisi tarpeen vaatiessa mahdollista vaihtaa haastateltava. Toisaalta myös tämä henkilö sai jaksostaan positiivista palautetta kuuntelijoilta sosiaalisessa mediassa. Ehkä kaikkia kuuntelijoita ei häirinyt hänen hapuileva tyyliensä.

Itse en ollut tyytyväinen kaikkiin ohjelmasarjan kuviin. Jos olisi ollut aikaa niin olisin ottanut uudet kuvat ekopsykologi Kirsi Salosesta. Hänen kuvassaan puista tulee liikaa varjoa hänen silmiinsä.

Yhden ihmisen on mahdollista hoitaa monia eri osa-alueita ohjelmiin liittyen, mutta kaikkea ei. Jos olisin halunnut musiikin niin sitten markkinointi sosiaalisessa mediassa olisi täytynyt jättää pois, koska aika olisi täytynyt ottaa jostain muusta. Mielestäni ohjelmasarjan markkinointi sosiaalisessa mediassa oli kuitenkin tärkeämpää kuin musiikin lisääminen ohjelmaan.

Sosiaalisen median kautta voi tavoittaa uusia yleisöjä. Uusi ohjelmasarja kannattaisikin lanseerata silloin, kun sosiaaliseen mediaan on mahdollista panostaa edes jonkin verran. Yle Radio 1:n nykyiset kuuntelijat eivät kaipaa sosiaalisen median sisältöjä, mutta uusien kuuntelijoiden saamiseksi se olisi mielestäni tärkeää.

Sosiaalisen median kautta voi myös ottaa yleisön mukaan ohjelmasarjaan. Minulla oli alun perin tarkoitus kysyä sosiaalisessa mediassa ihmisten kokemuksia toivottomuudesta ja

toivosta. Tätä suunnitelmaa ei toteutettu, koska muissa ohjelmissa oli jo niin paljon kysytty kuuntelijoiden mielipiteitä ja ajatuksia.

Mikäli minun ja vastaavan tuottajan lisäksi olisi tiimissä ollut yksi henkilö lisää, olisimme voineet lisätä radio-ohjelman vaikuttavuutta musiikilla, keskustelulla sosiaalisessa mediassa, mobiilivideoiden ja verkkoartikkeleiden avulla.

6.6 Johtopäätökset

Löytöretki suomalaiseen toivoon –ohjelmasarjan ideointiin vaikutti James-journalismi, jossa yleisön tarpeet ovat journalismin sisällön keskiössä. Teoria sopi mielestäni hyvin tukemaan kehittämishankkeeni tavoitetta. Kehittämishankkeeni tavoitteena oli selvittää miten megatrendejä ja trendejä voisi hyödyntää uuden ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa.

Megatrendit ovat tunnistettavia, ne määrittävät elämäämme nyt ja tulevaisuudessa (Hiltunen 2017, 37.)

Valitsemani megatrendit olivat siis terveyden korostuminen, yksilöllinen elämäntyyli, tarinallisuus ja organisaatioiden verkottuminen eli kumppanuus. (Hiltunen, 2012, 80.) Käytin ohjelmasarjan ideoinnissa myös aitouden trendiä. (Vaulos & Kolamo 2017.)

Olen sitä mieltä, että megatrendejä ja trendejä voi käyttää työkaluina uuden ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa yhdessä havainnoinnin, tulevaisuuden journalismin lajin, luovan ja journalistisen ideointiprosessin kanssa. Ideoinnissa ja konseptoinnissa tulee huomioida myös median brändi, johon ohjelma aiotaan tehdä.

Asiakasajattelu on tullut jäädäkseen myös mediataloihin. Asiakkaan ajattelu ja sisältöjen kiinnostavuuden kasvattaminen vaikuttaa myös toimittajien työhön. Työ täytyy suunnitella entistä paremmin ja miettiä sisällön kiinnostavuutta. (Helle 2011, 105.)

Journalistiset sisällöt ovat räätälöitäviä tuotteita, joiden elinikä on lyhenee. Tuotekehittelyä tehdään joustavasti, nopeasti ja pohjautuen asiakkaiden elämäntilanteiden, tarpeiden ja mediateknologioiden kehityksen ennakoimiseen ja hyvään tuntemiseen. (Helle 2011, 106.)

Toimituksissa on aina ajateltu kuvitteellista Liisa-lukijaa tai Raija-radion kuuntelijaa eli on tehty kohderyhmistä profilointeja, mutta tämä ei enää riitä. Toimittajat tarvitsevat myös

uusia työkaluja sisältöjen ideoimiseen ja konseptoimiseen. Megatrendit ja trendit voivat olla uusia työkaluja toimittajille journalistisen sisältöjen ideoimisessa ja konseptoimisessa yhdessä tulevaisuuden journalismin lajin, havainnoinnin ja luovan journalistisen ideointiprosessin kanssa.

Löytöretki suomalaiseen toivon -ohjelmasarjan kertoi toivosta ja toivottomuudesta. Konseptin avulla on mahdollista toteuttaa ohjelmasarja vaikkapa surusta, ikävästä tai jostain muusta inhimillisestä elämää kostettavasta teemasta.

Nyt ohjelmasarja tehtiin Yle Radio 1 -kanavalle ja Yle Areenaan niin sisältö oli pääasiallisesti audiota, jonkin verran tekstiä ja kuvia. Kerronnan keinoja voi kuitenkin painottaa eri tavalla riippuen julkaisualustasta.

Konseptia voidaan käyttää myös muissa medioissa kuin radiossa. Konsepti määrittelee muotoa ja sisältöä, mutta sitä voi muuttaa toiseen mediavälineeseen tai alustaan sopivaksi. Löytöretki suomalaiseen toivon ohjelmasarjan konseptin on mahdollista toteuttaa myös verkossa tai aikakauslehdessä.

Kehittämishankkeestani voi olla hyötyä toimittajille ja journalistien esimiehille, sillä se antaa käytännön esimerkkejä ja työkaluja havainnoinnin, megatrendien ja trendien, tulevaisuuden journalismin lajin hyödyntämisestä uuden ohjelmasarjan ideoinnissa ja konseptoinnissa.

Olen sitä mieltä, että megatrendejä ja tulevaisuuden journalismin lajeja voi käyttää työkaluina uusien sisältöjen konseptoinnissa kaikissa medioissa ja alustoissa eli verkkoon, lehteen, radioon, televisioon ja mobiilijournalismiin.

Uskon, että esimerkiksi kumppanuudet lisääntyvät tulevaisuudessa. Tärkeää on, että kumppaneiden arvot ja tavoitteet sopivat yhteen. Kumppanuuksien avulla voi tuoda kustannustehokkaasti lisäarvoa asiakkaalle.

Kumppanuuden avulla voidaan saada uusia yleisöjä ja lisätä vaikuttavuutta. Kilpailu mediankäyttäjien ajasta todennäköisesti kiihtyy tulevaisuudessa, sekin vaikuttaa siihen, että yhteistyötä kannattaa tehdä.

Helteen (2011, 105) mukaan arvon tuottaminen asiakkaalle ja sen organisointi arvoa tuottavissa verkostoissa on korvaamassa perinteisen asiakkuuksien hallinnan ja markkinoinnin.

Kumppanuus-ajattelusta on tullut uusi työkalu työhöni. Pyysin syksyllä niin & näin –lehteä yhteistyöhön Yle Radio 1:n Laajakulma-ohjelman kanssa. Käsittelemme tänä syksynä filosofisia teemoja, joten niin & näin sopii hyvin yhteistyökumppaniksi. He valitsevat arkistoistaan ohjelman teemaan liittyvän artikkelin, jonka nostavat sivuilleen ilmaiseksi luettavaksi. Me laitamme linkin artikkeliin Laajakulman ohjelmisivuille Yle Areenaan.

Tällä hetkellä ideoin uutta ohjelmasarjaa Yle Radio 1 -kanavalle. Ohjelmasarja alkaa keväällä 2018. Hyödynnän uuden ohjelmasarjan konseptoinnissa taustateorioina Tulevaisuuden tutkimuksen digitaalisen argonautin ja James-journalismia.

Digitaaliset argonautissa journalistit ovat uuden tiedon tutkimusmatkailijoita. James-journalismissa pyritään vastaamaan yleisön tarpeisiin. Taustateorioiden avulla voi suunnata omaa ajattelua ohjelman konseptoinnissa.

Hyödynnän myös megatrendejä kuten tarinallisuutta, aitoutta ja kumppanuuksia. On tärkeä kuitenkin muistaa se, että megatrendi ei itsessään tarjoa vielä näkökulmaa juttuun tai aiheeseen vaan se vaatii kaverikseen havainnointia, tulevaisuuden journalismin teoriaa, luovaa ja journalistista ideointiprosessia unohtamatta median brändiä, johon ohjelma tehdään.

Lähteet

Allegra Lab Helsinki ry 2017. Mikä AntroBlogi? Luettavissa: <https://antroblogi.fi/mika-antroblogi>. Luettu: 5.5.2017.

Aula, I. 11.8.2017. Antropologi. Puhelinhaastattelu. Helsinki.

Erto 2017. Luovuus kuuluu kaikille. Luettavissa: <https://www.erto.fi/palvelut/toimi-lehti/1893-luovuus-kuuluu-jokaiselle>. Luettu: 12.5.2017.

Fleming, C. 2002. The Radio Handbook. Routledge. Lontoo.

Geller, V. 2011. Beyond Powerful Radio, A communicator's guide to the internet age. Focal Press. New York and London.

Hallikainen, T. 4.8.2017. Tietokirjailija ja terapeutti. Sähköposti.

Heinonen, S. & Ruotsalainen, J. 2014. Uusi journalismi? Luettavissa: https://www.utu.fi/fi/yksikot/ffrc/julkaisut/e-tutu/Documents/eTutu_16-2014.pdf. Luettu 4.3.2017.

Helle, M. 2011. Toimitustyö muutoksessa. Toiminnan teoria ja mediakonseptin käsite tutkimuksen ja kehittämisen kehyksenä. Luettavissa: <https://tampub.uta.fi/handle/10024/66695>. Luettu 13.10.2017.

Hiltunen, E. 2012. Matkaopas tulevaisuuteen. Talentum Oy. Liettua.

Hiltunen, E. 2017. Mitä tulevaisuuden asiakas haluaa. Docendo Oy. Juva.

Honkio, T. 16.8.2017. Mielenterveyden Keskusliiton viestinnän suunnittelija. Sähköposti.

Immonen, S. 9.8.2017. Mielenterveyden keskusliiton viestintäpäällikkö.
Puhelinhaastattelu.

Jaakkola, M. 2013. Hyvä journalismi. Käytännön opas kirjoittajalle. Hansaprint Oy.
Vantaa.

Järvinen, P. & Järvinen, A. 2004. Tutkimustyön metodeista. Opinpajan kirja. Tampere.

Kauhanen-Simanainen, A. 2001. Sisältöä verkkoon – mitä sisällöntuottajan pitää hallita.
Vammalan kirjapaino. Vammala.

Kopioisto 2017. Pitchausohjeet. Luettavissa:

http://www.kopioisto.fi/avek/tuen_hakeminen/digidemo/D_day/fi_FI/pitchausohjeet/. Luettu:
11.11.2017.

Koskenalho, N. 31.7.2017. AntroBlogin päätoimittaja. Sähköposti.

Koskinen, M. 2014. Stressi. Luettavissa:

http://www.yths.fi/terveystieto_ja_tutkimus/terveystietopankki/112/stressi. Luettu
12.4.2017.

Koskinen, S. & Lundqvist, A. Ristiluoma, N. Terveys, toimintakyky ja hyvinvointi
Suomessa 2011. Luettavissa:

http://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/90832/Rap068_2012_netti.pdf?sequence=19
7. Luettu: 12.4.2017.

Lindeberg, A. Audion koti on Areena 2017. Luettavissa:

<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/10/09/aura-lindeberg-audion-koti-on-areena>. Luettu:
12.11.2017.

Suomi 100 –hanke 2017. Luonnonpäivät. Luettavissa: <https://www.luonnonpaivat.fi/>.
Luettu: 5.5.2017.

Yle Areena 2017. Yle Radio 1. Löytöretki suomalaiseen toivoon. Kuunneltavissa ja
luettavissa: <https://areena.yle.fi/1-4174722>. Luettu: 12.11.2017.

- Mattila, S. 2010. Stressi. Luettavissa:
https://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p_artikkeli=dlk00976. Luettu:
15.5.2017.
- McLeish, R. Radio production.1999. Focal Press. Iso-Britannia.
- Mielenterveyden keskusliitto 2017. Vertaistoiminta.
Luettavissa: <http://mtkl.fi/palvelut/vertaistoiminta>. Luettu: 11.5.2017.
- Modig, N. & Åhlström, P. Tätä on Lean. 2013. Rheologica Publishing. Tukholma.
- Ojasalo, K. Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2010. Kehittämistyön menetelmät. WSOYpro Oy.
Helsinki
- Oma Terveys Oy. Terve.fi 2015. Vertailenko itseäsi muihin? – Some voi masentaa.
Luettavissa: <http://www.terve.fi/masennus/80423-vertailenko-itseasi-muihin-some-voi-masentaa>. Luettu 15.5.2017.
- Opetushallitus 2017. Suomenkielinen sanasto. Megatrendit. Luettavissa:
http://www.oph.fi/tietopalvelut/ennakointi/koulutus_ja_osaamistarpeiden_ennakointi/sanas_tot/suomenkielinen_sanasto. Luettu 16.6.2017.
- Pietilä, V. 2010. Julkisot, yleisöt ja media. Tampereen yliopistopaino. Tampere.
- Popstudio Oy 2017. Mikä On Podcast? Luettavissa: <http://podstudio.fi/2013/07/27/mika-on-podcast>. Luettu: 11.11.2017.
- Raevaara, T. 2016. Tajuaako kukaan? Opas tieteen yleistajuistajalle. Juvenes Print Oy.
Tampere.
- Salonen, K. 16.7.2017. Ekopsykologi. Lempäälä. Sähköposti.
- Simojoki, A. 23.5.2017. Vastaava tuottaja. Yle Radio 1. Haastattelu. Helsinki.
- Terveystieteiden tutkimuskeskus 2017. Keskeisiä käsitteitä. Luettavissa:
<https://www.thl.fi/fi/web/hyvinvointi-ja-terveyserot/eriarvoisuus/keskeisia-kasitteita>. Luettu:
11.11.2017.

Tieteen termipankki 2017. Individualismi. Luettavissa:
[http://tieteentermipankki.fi/wiki/Filosofia:individualismi_\(yhteiskuntafilosofia\)](http://tieteentermipankki.fi/wiki/Filosofia:individualismi_(yhteiskuntafilosofia)). Luettu:
11.11.2017.

Törmälä, M. 2016. Brändi ei ole logo – se on hyvä tarina. Luettavissa:
<http://www oulu.fi/blogs/node/42508>. Luettu 27.5.2017.

Vaulos, T & Kolamo, S. Mediatrendit 2017. Luettavissa:
<https://media.sanoma.fi/sites/default/files/Sanoma%20Mediatrendit%202017%20tiivistelma.pdf>. Luettu: 1.6.2017.

Aivoliitto, Diabetesliitto & Sydänliitto. Yksi Elämä 2017. Tutkimus: Suomalaisten stressinhallinnassa on vielä parantamisen varaa. Luettavissa: <https://www.yksielama.fi/-/tutkimus-suomalaisten-stressinhallinnassa-on-viela-parantamisen-varaa>.
Luettu:17.3.2017.

Yle Radio1:n kehityshanke 2012–2013, 6. Helsinki.

Yle Radio1. 2017. Yle Radio 1. Luettavissa: <https://yle.fi/radio/ylerradio1>. Luettu:
13.3.2017.

Yle Uutiset. 2015. Jo 20 minuutin oleskelu metsässä laskee verenpainetta. Luettavissa:
<https://yle.fi/uutiset/3-7739746>. Luettu: 13.3.2017.

Yle Uutiset. 2017. Musiikki on äänekäs terapeutti. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-6377567>. Luettu: 13.3.2017.

Liitteet

Liite 1. Löytöretki suomalaiseen toivoon -ohjelmasarjan tekstit Yle Areenassa.

Muusikko Jarkko Martikainen: "Toivo on hyvin samantyyppinen sama asia kuin usko ja rakkaus"

Muusikko Jarkko Martikainen ei ole synkkä mies. Hän on ajoittainen melankolikko, joka iloitsee elämästä.

- Ajoittainen melankolia on hyväkin asia, se antaa arvoa hyville päiville, kuin jos tieni olisi ollut tasaisempi, sanoo muusikko Jarkko Martikainen.

Martikaiselle toivo on merkityksellinen asia. Vuonna 2009 Martikainen julkaisi Toivo-albumin, jonka kaikki kappaleet liittyvät jollakin tavalla toivoon, sen merkitykseen, menettämiseen ja uudelleen sen löytämiseen. Toivo-albumi on osa levytrilogiaa, jonka muut osat ovat Rakkaus (2006) ja Usko (2011).

- Toivo on hyvin samantyyppinen sama asia kuin usko ja rakkaus. Eihän niiden kestävyys ole samassa kokonaisuudessa elämän kaikkina päivinä, sanoo muusikko Jarkko Martikainen.

Ajoittaiseen melankoliaan taipuvainen Martikainen löytää toivoa musiikista, teatterista ja toisista ihmisistä.

- Määrittelen toivon samankaltaisena asiana kuin hyvä riittävyden. Tarvitaanko me kaikkea sitä mitä keksitään unelmoida?

Toimittaja Satu Kivelä pohtii muusikko Jarkko Martikaisen kanssa toivoa Kansallisteatterin Lavaklubilla.

Mielenterveyden keskusliitto haluaa ylläpitää toivoa ja tarjota apua sitä tarvitseville myös kesän aikana. Mielenterveysneuvonnan valtakunnalliseen neuvontapuhelimeen numerossa 0203 91920 vastaavat sosiaali- ja terveysalan ammattilaiset arkisin koko kesän: ma, ti, to ja pe klo 9–14 ja ke klo 9–16.

Vertaistukipuhelimen maksuttomassa numerossa 0800 177 599 koulutetut kokemusasiantuntijat antavat keskusteluapua joka arkipäivä klo 10–15, palvelu on suljettu kesällä vain 17.–30. heinäkuuta.

Ekopsykologi Kirsi Salonen: “Usein ihmisillä on käsitys toivosta, että pitäisi itse muuttua ennen kuin voi saada toivon”

Suomalaisilla on aina ollut merkityksellinen suhde metsään ja puihin. Aikoinaan puilla uskottiin olevan persoonallisia voimia. Puille puhuttiin ja metsään mentiin purkamaan sydäntä. Tutkimusten mukaan metsässä oleilu ja kävely elvyttää ihmistä niin henkisesti kuin fyysisestikin.

- Olen huomannut terapiatyössäni, että toivon kokemus herää paremmin metsässä kuin sisätiloissa. Luonnonvalo saa kokemaan, että voin kokea toivoa, vaikka elämäntilanne olisi kuormittava, sanoo ekopsykologi Kirsi Salonen.

Stressi, uupumus ja ahdistus on aikamme vitsaus. Esimerkiksi masennus on lisääntynyt selvästi kymmenessä vuodessa kertoo Terveysten ja hyvinvoinnin laitoksen tutkimus.

- Toivo on ihan kaikki. Psykkisen hyvinvoinnin ja hyvän elämän perusta. Ilman toivoa meillä on vaikea löytää arkipäivään, huomiseen mielekkyyttä tai saati toivoa mitä on tulossa vuoden päästä, sanoo ekopsykologi Kirsi Salonen.

Löytöretki suomalaiseen toivoon -sarjan toimittaa Satu Kivelä.

Mielenterveyden keskusliitto haluaa ylläpitää toivoa ja tarjota apua sitä tarvitseville myös kesän aikana. Mielenterveysneuvonnan valtakunnalliseen neuvontapuhelimeen numerossa 0203 91920 vastaavat sosiaali- ja terveysalan ammattilaiset arkisin koko kesän: ma, ti, to ja pe klo 9–14 ja ke klo 9–16.

Vertaistukipuhelimen maksuttomassa numerossa 0800 177 599 koulutetut kokemusasiantuntijat antavat keskusteluapua joka arkipäivä klo 10–15, palvelu on suljettu kesällä vain 17.–30. heinäkuuta.

Kirjailija, valmentaja ja terapeutti Taru Hallikainen kadotti toivon parikymppisenä asuessaan ja opiskellessaan Helsingissä. Pahimpina toivottomuuden hetkinä hän löysi lohtua, rauhaa ja toivon pilkahduksia kävellessään Hietaniemen hautausmaalla.

- Hietaniemen hautausmaalla mä kaikkein toivottomimmilla hetkillä koin, että täällä mä elän. Tunsin hiljaisuudessa ja rauhassa sen miten oma sydän lyö ja miten hengitys kulkee ja miten mun solut elää, kertoo Taru Hallikainen.

Elämä on tuonut Taru Hallikaisen eteen menetyksiä ja kokemuksia, jotka ovat muovanneet hänen suhtautumisensa esimerkiksi kuolemaan, toivoon ja armoon.

- Me saatetaan hukata se, kadottaa se, kulkea jotenkin harhaan kohti toivottomuutta. Elämä saattaa pakottaa meidän selkää seinää vasten, viedä kaiken toivon. Osoittaa jotenkin meille, että mikä se meidän paikka on maan matosena. Silti toivo ei koskaan katoa, se vain on, sanoo Taru Hallikainen.

Mielenterveyden keskusliitto haluaa ylläpitää toivoa ja tarjota apua sitä tarvitseville myös kesän aikana. Mielenterveysneuvonnan valtakunnalliseen neuvontapuhelimeen numerossa 0203 91920 vastaavat sosiaali- ja terveysalan ammattilaiset arkisin koko kesän: ma, ti, to ja pe klo 9–14 ja ke klo 9–16.

Vertaistukipuhelimen maksuttomassa numerossa 0800 177 599 koulutetut kokemusasiantuntijat antavat keskusteluapua joka arkipäivä klo 10–15, palvelu on suljettu kesällä vain 17.–30. heinäkuuta.

Antropologi Inkeri Aula:” Toivo voi toimia epätoivon keskellä”

Löytöretki suomalaiseen toivoon -sarjassa antropologi Inkeri Aula kertoo omasta toivon paikastaan, joka on Livonsaaren yhteisökylä. Aulaa kiinnostaa enemmän kaikki sellainen mahdollinen, ei vielä oleva kuin vallitseva.

- Toivo syntyy siitäkin, että ihmiset erilaisissa elämäntilanteissa ja ympäristöissä antaa rikkaruohojen kasvaa asvaltin rakoihin. Ja tekee jotain sellaisia valintoja ja tekoja, että on vuorovaikutuksessa toisiinsa ilman, että sillä täytyy kasvattaa jonkun pääomasijoittajan rahastoa veroparatiisissa, sanoo antropologi Inkeri Aula.

Toimittaja Satu Kivelä juttelee antropologi Inkeri Aulan kanssa toivosta Livonsaaren yhteisökylässä.

Mielenterveyden keskusliitto haluaa ylläpitää toivoa ja tarjota apua sitä tarvitseville myös kesän aikana. Mielenterveysneuvonnan valtakunnalliseen neuvontapuhelimeen numerossa 0203 91920 vastaavat sosiaali- ja terveysalan ammattilaiset arkisin koko kesän: ma, ti, to ja pe klo 9–14 ja ke klo 9–16.

Vertaistukipuhelimen maksuttomassa numerossa 0800 177 599 koulutetut kokemusasiantuntijat antavat keskusteluapua joka arkipäivä klo 10–15, palvelu on suljettu kesällä vain 17.–30. heinäkuuta.

Liite 2. Tiedote

YLE RADIO 1

Viikot 27 - 30: perjantaisin 7.7. - 28.7.2017 klo 15.05 + Yle Areena

Toivon heinäkuu

LÖYTÖRETKI SUOMALASEEN TOIVOON

4-osainen sarja

Yle Radio 1:n perinteinen teemaheinäkuu katsoo tänä vuonna eteenpäin ja pohtii mihin ihmiset kulloinkin ovat toivonsa asettaneet. Toivo kuuluu heinäkuussa kanavalla puheohjelmista musiikkiin ja hartausohjelmista henkilökuviin.

Satu Kivelän toimittaman 4-osaisen Löytöretki suomalaiseen toivoon -sarjan vieraat vievät kuuntelijat paikkoihin, jotka tuovat heille toivoa. Toivoa etsitään Kansallisteatterista, metsästä, Hietaniemen hautausmaalta ja eri kulttuureista. Omasta suhteestaan toivoon kertovat muusikko Jarkko Martikainen, ekopsykologi Kirsi Salonen, kirjailija Taru Hallikainen ja antropologi Inkeri Aula.

Muusikko Jarkko Martikaisen kanssa puhutaan toivosta Kansallisteatterin Lavaklubilla. Martikainen on käsitellyt toivoa yhden levyn verran. Hän julkaisi Toivo-albumin vuonna 2009, joka on osa levytrilogiaa Rakkaus, Toivo ja Usko. ”Olen ajoittainen melankolikko, mutta iloitsen elämästä kuitenkin voimakkaasti ja elossa olemisesta. Ajoittainen melankolia antaa arvoa hyvälle päiville ihan toisissa määrin kuin jos tieni olisi ollut tasaisempi”, Jarkko Martikainen kertoo.

Ekopsykologi Kirsi Salonen haluaa puhua toivosta Lempäälän metsässä. Hän on nähnyt työssään kuinka ihmisen palautuminen voi lähteä liikkeelle hyvin pienestä asiasta. ”Ympäristö voi avata palautumisen, voi nähdä toivoa, vaikka valosta, joka heijastuu puiden välistä”, Kirsi Salonen toteaa.

Kirjailija Taru Hallikainen on kirjoittanut Armon kintereillä -kirjan ja ajattelee, että toivo asuu armollisuudessa itseämme ja muita kohtaan. Muutamia vuosia sitten Taru Hallikainen haki toivoa Hietaniemen hautausmaalta. ”Ainoastaan siellä koin todella eläväni”, hän kertoo.

Antropologi Inkeri Aula saa toivoa Livonsaaren yhteisökylästä, jossa hän perheineen asuu. Aula on tutkinut millaisia merkityksiä toivo saa eri kulttuureissa. ”Politiikassa hyödynnetään toivon retoriikkaa, koska se myy”, sanoo antropologi Inkeri Aula.

Löytöretki suomalaiseen toivoon -radiosarjan kumppaneina toimivat Suomen Mielenterveyden Keskusliitto, AntroBlogi ja Luonnonpäivät.fi.

Lähetykset Yle Radio 1:ssä perjantaisin 7.7. - 28.7.2017 klo 15.05. Kaikki jaksot tulevat pysyvästi kuunneltaviksi myös Yle Areenaan.

Lähetyspäivät ja haastateltavat:

Pe 7.7. Muusikko Jarkko Martikainen

Pe 14.7 Ekopsykologi Kirsi Salonen

Pe 21.7 Kirjailija Taru Hallikainen

Pe 28.7 Antropologi Inkeri Aula

Toimittaja Satu Kivelä.

Twitter: @yleradio1 #Toivo

Liite 3. Mielen terveyden keskusliiton tiedote: Löytöretki suomalaiseen toivoon radiossa 7.7. – 28.7.

Mielen terveyden keskusliitto ja Yle Radio 1 tekevät yhteistyötä Löytöretki suomalaiseen toivoon -sarjassa. Heinäkuussa lähetettävässä neliosaisessa sarjassa käsitellään toivoa musiikin, ympäristön, armollisuuden ja eri kulttuurien näkökulmista. Omasta suhteestaan toivoon kertovat muusikko Jarkko Martikainen, ekopsykologi Kirsi Salonen, kirjailija Taru Hallikainen ja antropologi Inkeri Aula.

Toivo on yksi mielen terveytyksen ja kuntoutumisen peruslähtökohta sekä merkittävä tekijä kaikissa arjen kohtaamisissa. Toivo syntyy vuorovaikutuksessa toisten kanssa. Selviytymistarinat, vertaistuki ja omista vahvuuksista ja mahdollisuuksista puhuminen herättävät toivoa.

– Kuntoutumista auttaa myös se, että ihmisellä on mahdollisuuksia käyttää osaamistaan ja kokea olevansa hyödyksi. Sitä kautta löytyy motivaatio kuntoutumiseen. Osallisuus lisää toivoa, sanoo työ- ja koulutusvalmentaja **Jyrki Rinta-Jouppi**.

Satu Kivelän toimittaman sarjan vieraat vievät kuuntelijat paikkoihin, jotka tuovat heille toivoa. Muusikko **Jarkko Martikaisen** kanssa puhutaan toivosta Kansallisteatterin Lavaklubilla. Martikainen on käsitellyt toivoa yhden levyn verran. Hän julkaisi Toivo-albumin vuonna 2009, joka on osa levytrilogiaa Rakkaus, Toivo ja Usko.

– Olen ajoittainen melankolikko, mutta iloitsen elämästä kuitenkin voimakkaasti ja elossa olemisesta. Ajoittainen melankolia antaa arvoa hyville päiville ihan toisissa määrin kuin jos tieni olisi ollut tasaisempi, Jarkko Martikainen kertoo.

Ekopsykologi **Kirsi Salonen** haluaa puhua toivosta Lempäälän metsässä. Hän on nähnyt työssään kuinka ihmisen palautuminen voi lähteä liikkeelle hyvin pienestä asiasta.

– Ympäristö voi avata palautumisen, voi nähdä toivoa, vaikka valosta, joka heijastuu puiden välistä, Kirsi Salonen toteaa.

Kirjailija **Taru Hallikainen** on kirjoittanut Armon kintereillä -kirjan ja ajattelee, että toivo asuu armollisuudessa itseämme ja muita kohtaan. Muutamia vuosia sitten Taru Hallikainen haki toivoa Hietaniemen hautausmaalta.

– Ainoastaan siellä koin todella eläväni, hän kertoo.

Antropologi **Inkeri Aula** saa toivoa Livonsaaren yhteisökylästä, jossa hän perheineen asuu. Aula on tutkinut millaisia merkityksiä toivo saa eri kulttuureissa.

– Poliitikassa hyödynnetään toivon retoriikkaa, koska se myy, sanoo antropologi Inkeri Aula.

Lähetykset Yle Radio 1:ssä perjantaisin 7.7.–28.7.2017 klo 15.05. Kaikki jaksot tulevat pysyvästi kuunneltaviksi myös Yle Areenaan <http://areena.yle.fi/1-4138991> .

Lähetyspäivät ja haastateltavat:

Pe 7.7. Muusikko Jarkko Martikainen

Pe 14.7. Ekopsykologi Kirsi Salonen

Pe 21.7. Kirjailija Taru Hallikainen

Pe 28.7. Antropologi Inkeri Aula



Jaa tämä sivu.

Liite 4. AntroBlogin kesäohjelma 2017

Kesä on vihdoinkin täällä. AntroBlogin toinen tuotantokausi päättyy juhannukseen, jolloin jäämme kesäksi julkaisutauolle. Tehdään vielä ennen lomaa pieni ennakkokatsaus kesän tapahtumiin — emme nimittäin malta olla toimettomina silloinkaan, ja luvassa on kutkuttavan hauskoja asioita!

Olemme uusien artikkeleiden osalta julkaisutauolla syyskuun kolmanteen päivään saakka. Sosiaalisen median kanavamme pysyvät kuitenkin aktiivisinä. Jaamme niissä kesän

mittaan aiempaa sisältöämme, joista löytyy varmasti uutta luettavaa varsinkin uusille seuraajille.

Sunnuntaiset [Kulttuurishokit](#) ovat tauolla heinäkuun ajan, ja palaavat taas elokuun alussa. Heinäkuussa toteutamme yhteistyökuvion Yle Radio 1:n Löytöretki suomalaisen toivon -sarjan kanssa. Neliosaisessa sarjassa toimittaja **Satu Kivelä** etsii toivoa muusikko **Jarkko Martikaisen**, ekopsykologi **Kirsi Salosen**, kirjailija ja valmentaja **Taru Hallikaisen** sekä antropologi **Inkeri Aulan** kanssa. Julkaisemme heinäkuuisina perjantaina antropologisia kommentteja kuunnelman teemoihin. Kannattaa siis pysyä kanavilla!

Liite 5. AntroBlogin kolumnit Löytöretki suomalaisen toivon - ohjelmasarjasta

Oman onnensa seppä

- [Ninnu Koskenalho](#)
- [Kolumnit](#)
- [7.7.2017 07:00](#)

Yle Radio 1:n *Löytöretki suomalaisen toivon* -sarjan ensimmäisessä osassa toimittaja **Satu Kivelä** jututtaa muusikko **Jarkko Martikaista** toivosta, taiteesta ja hyvästä elämästä. Eräs kiinnostava juonne keskustelussa koskee toivon ja onnen suhdetta sekä ”jokainen on oman onnensa seppä” -ajatusta. Martikainen kritisoi mentaliteettia, jossa toivon menetyksen voi kuitata sanomalla, että jokaisella on valta muuttaa elämänsä sellaiseksi kuin haluaa. Julkaisemme neliosaisen sarjan jaksoihin perjantaisin kommentteja, joista ensimmäinen koskee tätä ajatusta.

Neoliberaalissa ihmiskäsityksessä individualismi ja usko yksilön potentiaaliin korostuu äärimilleen. Yksilö nähdään kohtalonsa aktiivisena luoja, ja vaikeudet omista huonoista valinnoista ja asenteesta johtuvina. Positiivisella voittajan asenteella uskotaan olevan suora yhteys menestykseen. Toivoa onnesta on aina. Hyvä esimerkki tästä on keskustelu, jossa työttömyys ja sitä seuraava köyhyys vieritetään yksilön oletetun laiskuuden ja saamattomuuden syyksi — huolimatta siitä, että työpaikkoja on tarjolla merkittävästi vähemmän kuin työnhakijoita.

Vaikka toivon, hyvän elämän ja onnellisuuden osatekijät vaihtelevat kulttuureittain, ihmiset kaikkialla tasapainoilevat välittömän ja pitkäaikaisen onnen välillä. Kiinnostavasti juuri työ näyttäytyy monissa etnografisissa esimerkeissä osa-alueena, jolla lyhyen ja pitkän tähtäimen onnellisuus kohtaavat.

Martikainen uskoo taiteen tuovan ihmisille toivoa. Kuten hän toteaa, köyhän voi kuitenkin olla vaikea tai mahdoton harrastaa taiteita. Toivo ei ole näin olekaan demokraattista, vaan riippuu osin yksilön sosioekonomisesta asemasta. ”Hyväosaisuus” määrittyy sen mukaan, mitä yhteiskunnassa arvostetaan ja mistä ihmisiä palkitaan. Se ei välttämättä ole linjassa esimerkiksi työn mielekkyyden tai tärkeyden kanssa, saati heijastele omien lahjojen käyttöön ottamisen astetta. Äärimmäisen lahjakas taiteilija saattaa elää köyhyysrajan alapuolella, ja hoiva-alan ammattilaisten työn tärkeys ei välttämättä näy palkkana saati arvostuksena.

”Oman onnensa seppä” -ajattelulla on erityisen suuri tenho silloin, kun omassa elämässä menee hyvin. On mukava ajatella, että hyvä tilanne on omien valintojen ansiota. Menestys

voi kuitenkin olla myös etuoikeuksien ja onnellisten sattumien kasauma, johon yksilöllä on ollut vain vähän vaikutusta. Tarinat omista onnistumisista eivät kelpaa todistusaineistoksi, joka on kopioitavissa muiden elämäntilanteisiin — vaikka meille onkin tyypillistä uskoa niin. Kun hyväosaiselle riittää vähäisempi pyrkimys kohti samaa päämäärää, voi heikommassa asemassa olevan olla vaikea ylläpitää toivoa.

Toivoa kuitenkin saa kaupasta, jos on varaa maksaa. Onnellisuuden teollisuus on valjastanut unelmat tehokkaasti kaupalliseen käyttöön. Se myy tuotteita ja palveluita, joiden avulla voi tarttua toivon härkää sarvista. Onnellisuuden tavoitteluun keskittyneessä kulttuurisessa ilmapiirissä onni ei olekaan yksityinen kokemus vaan julkinen performanssi. Sosiaalisen median teknologiat auttavat mittaamaan menestystä ja jakamaan oman elämän tilastoja muiden ihailtavaksi yhä näkyvämmiin.

Onnellisuutta pidetään arvoista korkeimpana varsin harvoissa kulttuureissa. Silti se edustaa kaikkialla maailmassa yhteiskunnan keskeisten arvojen toteutumista ihmisen elämässä. Sosiaalinen viitekehys määrittelee kulttuurisidonnaisen “hyvän elämän”, joka meille tarkoittaa ennen kaikkea onnellista elämää. Toivo hyvästä elämästä liittyy maailman mittakaavassa kuitenkin ennen kaikkea sosiaalisiin suhteisiin ja omaan rooliin yhteisössä. Onnellisuuden etnografian valossa näyttääkin siltä, että pitkän tähtäimen onnea ei taota yksin.

Yle Radio 1:n Toivon heinäkuu: Löytöretki suomalaiseen toivoon -sarja kuullaan perjantaisin kello 15.05. Neliosainen ohjelmasarja on kuunneltavissa myös [Yle Areenassa](#). Ohjelmasarjan yhteistyökumppaneina toimivat Suomen mielenterveyden keskusliitto, AntroBlogi sekä Luonnonpäivät.fi. Lisälukemista: Iza Kavedzija ja Harry Walker (toim.). Values of Happiness. Toward an anthropology of purpose in life. 2016.

Onko luonto luonnollista?

- [Ninnu Koskenalho](#)
- [Kolumnit](#)
- [14.7.2017 07:00](#)
-

Yle Radio 1:n *Löytöretki suomalaiseen toivoon* -sarjan toisessa osassa toimittaja **Satu Kivelä** lähtee ekopsykologi **Kirsi Salosen** kanssa metsään puhumaan luontosuhteesta, hyvinvoinnista ja luonnon symboliikasta. Kommentoimme sarjaa viikottain, ja antropologiseen haaviin tarttui tällä kertaa ajatus “villin” ja “kesytetyn” luonnon eroista.

Kivelä ja Salonen vertailevat puistoa ja metsää luonnonympäristöinä. He puhuvat puistosta kesytettyinä ja järjestykseen pantuna luontona, jossa vallitsevat tietyt käyttäytymissäännöt. Metsä taas näyttäytyy villinä luontona, jossa asiat ja ihmiset saavat olla niin kuin ovat. Hyvinvointikeskustelun kannalta näyttää siltä, että juuri kesyttämättömässä luonnossa on meille jotakin erityistä. Metsä “villinä” luontona symboloi ihmisen rakentaman yhteiskunnan vastakohtaa. Rentouttava vaikutus tuntuu aiheutuvan kulttuuristen rakenteiden näennäisestä puutteesta ja sen implikoimasta vapaudesta.

Klassisessa antropologiassa tätä kysymystä luonnon ja kulttuurin välisestä jännitteestä on puitu paljon. Luonto-kulttuuri -jakoa pidettiin aiemmin universaalina. Ihmisten todettiin kaikkialla maailmassa ottavan ympäristöä haltuunsa raivaamalla, kesyttämällä ja kultivoimalla sitä. Tämän toiminnan esitettiin siirtävän arvaamatonta luontoa kulttuurin, järjestyksen ja hallinnan piiriin. Jakoon liittyi naisen yhdistäminen luontoon ja tunteisiin ja kulttuurin mieltäminen miehiseksi, rationaaliseksi elämänaalueeksi. Elementtien välillä oli selvä valtasuhde: villi luonto kesytetään, ja kulttuuri dominoi.

Papua-Uudessa-Guineassa elävien bainingien keskuudessa koskemattomalla luonnolla ei ole hyvinvointiin liittyvää itseisarvoa. Puutarhaviljelyä harjoittavien bainingien elämässä metsä on tilaa, jota raivataan viljeltäväksi puutarhaksi. Yhteisön hyvinvointi rakennetaan ihmisen työllä, muovaamalla luonnosta sosiaalisesti määrittyä tilaa — kulttuuria. Luonto on eräänlaista raakaa potentiaalia joka on otettavissa käyttöön, mutta ei hallittavissa: raivatut alueet metsittyvät uudelleen ja uusia puutarhoja rakennetaan. Suhde ei ole lineaarinen vaan dynaaminen ja syklinen.

Euroamerikkalaisessa kulttuurissa on kauan vaikuttanut idealisoitu ajatus luonnonkansan puhtaasta edustajasta, jolla on harmoninen ja tasapainoinen suhde ympäristöönsä. Etnografinen tutkimus asettaa tämän haavekuvan kyseenalaiseksi. Käytännössä “luonnonkansat” saattavat tilaisuuden tullen olla täysin valmiita vaihtamaan “luonnollisen” ympäristönsä materiaaliseen hyvään, yhteiskunnalliseen infrastruktuuriin, toimivaan liikenteeseen tai saavutettaviin terveyspalveluihin.

Tuorempi etnografinen tutkimus onkin osoittanut, että maailman jakaminen kahteen toisilleen vastakkaiseen kategoriaan, “luontoon” ja “kulttuuriin”, ei ole universaali tapa hahmottaa todellisuutta. Meidän luonnoksi mieltämämme osa maisemaa edustaa eri kulttuurien ihmisille erilaisia asioita. Se, mikä on hyvää ja luonnollista, vaihtelee katsojan mukaan.

Yle Radio 1:n Toivon heinäkuu: Löytöretki suomalaiseen toivoon -sarja kuullaan perjantaisin kello 15.05. Neliosainen ohjelmasarja on kuunneltavissa myös [Yle Arenassa](#). Ohjelmasarjan yhteistyökumppaneina toimivat Suomen mielenterveyden keskusliitto, AntroBlogi sekä Luonnonpäivät.fi.

Lue lisää: Jane Fajans. Transforming Nature, Making Culture: Why the Baining are not Environmentalists

Marilyn Strathern: No Nature, No Culture: The Hagen Case

Masentaako kaikkialla maailmassa?

- [Ninnu Koskenalho](#)
- [Kolumnit](#)
- 21.7.2017 07:50

Yle Radio 1:n Löytöretki suomalaiseen toivoon -sarjan kolmannessa osassa toimittaja **Satu Kivelä** puhuu kirjailija ja terapeutti **Taru Hallikaisen** kanssa armosta. Keskustelussa sivutaan myös epätoivon tunteiden kulttuurisia eroja. Hallikainen sanoo, että yhteisöllisissä kulttuureissa elävät ihmiset kokevat vähemmän masennusta kuin yksilökeskeisyyttä korostavissa länsimaissa.

Antropologit ovat perinteisesti olleet länsimaisia tutkijoita osallistumassa muiden kulttuurien elämänmenoon. Koska suuri osa maailmaa elää euroamerikkalaista kulttuuripiiriä yhteisöllisemmin, individualistisen ja kollektiivisen erot ovat aina kiinnostaneet antropologeja. Näitä tekijöitä tarkastellaan myös mielenterveyttä koskevassa antropologisessa tutkimuksessa, joka usein korostaa yhteisöllisyyden merkitystä hyvinvoinnille.

Masennuksen kokeminen eri kulttuureissa on moniulotteisempi kysymys. Kokemuksemme on yhteydessä siihen, millaisia käsitteitä meillä on. Jos kielessä ei esimerkiksi ole termiä masennukselle, voidaan esittää että (ainoastaan sen) kielen puhujat eivät kärsi masennuksesta samassa merkityksessä kuin suomalainen, jolle käsite on tuttu. Tämä ei tarkoita, etteikö heillä voisi olla samanlaisia tunnetiloja, ajatuksia ja kokemuksia kuin masentuneella.

Lääketieteellisen antropologian professorin, psykiatri **Arthur Kleinmanin** mukaan vakavan kliinisen masennuksen tunnistaminen ei ole kulttuurista kiinni. Masennukseksi kutsutussa ilmiössä

on kuitenkin voimakkaita aste-eroja. Lievä masennus on paljon kliinistä masennusta monikasvoisempi ja muuntautuvampi ilmiö, ja sen matkustaminen kulttuurirajojen yli ei ole yksiselitteistä.

Esimerkiksi Japanissa ei ennen 2000-luvun alkua tunnettu masennusta kuin sen vakavassa, patologisessa muodossa. Eriasteisia surun ja voimattomuuden tunteita ei pidetty häiriötilana. Kun lääkeyhtiöt onnistuivat markkinoimaan masennuksen Japaniin, lievästä masennuksesta kärsivien määrä kasvoi räjähdysmäisesti. Ihmiset saivat kokemustensa tulkinnalle uuden kategorian — ja lääkityksen.

Kleinmanin mukaan lievän masennuksen diagnosointi sairaudeksi on kaksiteräinen miekka. Se vähentää masennukseen liittyvää häpeää ja sosiaalisia ongelmia, mutta toisaalta mielialojen uudelleenmäärittely läikehoitoa vaativiksi ongelmiksi on globalisaation voimakkaimpia ilmentymiä.

Mielenterveyspotilaiden kuntoutumista tutkinut antropologi **Neely Lorenzo Myers** on esittänyt mielen järkkymisestä toipumisen avaintekijäksi sitä, että ihmisellä on mahdollisuus luoda kokemuksilleen merkityksiä. Tämä etnografinen havainto on ristiriidassa mielenterveyden lääkepainotteisen hoidon kanssa. Medikalisaation ongelmista on kirjoitettu Suomessakin runsaasti. Myersin havaintojen valossa mielialalääkkeiden sudenkuopaksi muodostuu myös se, että ne saattavat entisestään heikentää kykyä kokea toipumisen kannalta tärkeää merkityksellisyyttä.

Yle Radio 1:n Toivon heinäkuu: Löytöretki suomalaiseen toivoon -sarja kuullaan perjantaisin kello 15.05. Neliosainen ohjelmasarja on kuunneltavissa myös [Yle Arenassa](#). Ohjelmasarjan yhteistyökumppaneina toimivat Suomen mielenterveyden keskusliitto, AntroBlogi sekä Luonnonpäivät.fi. AntroBlogi paneutuu mielenterveyden kulttuurisidonnaisuuteen ja sosiaalisuuteen Helsingin Taiteiden yönä tapahtumallaan [Tabufestivaali: Onko normaalia olla mielisairas?](#)

Lukemista: Arthur Kleinman ja Byron J. Good (toim). Culture and Depression. Studies in the Anthropology and Cross-Cultural Psychiatry of Affect and Disorder. 1986.

Neely Lorenzo Myers. Recovery's Edge. An Ethnography of Mental Health Care and Moral Agency. 2015.

Antropologin toivo

- [Ninnu Koskenalho](#)
- [Kolumnit](#)
- [28.7.2017 07:30](#)

Yle Radio 1:n *Löytöretki suomalaiseen toivoon* -sarjan viimeisessä osassa toimittaja **Satu Kivelä** tapaa antropologi **Inkeri Aulan**. Kuten kuunnelman aiemmissakin jaksoissa, yhteisöllisyys ja yhteyden kokemuksen tärkeys nousevat keskeiseen rooliin.

Aula nostaa keskustelun toivosta globaalille tasolle. Hän huomauttaa, että niin toivo kuin epätoivokin rakentuvat vuorovaikutussuhteissa, ja että elämme maailmassa jossa vaikutamme kaiken aikaa toinen toisiimme. Teoillamme on vaikutuksia muihin myös silloin, kun emme itse näe sitä — asia joka tuo toivoa yhdelle saattaa samalla luoda epätoivoa toiselle.

Myös aiemmissa kommenteissamme on käsitelty yksilökeskeisen ja markkinavetoisen kulttuurin suhdetta onneen ja toivoon. Vauraassa ja hyvinvoivassa lännessä toivon käsite on pitkälti kaapattu kaupallisten unelmien ja poliittisen retoriikan käyttöön.

Tämä ei ole ongelmallista ainoastaan siksi, että toivon myyminen on useimmiten silkkaa käärmööljyn kauppaamista. Suurempi pulma piilee siinä, että hyödykkeiden pitkät tuotantoketjut aiheuttavat monissa tapauksissa tuskaa ja epätoivoa ihmisille, eläimille ja ympäristöille, joiden kanssa ne ovat suoraan tai välillisesti tekemisissä. Ilmiö on erityisen tuttu niille antropologeille, jotka työskentelevät alkuperäiskansojen parissa.

Markkinatalouden kritiikki ja vaihtoehtoiset, vähäisempään kulutukseen tähtäävät elämäntavat törmäävät monesti ajatukseen siitä, että menneisyyteen ei ole paluuta. Käsityksemme kehityksestä on usein hyvin lineaarinen. Meille on tyypillistä ajatella, että myös kulttuurinen kehitys etenee tiettyyn, alati paremmaksi muuttuvaan suuntaan. Aikaisemmin tapahtuneen kehityksen piiristä löytyvät asiat näyttävät siten auttamatta vanhentuneina.

Monet antropologit kritisoivat tätä näkemystä. Heidän mukaansa esimerkiksi alkuperäiskansoilla olevaa perinteistä, 'lokaaliksi' kutsuttua tietotaitoa ei kannattaisi käsitteellistää 'alkeelliseksi' ja olettaa, että myöhemmin syntyneet toiminnan mallit ovat automaattisesti parempia. Tämä voi rajata ulkopuolelleen paljon mahdollisuuksia — ja toivoa. Aula sanookin toivon syntyvän niistä hetkistä, joissa ihmiset valitsevat jotakin muuta kuin vallitsevan järjestyksen ylläpitämisen.

“Antropologia tarjoaa maailmalle sen, että voidaan yrittää ymmärtää täysin toisenlaisia tapoja havaita maailma”, sanoo Inkeri Aula, ja me toimituksessa emme voisi olla enempää samaa mieltä.

Yle Radio 1:n Toivon heinäkuu: Löytöretki suomalaiseen toivoon -sarja kuullaan perjantaisin kello 15.05. Neliosainen ohjelmasarja on kuunneltavissa myös [Yle Areenassa](#). Ohjelmasarjan yhteistyökumppaneina toimivat Suomen mielenterveyden keskusliitto, AntroBlogi sekä Luonnonpäivät.fi. Lukemista: Hirokazu Miyazaki ja Richard Swedberg, 2016. The Economy of Hope.

