



Ronja Aro

## Miten tv- ja elokuvatuotantojen sisäistä viestintää voidaan tehostaa?

Tapaukset Roba, Peruna ja Supercool

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Kulttuurituottaja AMK

Kulttuurituotanto

Opinnäytetyö

11.5.2021

## Tiivistelmä

Tekijä(t):	Ronja Aro
Otsikko:	Miten tv- ja elokuvatuotantojen sisäistä viestintää voidaan tehostaa?
Sivumäärä:	40 sivua + 3 liitettä
Aika:	11.5.2021
Tutkinto:	Kulttuurituottaja AMK
Tutkinto-ohjelma:	Kulttuurituotanto
Ohjaaja(t):	Lehtori Niina Torkko

---

Tämä opinnäytetyö on tapaustutkimus, jossa tutkitaan tv- ja elokuvatuotantojen sisäistä viestintää tuottajan näkökulmasta. Työn tavoitteena on luoda konkreettisia kehittämissuhteita, joilla pystytään tehostamaan tv- ja elokuvatuotantojen sisäisen viestinnän toimintamallia. Työ tehtiin yhteistyössä suomalaisen elokuva- ja televisiotuotantoyhtiö Yellow Film & TV:n kanssa. Opinnäytetyössä käsitellään kolmea eri tapausta: Roba-televisiosarjaa ja elokuvia Peruna sekä Supercool.

Työn teoreettinen viitekehys muodostuu sisäisen viestinnän tutkimisesta. Siinä tarkastellaan sisäisen viestinnän tehtäviä, haasteita ja ongelmakohtia sekä perehdytään erilaisiin viestintäkanaviin.

Aineistonhankintamenetelminä työssä käytettiin haastattelua, havainnointia ja aivorihtä. Haastateltavina oli kaksi tuottajaa, joilla molemmilla on kokemusta kotimaisista sekä ulkomaalaisista tuotannoista. Haastattelun avulla pyrittiin tutustumaan tarkemmin tutkittaviin tapauksiin sekä selvittämään niissä käytetyt sisäiset toimintamallit, joita vertaamalla oli tarkoitus löytää kehittämissuhteita. Havainnoinnin kautta oli tarkoitus seurata yhtä tapausta tarkemmin ja löytää tietoa, joka vahvistaa teoriasta sekä haastatteluista saatua dataa. Aivorihteen osallistui aiemmin haastateltavana ollut tuottaja, jolle esitettiin opinnäytetyön tuloksia, joiden pohjalta mietittiin kehittämissuhteita.

Tulosten perusteella voidaan sanoa, että suomalaisissa tv- ja elokuvatuotantojen sisäisessä toimintamallissa on kehittämisen varaa erityisesti sisäisen viestinnän selkeydessä. Kun aineistonhankinnan tulokset yhdistettiin teoreettiseen viitekehukseen, saatiin tv- ja elokuva-alalle kehittämissuhteita, jotka voidaan jakaa kolmeen eri kategoriaan. Kehittämissuhteissa perehdytään viestijään, palaveriin ja viestintäkanaviin. Kehittämissuhteet on esitetty mahdollisimman konkreettisesti ja selkeästi, jotta yhteistyötaholla ja alan muilla yrityksillä on matalampi kynnyksensä lähteä toteuttamaan niitä.

Avainsanat: Sisäinen viestintä, tv- ja elokuvatuotanto, viestintämalli, toimintamalli

## Abstract

Author(s): Ronja Aro  
Title: How to improve the internal communication of TV and film productions?  
Number of Pages: 40 pages + 3 appendices  
Date: 11 May 2021

Degree: Bachelor of Culture and Arts (Cultural Management)  
Degree Programme: Cultural Management  
Instructor(s): Niina Torkko, Senior Lecturer

---

This thesis is a case study that examines internal communication of TV and film productions from the perspective of producer. The aim of the work was to create concrete development proposals that will optimize the internal communication operating model for TV and film productions. The work was done in collaboration with the Finnish film and television production company Yellow Film & TV. The thesis studies three different cases: the TV series Roba and the films Peruna and Supercool.

The theoretical framework of the work consists of the study of internal communication. It examines the tasks, challenges and problems areas of internal communication and becomes acquainted with various communication channels.

Interview, observation and brainstorming were used as data acquisition methods in the work. Two producers were interviewed, both of whom have experience in both domestic and foreign productions. The aim of the interview was to get acquainted with the cases to be studied in more detail and to find out the operating models used in them. By comparing operating models, the purpose is to find development proposals. The purpose of the observation is to follow one case more closely and find information there that confirms the data obtained from the theory and the interviews. The brainstorming session involves a previously interviewed producer, who is presented with the result of the thesis, on the basis of which development proposals are invented.

Based on the results it can be said that there is room for improvement in the internal operating model of Finnish TV and film productions. This is true especially regarding in the clarity on internal communication. When the results of the data acquisition methods were combined with a theoretical framework, development suggestions were received for the TV and film industry. The development proposals are divided into three different categories: communicator, meetings and communication channels. The development proposals are presented as concretely and clearly as possible, which means that it is easier for Yellow Film & TV and other companies in the field to implement them.

Keywords: Internal communication, TV and film production, communication model, operating model

## Sisällys

1	Johdanto	6
2	Sisäinen viestintä	8
2.1	Sisäisen viestinnän tehtävät ja haasteet	9
2.2	Viestintäkanavat	11
2.3	Viestinnän ongelmakohtia	15
3	Yellow Film & TV	16
4	Miten tv- ja elokuvatuotantojen sisäisestä viestinnästä saadaan mahdollisimman tehokasta?	17
5	Kehittämistyön menetelmät	17
5.1	Kehittämisprosessi	18
5.2	Tapaustutkimus	19
5.3	Aineiston hankinta	21
5.4	Aineiston analyysi	22
5.5	Oma roolini	22
6	Tulokset	23
6.1	Haastattelu	24
6.1.1	Hyvät ja toimivat viestintäkanavat	24
6.1.2	Tapauksien viestintämallit	26
6.1.3	Tapauksen eroavaisuuksia ja yhteneväisyyksiä	28
6.2	Havainnointi	30
6.3	Aivoriihi	32
6.4	Yhteenvedo	34
7	Kehittämissuositukset	36
8	Pohdinta ja arviointi	38
	Lähteet	41
	Liitteet	44
	Haastattelurunko	44

Havainnointikaavio	45
Aivoriihen runko ja teemat	48

# 1 Johdanto

Idea opinnäytetyöhöni syntyi työharjoittelussani, jonka tein Yellow Film & TV:lle. Toimin tuotantoharjoittelijana Roba-sarjan 5. tuotantokauden kuvauksissa. Keskustelin Roban tuottajan, Minna Virkajärven, kanssa tv- ja elokuva-alan sisäisestä viestinnästä ja huomasimme siellä olevan kehittämisen varaa. Virkajärvelle ajatus oli syntynyt Peruna-elokuvan kuvauksissa, joissa sisäisen viestinnän tiedonjakomalli oli erilainen kuin kotimaisissa tuotannoissa oli totuttu käyttämään.

Tiesin heti, että tästä aiheesta haluan tehdä opinnäytetyöni, sillä aihe on todella mielenkiintoinen. Suomeen tulee koko ajan enemmän kansainvälisiä tuotantoja ja niille suomalaisen elokuvatuotannon sisäinen tiedonjakomalli on erilainen kuin useimmiten kansainvälisissä tuotannoissa (Virkajärvi 2021). Toimintamallin muuttaminen vaatii aikaa, mutta koen sen olevan tarpeellista, sillä mitä suurempi tuotanto on, sitä selkeämpää sisäisen viestinnän ja tiedonjaon tulee olla. Tällä hetkellä Suomessa käytetty viestintämalli on haavoittuvainen (Virkajärvi 2021). Jos saadaan aikaiseksi toimiva viestintämalli, joka toimii niin suurissa kuin pienissäkin tuotannoissa, selkeyttää se työryhmää sekä luo hyvän pohjan suurten kansainvälisten ja kotimaisten projektien toteuttamiseen. Viestintämallia varten tarkastellaan kansainvälisiä toimivia toimintamalleja, jotta kehitysehdotuksista saadaan selkeä malli sekä kotimaiselle että kansainväliselle työryhmälle.

Viestinnän ongelmakohtia ja hyviä puolia tarkastellaan tuottajan näkökulmasta. Tulee muistaa, ettei opinnäytetyössäni ole tarkasteltu viestintää muiden työryhmien osalta.

Aluksi en ollut aivan varma, miten lähden aihetta lähestymään, sillä viestintä on laaja kokonaisuus ja se helposti rinnastuu johtajuuteen. Rajasin tutkimusalueen sisäiseen viestintään, joten jätän johtajuuteen viittaavat sisällöt kokonaan pois. Virkajärvi auttoi tutkittavien tapauksen valinnassa, sillä se on tärkeä osuus työn

sisällöstä. Tapausten tulee olla tarpeeksi erilaisia, mutta samantyyllisiä, jotta niissä olevia yhteneväisyyksiä ja eroavaisuuksia voidaan verrata keskenään. Työssä perehtymään Roban, Perunan ja Supercoolin sisäiseen viestintään. Roba on kotimainen rikosdraamasarja, Peruna on historiallinen komediaelokuva ja Supercool toimintaelokuva. Kipinän saatuaani tiesin haluavani keskittyä sisäisen viestinnän eri toimintamalleihin sekä saada haastattelujen kautta näkemystä siitä, millaisia erilaisia viestintätapoja on. Haluan oppia itsekin tärkeäksi kokemastani aiheesta lisää.

Opinnäytetyöni on tapaustutkimus, jossa pyritään selvittämään erityyppisiä tuotantoja vertaamalla, miten elokuva- ja tv-tuotantojen sisäistä viestintää voidaan tehostaa. Aihe on tärkeä, sillä ilman sisäistä viestintää informaatio tuotannoissa ei kulje. Esimerkiksi tuotanto-osasto ja kuvausryhmä työskentelevät monesti eri paikoissa, minkä takia kuvauspaikalla keskusteltu tieto ei välttämättä tavoita tuotanto-osastoa tarpeeksi nopeasti. Opinnäytetyössäni pyrin selvittämään, mitkä ovat sisäisen viestinnän kompastuskivet ja miten siitä saadaan mahdollisimman tehokasta, jotta kaikkien työ sujuisi paremmin.

Aineistonkeruumenetelminä käytän haastattelua, jossa molemmat haastateltavat ovat tuottajia Yellow Film & TV:llä. Heillä on kokemusta niin kotimaisten kuin kansainvälisten tuotantojen toimintamalleista. Heidän näkemyksensä tarjoaa todella tärkeää materiaalia opinnäytetyöhöni. Haastattelun lisäksi aineistonhankintamenetelmänä käytän havainnointia, jonka toteuttamiseen luon tarkan suunnitelman. Havainnoinnin kautta tarkastelen Roban työryhmän sisäistä viestintää muutaman viikon ajan. Tämän lisäksi käytän aivorihtä, johon osallistuu aiemmin haastattelussa mukana ollut henkilö. Esittelen hänelle tutkimuksen tulokset, minkä jälkeen yhdessä pohdimme kehitysehdotuksia.

Opinnäytetyöni alkaa teoreettisella viitekehyksellä, jonka avulla lukija pääsee tutustumaan työhön kokonaisuutena. Tämän jälkeen kerron yhteistyötahosta, Yellow Film & TV:stä, jonka jälkeen perehdytään opinnäytetyöni

pääkysymykseen ja alakysymyksiin. Tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmät selviävät seuraavassa osiossa ja siinä perehdytään kehittämisprosessiin, aineiston hankintaan ja sen analysoimiseen. Seuraavaksi pureudutaan tutkimuksessa saatuihin tuloksiin ja sen jälkeen kehittämisehdotuksiin. Työn lopussa käyn läpi johtopäätöksiä ja päätuloksia.

TV- ja elokuvatuotantojen tuottaminen on kasvussa Suomessa. Alalta avautuu työpaikkoja myös kulttuurituottajille. Työni merkitys kulttuurituotannon kentälle on tärkeä, sillä sisäistä viestintää on aina mahdollista kehittää ja kehittämisehdotuksista on hyötyä tulevaisuuden tuottajille.

## **2 Sisäinen viestintä**

Sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan kaikkea vuorovaikutusta sekä tiedonkulkua, joka tapahtuu yhteisön jäsenten tai ryhmien tai organisaation välillä. Se voi olla joko virallista tai epävirallista. Yksinkertaisesti sisäisessä viestinnässä on kyse ihmisten välisestä vuorovaikutuksesta. (Piha 2014, 3–4, 59.)

Sisäinen viestintä on tiedonkulkua työryhmän sisällä sekä yrityksen tai yhteisön johdon viestintää muille yksikön tiimeille (Kekäläinen 2016). Ihmiset organisaatiossa vaikuttavat sisäiseen viestintään omalla persoonallisuudellaan sekä taidoillaan. Työryhmän jäsenet voivat viestinnällään vaikuttaa esimerkiksi ympäristöön ja ilmapiiriin. Se, miten henkilö puhuu ja keskustelee, on opittua. Tähän voi kuitenkin vaikuttaa seuraamalla omaa toimintaansa sekä arvioimalla sitä. (Puro 2003, 13–15.)

Viestinnällä voidaan tavoitella tehokkuutta, jonka takia on erityisen tärkeää sen onnistumisen kannalta tietää, millaisia työyhteisön jäsenet ovat viestintätaidoiltaan. Henkilöstön on osattava käyttää viestintäkanavia, kirjoittaa selkeästi ja ymmärrettävä heille lähetetty viesti, jotta viestintä on mahdollisimman tehokasta. (Puro 2004, 111.)



Sisäinen viestintä perustuu kuuntelemiseen ja puhumiseen. Jälkimmäinen nousee esille vielä voimakkaammin, sillä se on tekijä, jonka kautta tullaan tietoiseksi viestinnän merkityksestä. Jotta työyhteisössä pystyy puhumaan mielekkäästi, tulee kuunnella, millaista puhetta ympäristömme edellyttää. Viestinnän ensimmäisenä kulmakivenä tulisi pitää kuuntelemista. Puhuja määrittää sen, millaiseksi ilmapiiri muodostuu. Kuuntelija pystyy tarkastelemaan tarkemmin, mitä ympärillä tapahtuu: Millaiseen sävyyn ihmiset puhuvat ja miten muut työryhmän jäsenet tähän reagoivat. Kuuntelu ohjaa organisaatiokäyttäytymistä: mitä viestimme puhuessa ja miten reagoimme ympärillä olevan ryhmän keskusteluun. (Puro 2003, 17–19.)

Kun sisäinen viestintä onnistuu, se sitouttaa, motivoi ja tuo ihmisistä parhaat taidot esille. Toimiva sisäinen viestintä tukee organisaation kasvua ja vahvistaa mielikuvaa. Kun työntekijä tietää olevansa tietoinen ympärillä tapahtuvista asioista, hän voi keskittyä ydintehtäväänsä paremmin ja tehokkaammin. Sisäistä viestintää voi parantaa askel askeleelta. (Kekäläinen 2016.)

## 2.1 Sisäisen viestinnän tehtävät ja haasteet

Hyvä sisäinen viestintä on rehellistä, nopeaa, helposti ymmärrettävää ja avointa. Tavoitteena on, että jokainen organisaation jäsen ymmärtää missä mennään ja tietää organisaation mahdollisista tulevista muutoksista. Kun työntekijät ovat tyytyväisiä organisaationsa sisäiseen viestintään, he ovat sitoutuneempia ja kokevat työnsä positiivisemmin. (Piha 2014, 5 & 11.)

Tärkeitä sisäisen viestinnän tehtäviä ovat organisaation muutoksista viestiminen, palautteen antaminen ja vastaanottaminen, työtehtäviin liittyvän tiedon välittäminen, sisäisen kulttuurin rakentaminen ja vahvistaminen sekä organisaation mission, toiminta-ajatuksen ja arvojen jalkauttaminen. Nämä luovat pitkälti pohjan koko organisaation toiminnalle. Sisäisellä viestinnällä tulee luoda työntekijöille vastuullinen ja tärkeä suhde organisaation asioihin. Kun työntekijät tietävät oman tehtävänsä ja ymmärtävät kokonaisuuden, he ovat motivoituneita ja sitoutuneempia. Tämän takia organisaation haluamat tulokset

ovat yleensä parempia. Tämä vaikuttaa positiivisella tavalla myös työntekijöiden pysyvyyteen, sillä heillä ei ole halua vaihtaa työpaikkaa. (Piha 2014, 12–16.)

Onnistunut sisäinen viestintä ei kuitenkaan ole niin helppoa, miltä se kuulostaa. Edellytys onnistumiseen on se, että viesti kulkee tasapuolisesti kaikille työntekijöille saman aikaisesti. Tieto ei liiku itsestään organisaation sisällä ja informaation määrä voi olla suuri. Olennaisen tiedon saaminen ja sisäistäminen on iso haaste. Organisaation sisällä on oltava tieto siitä, mitä kanavia käytetään mihinkin ja varmistettava, että kaikilla työntekijöille on pääsy valittuihin kanaviin. Esimerkiksi sähköposti toimii palaverista tiedottamiseen, mutta henkilökohtaisista asioista on hyvä puhua kasvotusten. (Piha 2014, 25–27.)

Muutostilanteissa testataan organisaation sisäitä viestintää. On tärkeää, että työntekijät tietävät missä mennään mm. organisaatiomuutoksissa sekä lomautuksia koskevissa asioissa. Kun asioista viestitään avoimesti ja ajoissa, auttaa se sopeutumaan muutokseen. Sisäisessä viestinnässä tieto ei lisää tuskaa, vaan päinvastoin lopettaa turhat huhut. (Piha 2014, 40–46.)

Organisaation on tehtävä töitä sen eteen, että työntekijöillä sekä johdolla on avoin ilmapiiri keskustelua varten. On luotava puitteet, joissa dialogeja voidaan käydä. Tämä vaatii kaikkien yhteisön jäsenten työtä, sitoutumista sekä osallisuutta. Tärkeää on, että johto näyttää mallia. (Piha 2014, 61–63.)

Sisäisellä viestinnällä varmistetaan, että jokaisella työntekijällä on oman työnsä tekemiseen tarvittava tieto ja että tieto on helposti löydettävissä. Sisäisen viestinnän tavoite on ylläpitää ja luoda avointa vuorovaikutusta ja kannustaa oman työnsä ja työyhteisön kehittämiseen. Avoimuuteen kuuluu, että viestit pääsevät kulkemaan ilman esteitä johdolta alaisille sekä alaisilta johdolle ja eri toimipisteiden, yksiköiden, työryhmien ja henkilöiden kesken. Vuorovaikutusta tapahtuu palaverissa, sähköpostissa, tapahtumissa, juhlissa, lounas-, kahvipöytä- ja käytäväkeskusteluissa. Näissä tilanteissa henkilöt voivat saada virikkeitä toisiltaan, joiden pohjalta voidaan keksiä luovia ratkaisuja ongelmiin. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 106–107.)

## 2.2 Viestintäkanavat

Tiedottamisen kanavat ja esitystapa valitaan tiedotettavan asian kiireellisyyden, sisällön ja kohderyhmän mukaan. Kohteena voi olla työryhmä, yksi henkilö, koko yritys tai osasto. Yrityksellä tai taholla on oltava keinot kolmeen eri viestimutoon: 1) nopeaan, tosiaikaiseen ja asian ytimen kertovaan viestintään 2) nopeaan, ajankohtaisista asioista hieman tarkemmin kertovaan viestintään 3) syvällisempään, asioiden ja tapahtumien taustoista kertovaan viestintään. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 109.)

Pihan (2014, 6) luomassa kuviossa sisäinen viestintä on jaettu kolmeen eri kanavaan, joista jokainen sisältää erilaisia viestintävälineitä.



Kuvio 1. Sisäisen viestinnän kanavia (Piha 2014).

### Suullinen viestintä

Kasvokkain käytävää viestintää pidetään sisäisen viestinnän tärkeimpänä kanavana. Tällöin kommunikaatioon vaikuttavat sanojen lisäksi myös eleet, katseet ja kehon kieli. (Piha 2014, 8–9.)

Kun asioista keskustellaan kasvotusten, voidaan heti todeta, onko asia ymmärretty oikein vai onko tarkentaville kysymyksille tarvetta. Suullisessa viestinnässä tärkeässä roolissa on sanaton viestintä, joka voidaan jakaa neljään eri viestintätyyppiin. **Esittämisiestintään** kuuluvat ilmeet, eleet, ääni ja asennot, jotka voivat olla tahattomia tai vaikeasti hallittavia. Nämä tekijät vaikuttavat puhujan uskottavuuteen. Kun henkilö puhuu itsevarmasti, uskotaan hänen sanomansa helpommin, vaikka sisältö olisi valheellista.

**Viestinviestintään** lukeutuvat kuvat, taulukot ja taide-esineet. **Välineviestintää** ovat vaatteet, rakennelmat ja esineet. Esimerkiksi huoliteltu pukeutuminen vakuuttaa vastaanottajan ja kertoo arvostuksesta. **Ajan ja paikan viestinnästä** kertovat täsmällisyys ja etäisyys puhekumppanista. Paikalle ajoissa saapuminen viestii keskustelun toiselle osapuolelle arvostusta ja asian tärkeänä pitämistä. (Wiio 1994, 106.)

**Esimestä** pidetään tärkeimpänä tiedonlähteenä. Alaiset odottavat saavansa lähes kaikissa tilanteissa tiedon häneltä. Tiedottajan tulee viestiä koko työyhteisöä koskevaa tietoa samassa muodossa koko henkilöstölle. Esimies suhteuttaa ja räätälöi tiedon omalle osastolleen sopivaksi ja kertoo osastoa koskevat tiedot. **Kokoukset** ovat tehokas viestinnän kanava, jos niitä järjestetään säännöllisesti. Niissä käydään yleensä läpi ajankohtaisia, päivittäiseen työhön liittyviä asioita, joten kokouksia suositellaan järjestettävän esimerkiksi kerran viikossa. Säännöllisyys ehkäisee puskaradiotoimintaa, koska tietovajetta ei ehdi syntyä. Etuna kokouksissa on, että keskustelut käydään yleensä kasvotusten, jonka vuoksi viesti välittyy myös sanattomasti. Palaute annetaan heti ja epäselvyydet voidaan selvittää välittömästi. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 110.)

## Sähköinen viestintä

Teknologia on kehittynyt nopeaa vauhtia ja tämä muutos on vaikuttanut myös sisäiseen viestintään. Uudet sosiaaliset työkalut, pilvipalvelut ja päälaitteet ovat tehostaneet tiedon jakamista, mutta samalla myös luoneet upouusia tapoja tuntea yhteenkuuluvuutta. (Piha 2014, 7.)

Sähköinen viestintä on tehnyt viestinnästä reaaliaikaista ja mahdollistaa vieläkin avoimempaan ja jatkuvaan tiedottamiseen. Sisäisessä viestinnässä sähköisellä viestinnällä tarkoitetaan esimerkiksi sähköpostia ja intranetiä. Näiden ansiosta yhä useammat työntekijät voivat olla tiedon tuottajia sekä välittäjiä.

Viestintätaitoja tarvitsee jokainen, sillä useimmat organisaation jäsenet ovat tiedontuottajia ja -välittäjiä. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 103.) Sähköpostin ja intranetin lisäksi kännyköillä viestiminen on kasvanut, minkä takia henkilöt pystyvät tavoittamaan toisensa nopeammin äkillisissä tiedotusasioissa (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 227). Yli-Korhonen (Puhelinvertailu 2020) kirjoittaa, että puhelinten suosio on ymmärrettävää. Niiden kautta onnistuu niin tiedonhaku, työnteko ja asioiden hoitaminen, kuten valokuvaus.

**Sähköposti** on suosittu ja tehokas sähköisen viestinnän väline, jolla pystyy lähettämään niin tiedostoja kuin viestejä useille vastaanottajille. Tätä käytetään organisaation sisäisessä sekä ulkoisessa viestinnässä. Organisaatiot käyttävät sähköpostia päivittäin. Se voi olla jopa tärkein väline tiedon kulkua ajatellen. (Poutanen 2011.) Suuri osa operatiivisista, työtehtäviä koskevista tiedoista ja ohjeista kulkee työkaverilta työkaverille sähköpostitse. Tiedote voi olla joko sähköpostiteksti tai liitetiedosto. Sähköpostitse lähetettävän tiedoston tulee olla helppolukuinen ja siinä tulee olla pääasian kertova otsikko. Informaatiotulvan takia vastaanottaja saattaa otsikon perusteella päättää avaako viestin heti vai myöhemmin. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 112–113.) Sähköpostin huonoja puolia ovat, että tärkeitä viestejä voi hukkua turhien viestien alle ja se on kuormittava. On hyvä miettiä, kannattaako tärkeä asia varmistaa puhelimitse tai

henkilökohtaisesti kysyä viestin vastaanottajalta tiedon saamisesta. (Poutanen 2011.)

Yrityksen sisäinen tietoverkko on **intranet**. Se tarjoaa tiedon kaikille työntekijöille samanaikaisesti ja samanlaisena. Sähköisessä muodossa oleva tieto on helposti ja nopeasti päivitettävissä. Intranetissä tulee luokitella ja jäsentää tiedot selkeästi, sillä päivittäin muuttuvat, kaikille tärkeät uutiset ja tiedotteet, tulee erottaa tärkeistä pysyvistä tiedoista. Esimerkiksi yrityksen organisaatorakenne, yrityksen arvot, sisäinen puhelinluettelo ja koulutusmateriaalit on hyvä pitää erillään, jotta henkilöt löytävät ne helposti tarvittaessa. Tärkeä ominaisuus intranetissä on myös vuorovaikutus, sillä siellä voi käydä online-keskusteluja esimerkiksi toimitusjohtajan kanssa. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 113.)

Ilman **puhelinta** on vaikea kuvitella suomalaista tietoyhteiskuntaa. Matkapuhelin edistää samantahtisuutta ja samanpaikkaisuutta ihmisten välisissä vuorovaikutussuhteissa. (Taipale 2008, 20 & 22.) Puhelimen ansiosta tavoitettavuus paranee, sosiaalisia suhteita on helpompi ylläpitää sekä tiedottaminen on reaaliaikaista (Mikkola 2014).

Tilastokeskuksen tekemän tutkimuksen (2018) mukaan ihmiset käyttävät internetiä yhä useammin matkapuhelimella. 16–89-vuotiaista suomalaisista lähes 90 prosenttia käyttää internetiä puhelimella. Internetiä käytetään esimerkiksi viestintään, asioiden hoitamiseen ja tiedonhakuun.

**Radiopuhelimia** voi hyödyntää monessa tilanteessa. Kokemukseni mukaan niiden käyttö on useassa tapauksessa ketterämpää ja järkevämpää kuin tavallisten puhelinten käyttö. Myös Virkajärven (2021) haastattelu vahvistaa, että radiopuhelimet ovat jatkuvassa käytössä tv- ja elokuvatuotantojen kuvauksissa.

Verkkoon on muodostunut uusi toimintaympäristö, johon lukeutuvat esimerkiksi Teams, Zoom ja Slack. **Microsoft Teams** on alusta, jossa voi koota tiimin yhteen, käydä keskusteluja sähköpostin sijaan, muokata tiedostoja sekä soittaa

videopuheluita (Support Microsoft n.d). **Zoom** on verkkokokoustyökalu, jossa voi olla parhaimmillaan paikalla 100 osallistujaa (Pedagogiikka netissä n.d). **Slack** puolestaan on keskustelu- ja yhteistyösovellus, joka on Zoomin ja Teamsin lisäksi laajassa käytössä työelämässä (Digivoimaa n.d).

Nämä kaikki tiimiyhteistyötyökalut ovat suuressa roolissa työmaailmassa kirjoitushetkellä. Koronapandemia on saanut monet toimistot siirtymään etätöihin, jonka takia myös etäkokouksista on tullut arkipäivää. (Laaksoharju 2020.) Tiimiyhteistyötyökalujen avulla organisaation työntekijät pystyvät tekemään töitä ja kommunikoida lähes normaalilla tavalla olematta työpaikalla. Videotapaamisten suunnittelu on helppoa ja henkilöt pystyvät reaaliajassa keskustelemaan työasioista tiimin tai yksilön kanssa viestikentässä. (Mio 2021.)

### **Painettu viestintä**

Painettua viestintää näkee yhä harvemmin organisaatioissa, sillä sähköinen viestintä on yleistynyt. Painettua viestintää ovat esimerkiksi ilmoitustaululle printatut tiedotteet tai työvuorolistat. Nykyään ilmoitustauluilla nähdään enemmän pysyviä ohjeita, kuten toimintaohjeet hälytystilanteita varten. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 113.)

## 2.3 Viestinnän ongelmakohtia

Viestinnässä on paljon mahdollisuuksia epäonnistua ja siinä on aina häiriötekijöitä. Wiio (1994, 214–222) jaottelee viestinnän häiriötoiminnot neljään eri muotoon: vääristymä, kato, esteet ja kohina. Viestintäjärjestelmissä on aina ollut häiriötoimintaa, jotka muuttavat tavoitetta. Yleensä häiriöt ovat selvästi havaittavissa. **Esteellä** tarkoitetaan sitä, ettei sanoma mene lainkaan perille. Voi olla, ettei viestin lähettäjä osannut käyttää viestintävälinettä tai viestin saapumisessa kesti niin kauan, ettei sillä ole enää väliä perille saavuttua. **Kato** tarkoittaa viestin sanoman häviämistä, kun se on toimitettu perille. Esimerkiksi kirje voi hukkua ennen kuin vastaanottaja on ehtinyt lukea sitä. **Kohinalla** tarkoitetaan häiritsevää informaatiota, joka sekoittuu sanomaan. Jos vastaanottajan ajatukset harhailevat muissa asioissa, on mahdollista, että

viestin sanoma menee ohi kohinan takia. Neljäs tyyppi on **vääristymä**. Tällä tarkoitetaan sanoman väärin tulkitsemista. Vastaanottaja on tulkinnut viestin eri tavalla kuin lähettäjä on sen tarkoittanut.

Linda Stradlingin (2010, 3) mukaan kaikki tieto tulee tallentaa. Ihan senkin varalta, että esimerkiksi tuottaja sairastuu ja muun työryhmän on päästävä käsiksi tarvittavaan materiaaliin. Tulee varmistaa, että tärkeät tiedot ovat tallessa kovalevyllä tai edes paperilla, jotta sähköisten välineiden kaatuminen ei aiheuta liian suurta haittaa. Tietojen tallentaminen auttaa myös siihen, ettei henkilön muisti ylikuormitu ja näin ollen unohda tärkeitä asioita. Muistiinpanoja on hyvä kirjoittaa niin puhelinkeskusteluista kuin muistakin tilanteista, joissa käydään tuotantoon liittyviä keskusteluja. Selkeästi tallennetut tiedostot helpottavat muuta työryhmää löytämään tarvittavat aineistot. Tämä nopeuttaa työntekoa.

### 3 Yellow Film & TV

Kehittämistyö tehdään yhteistyössä suomalaisen televisio- ja elokuvatuotantoyhtiö Yellow Film & TV:n kanssa. Yritys on erikoistunut urheiluun, draamaan, komediaan, viihteeseen sekä elokuvaan. Yellow Film & TV on voittanut lukuisia alan palkintoja sekä yritys on taloudellisesti kasvanut joka vuosi perustamisen jälkeen. (Yellow Film & TV n.d.)

Yritys on perustettu vuonna 2008 ja sen toimiala on elokuvien sekä televisio-ohjelmien tuottaminen. Yellow Film & TV:n toimitusjohtajana sekä vastaavana tuottajana työskentelee Olli Haikka, operatiivisena johtajana Tomi Paajanen ja talousjohtajana Jorma Reinilä. Puheenjohtajana toimii Peter Barkman. (Fonecta Finder n.d.)

Tv- ja elokuvatuotantojen sisäisen viestinnän kehittäminen on ajankohtaista. Kesällä 2020 yritys tuotti elokuvan Peruna, joka kuvattiin Liettuassa. Tänä aikana huomattiin, kuinka erilainen sisäinen tiedonjakomalli ulkomailla oli verrattuna Suomessa tehtyihin projekteihin. (Virkajärvi 2021.) Voiko kotimaisia



sekä kansainvälisiä tiedonjakomalleja yhdistää, jotta löydettäisiin mahdollisimman tehokas sisäisen viestinnän toimintamalli?

#### **4 Miten tv- ja elokuvatuotantojen sisäisestä viestinnästä saadaan mahdollisimman tehokasta?**

Kehittämistyön päätarkoitus on selvittää, miten tv- ja elokuvatuotantojen sisäisestä viestinnästä saadaan mahdollisimman tehokasta. Työssä kartoitetaan, mitä yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia case-tapauksista selviää. Lisäksi kartoitetaan, mitä on hyvä ja tehokas sisäinen viestintä. Työn tavoitteena on luoda konkreettisia kehittämissuhteita, joilla pystytään tehostamaan tv- ja elokuvatuotantojen sisäistä viestintää.

Minkälaisia eroavaisuuksia löytyy, kun verrataan kolmen erilaisen projektin sisäistä viestintää? Miten hyväksi todettuja menetelmiä voidaan yhdistää ja millaisia uusia tehokkaita tiedonjakotapoja löydetään, kun tutkitaan kotimaisten ja kansainvälisten projektien sisäistä viestintää?

Työssä tarkastelen sisäistä viestintää ainoastaan tuottajan näkökulmasta. Tuotanto-osasto on se, joka suomalaisessa toimintamallissa viestii asioista muulle työryhmälle ja vastaa monista asioista. Koen, että tuottajilta saan kattavimman ja laajimman katsauksen tuotantojen sisäiseen viestintään. Vaikka viestintä ja johtajuus kulkevat usein käsi kädessä, käsittelen työssäni ainoastaan sisäistä viestintää. Uskon työni löytävän toimivia kehittämissuhteita pureutumalla erilaisiin viestintämalleihin.

#### **5 Kehittämistyön menetelmät**

Tutkimuksellinen kehittämissuhteitys voi saada alkunsa erilaisista lähtökohdista, kuten halusta saada aikaan muutoksia tai organisaation kehittämistarpeista. Siihen kuuluvat käytännön ongelmien ratkaisu ja uusien ideoiden, tuotteiden, palveluiden tai käytäntöjen tuottamista ja toteuttamista. Kehittämissuhteityössä on

tarkoitus löytää uusia ja parempia vaihtoehtoja sekä viedä asiat käytäntöön. (Ojala, Moilanen & Ritalahti 2014, 19.)

Kehittäminen vie aikaa ja se koostuu erilaisista vaiheista. Näitä vaiheita yhdessä kutsutaan prosessiksi. Kun edetään prosessin mukaisesti, toimitaan järjestelmällisesti ja otetaan huomioon asiat, joita eri vaiheissa tulee muistaa. (Ojala, Moilanen & Ritalahti 2014, 22.)

## 5.1 Kehittämisprosessi

Aikataulussa pysymisen vuoksi on hyvä suunnitella kehittämisprosessi valmiiksi. Kaikki lähtee liikkeelle kehittämiskohteen tunnistamisesta ja siihen liittyvien tekijöiden ymmärtämisestä. Tavoitteet tulee asettaa, jonka jälkeen voi miettiä, millä keinoilla ne saavutetaan. Esimerkiksi halutaan saada aikaan muutos, joka kehittää ja uudistaa prosessia. Seuraavaksi siirrytään tiedon hankintaan ja perehdytään kirjalliseen aineistoon. Koottu tieto käsitellään niin, että se antaa merkityksen kehittämishankkeessa. (Ojala, Moilanen & Ritalahti 2014, 22–24.)

Kehittämistyössä on tärkeää tutustua kirjalliseen aineistoon, josta saa teoriapohjaa tutkittavaan tapaukseen. Tärkeitä asioita kirjallisuuteen perehtymisessä ovat menetelmät ja taustat. Näissä on voitu käsitellä samankaltaisia ongelmia, joita omassa kehittämistehtävässä on havaittavissa. (Ojala, Moilanen & Ritalahti 2014, 54.)

Kohteena olevan organisaation ja toimintaympäristön taustatiedoista voidaan määritellä tarkemmat kehittämistehtävät ja rajata kehittämisen kohde. Kun tämä on tehty, on mahdollista kuvata kehittämistyöhön liittyvät prosessit ja voidaan suunnitella oma lähestymistapa ja menetelmät. Lähestymistavalla tarkoitetaan laajempaa näkökulmaa, josta kehitettävää ilmiötä lähestytään ja jossa voidaan käyttää erilaisia menetelmällisiä ratkaisuja. (Ojala, Moilanen & Ritalahti 2014, 25.)

Kehittämiskohdetta voi lähestyä monella tapaa. Onkin tärkeää pohtia, minkälaisen lähestymistavan mukaisesti kehittämistyötä lähdetään työstämään. Kannattaa pohtia tarkkaan, minkä tavan valitsee, jotta tutkimuksellisuus saadaan kehittämistyöhön mukaan. (Ojala, Moilanen & Ritalahti 2014, 51–52.)

Kehittämistyön tavoitteena on löytää toimivia uusia ratkaisuja, joten kannattaa jättää aikaa ja resursseja prosessin loppupuolelle. Prosessiin tulee sisällyttää rutkasti muutosten toteuttamiseen liittyvää toimintaa. Tulosten jakaminen kirjallisena on tärkeä osa tutkimuksellista kehittämistyötä. Pitää pystyä raportoimaan prosessin etenemisestä osallisille koko sen keston ajan. Lopuksi tulee arvioida kehittämistyö. (Ojala, Moilanen & Ritalahti 2014, 25–26.)

## 5.2 Tapaustutkimus

Tutkimukseni on tapaustutkimus eli *case study*, joka soveltuu hyvin kehittämistyön lähestymistavaksi, kun tarkoituksena on tuottaa kehittämisehdotuksia ja -ideoita. Tapaustutkimus tuottaa tietoa nykyajassa tapahtuvasta ilmiöstä sen todellisessa toimintaympäristössä ja tilanteessa. Se pyrkii tuottamaan syvällistä ja yksityiskohtaista tietoa tutkittavasta tapauksesta. Tapaustutkimuksen avulla voi ymmärtää yritystä tai muuta kehittämiskohdetta kokonaisvaltaisesti hyvinkin realistisessa toimintaympäristössä. Se mahdollistaa tilan antamisen ilmiön monimuotoisuudelle yrittämättä yksinkertaistaa sitä liikaa. Tapaustutkimukselle oleellista on, että tutkittava kohde ymmärretään tietyinä kokonaisuutena, tapauksena. (Ojala, Moilanen & Ritalahti 2014, 52–53.)

Tapaustutkimus etenee yleensä kuviossa 2 havainnollistetulla tavalla. Ensiksi mietitään alustava kehittämistehtävä tai -ongelma, jonka jälkeen siirrytään perehtymään ilmiöön käytännössä ja teoriassa. Samalla täsmennetään kehittämistehtävä. Tämän jälkeen siirrytään empiirisen aineiston keruun ja analysoidaan eri menetelmiä hyödyntäen. Lopuksi kerrotaan kehitysehdotukset tai -mallit. (Ojala, Moilanen & Ritalahti 2014, 54.)



Kuvio 2. Tapaustutkimuksen vaiheet (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014).

Tyypillistä tapaustutkimuksissa on, että monenlaisia menetelmiä käyttämällä saadaan syvälinen, kokonaisvaltainen ja monipuolinen kuva tutkittavasta tapauksesta. Aineistoa voidaan kerätä niin laadullisin kuin määrällisin menetelmin ja näitä voi yhdistää keskenään. Haastattelut ja havainnointi ovat yleisiä tiedonkeruumenetelmiä tapaustutkimuksessa, koska tutkimuksen tyyliin liittyy yleensä ihmisen toiminnan tutkiminen eri tilanteissa. Tämän ansiosta kehitettävän ilmiön asiantuntijat voivat itse selittää ja kuvata ilmiötä sekä selvittää tilanteeseen johtavia syitä, joiden todenperäisyyttä voi tutkia muilla menetelmillä, kuten havainnoimalla oikeita tilanteita. Tapaustutkimuksessa voi myös hyödyntää menetelmänä aivoriihiyöskentelyä. (Ojala, Moilanen & Ritalahti 2014, 55.)

Valitsin tapaustutkimuksen, koska sen avulla pääsee parhaiten käsiksi tutkittavaan aiheeseen ja se antaa syvän ja kokonaisvaltaisen kuvan tutkittavasta tapauksesta. Tarvitsen laajasti tämänhetkistä tietoa organisaatiosta ja sen työyhteisön toimintamalleista sekä toimintaympäristöstä. Tutkimuksen tarkoitus on tuottaa kehitysideoita, jotka on mahdollista ottaa konkreettiseen käyttöön työelämässä.

### 5.3 Aineiston hankinta

Kehittämistyössäni käytetään aineistonhankintamenetelminä haastattelua, havainnointia ja aivorihtä. Koen, että kyseisillä menetelmillä tutkimukseen saa monipuolisen, ajankohtaisen sekä tarkan aineiston.

**Haastattelu** on yksi käytetyimmistä tiedonkeruumenetelmistä kehittämistyössä. Sillä saa nopeasti kerättyä syvällistä tietoa kehittämiskohteesta. Haastattelulla on mahdollista saada uusia näkökulmia aineistoon. Kun haastattelua suunnittelee, on tärkeää pohtia, millaista tietoa tarvitaan. Tulee kiinnittää huomiota siihen, miten kysymykset on muotoiltu ja kuinka paljon haastattelutilanteessa on joustovaraa. (Ojala, Moilanen & Ritalahti 2014, 106.) Halusin, että haastattelussa on mahdollista käydä avointa keskustelua suunniteltujen kysymysten lisäksi, mikä antaa haastateltavalla enemmän tilaa kertoa aiheesta. Haastattelut äänitettiin, jonka jälkeen keskustelut litteroitiin eli kirjoitettiin auki (Ojala, Moilanen & Ritalahti 2014, 107).

Haastattelun haastava puoli on miettiä oikeat kysymykset ja varmistaa, että aineistoa saa mahdollisimman kattavasti. Tähän voi kuitenkin varautua suunnitteleamalla haastattelun huolella sekä käymällä läpi kirjallista aineistoa. Hyvä puoli haastattelussa on, että syvällistä ja konkreettista tietoa saa nopealla aikataululla ja sitä on helppo lähteä vertaamaan aiempaan aineistoon.

**Havainnointi** alkaa huolellisella suunnittelulla ennen kun voi alkaa itse havainnoimaan. Sen avulla on mahdollista saada tietoa siitä, miten ihmiset käyttäytyvät ja mitä tapahtuu luonnollisessa toimintaympäristössä. (Ojala, Moilanen & Ritalahti 2014, 114–115.) Käytän menetelmää, koska pyrin saamaan tietoa ihmisten toimintatavoista heidän työympäristössään. Haaste on pystyä tarkkailemaan tarpeeksi pitkä aika ja muistaa kirjata kaikki ylös. Hyvää havainnoinnissa on se, ettei havainnoitava työryhmä ole tietoinen havainnoinnista. Silloin he eivät muuta toimintatapojaan työympäristössä.

**Aivorihti** on luovan ongelmanratkaisun standardimenetelmä, jolla ryhmä tuottaa ideoita. Tarkoitus on vetäjän johdolla ideoida uusia lähestymistapoja sekä

ratkaisuja ongelmiin. Aivoriihikokous alkaa sillä, että asetetaan ja rajataan tavoitteet, jonka jälkeen lämmittelyvaiheessa karistetaan turhat ennakkoluulot. Tämän jälkeen ideoidaan ja valintavaiheessa tarkastellaan ideoita kriittisesti. (Ojala, Moilanen & Ritalahti 2014, 160–161.) Tässä työssä aivoriiheen osallistui aiemmin haastateltavana ollut henkilö. Esittelin hänelle opinnäytetyön alustavia tuloksia. Tämän jälkeen pohdimme kehitysehdotuksia ja uusia näkökulmia. Hyvä puoli aivoriihessä on, että parhaimmillaan sen avulla löydetään uusia ideoita ja uusia näkökulmia. Haasteena on ideoiden kehittäminen alustavista tuloksista.

## 5.4 Aineiston analyysi

**Haastattelu.** Aloitin analysoinnin lukemalla tekemäni litteroinnit läpi. Sen jälkeen jaottelin aineiston ja vertasin sitä teoriaan. Purin litteroinnin teema-alueittain, joissa tarkastelin aineistossa esiintyviä ilmiöitä tai asioita. (Ojala, Moilanen & Ritalahti 2014, 110–111.) Nostin haastatteluista esiin yhteneväisyyksiä sekä eroavaisuuksia. Tämän avulla sain tietoa siitä, mikä toimii ja mikä ei toimi.

**Havainnoinnin** analyysin ensimmäinen osa on pelkistäminen, jonka aikana havainnot yhdistetään. Tämän jälkeen tulkitsen tuloksia. Kerätty aineisto ei ole ratkaisu kehittämistehtävään. Se on materiaalia, jolle kehittymistyö perustuu. (Ojala, Moilanen & Ritalahti 2014, 119.)

**Aivoriihissä** saatuja ideoita voidaan arvioida esimerkiksi äänestämällä. Jokainen osallistuja käy merkitsemässä parhaan idean viereen plusmerkin ja idea, jonka kohdalla on eniten plusmerkkejä, on paras idea. (Ojala, Moilanen & Ritalahti 2014, 161.)

## 5.5 Oma roolini

Oma roolini aineiston keruussa oli aktiivinen. Haastatteluissa kävin kysymysrunгон lisäksi keskustelua, joka syntyi lisä- ja täydentävien kysymysten pohjalta. Koen, että liian tiukka haastattelurunko tukehduuttaa tutkimuksen

kannalta tärkeän keskustelun. En välttämättä itse osannut kysyä kaikkia olennaisia kysymyksiä kehittämistyön kannalta, joten oli tärkeää kuunnella mitä haastateltavilla oli kerrottavana. Tämän jälkeen pystyin kysymään tarkentavia kysymyksiä.

Havainnoinnissa kerään aineiston seuraamalla yhtä case-tapausta. Aivoriihi on yhteistyötä, jossa tutkijalta ja osallistujilta vaaditaan keskittymiskykyä.

Tulokset ovat osittain yleismaailmallisesti päteviä, jos haastatteluista löytyy selkeitä yhteneväisyyksiä teorian kanssa. Muuten kehittämistyö on pitkälti yksittäisen tapauksen kehittämisprosessia.

## 6 Tulokset

Opinnäytetyössäni käsittelin kolmea tuotantoa, joita vertailin keskenään. Näistä sain tietoa haastatteluiden, havainnoinnin sekä aivoriihen kautta. Jokaisessa tuotannossa oli erilainen sisäisen viestinnän toimintamalli. Ensimmäinen tutkittava tapaus on **Roba**, jossa olin tuotantoharjoittelijana. Roba on kotimainen rikosdraamasarja, josta on kuvattu viisi tuotantokautta. Työryhmässä on monia työryhmäläisiä, jotka ovat olleet aiemmilla tuotantokausilla mukana. Heille tuotannon toimintamalli on näin ollen tuttu. Toinen tapaus on **Peruna**, joka on historiallinen komedia. Elokuva on kuvattu Liettuassa ja sen työryhmässä oli kahdeksan suomalaista ja loput työryhmästä olivat liettualaisia. Työryhmään kuului noin 70 henkilöä. Jo näissä kahdessa tuotannossa pystyi huomaamaan eroja sisäisessä viestinnässä ja tiedonjaossa. Perunassa 1. apulaisohjaaja oli suuressa roolissa tiedon jakamisessa, kun taas Robassa tieto tuli useammalta eri henkilöltä. Apulaisohjaajan työtehtäviin kuuluu tietää koko ajan, mitä kuvaustilanteessa tapahtuu ja hänen tulee varmistaa, että kaikki tarvittavat elementit ovat kuvauspaikalla ajoissa. Minna Virkajärvi toimi Robassa tuottajana ja Perunassa linjatuottajana. (Virkajärvi 2021.)

Kolmas tapaus on **Supercool**, jonka apulaistuottajana toimi Pietari Vappula. Supercool on toimintakomedia, joka on kuvattu Yhdysvalloissa, Alabamassa.

Paikan päällä Alabamassa elokuvan työryhmä koostui lähes tulkoon kokonaan paikallisista, lukuun ottamatta suomalaista tuottajaa, apulaistuottajaa ja ohjaajaa. (Vappula 2021.)

Seuraavaksi tulen esittelen tuloksia tutkittavista tapauksista, joita sain eri aineistonhankintamenetelmiä käyttäen.

## 6.1 Haastattelu

Yksilöhaastatteluihin osallistuivat Virkajärvi ja Vappula. Heillä oli molemmilla yhtenäinen näkemys siitä, että hyvä sisäinen viestintä on selkeää ja johdonmukaista. On tärkeää tietää, kuka viestii ja kenen kautta. Vappula (2021) kommentoi, että hyvin käytettynä viestintä voi olla erinomainen työkalu toiminnan sujuvoittamiseen.

### 6.1.1 Hyvät ja toimivat viestintäkanavat

#### **Sähköinen viestintä**

Tärkein ja toimivin viestintäkanava kaikissa tuotannoissa oli sähköposti. Sen ääreen pääsee jokainen työntekijä ja ilman sitä on paljon asioita muistettavana, kuten Stradling luvussa 2 mainitsee (2010, 3). Sähköpostissa olevat asiat ovat tallessa ja niihin on mahdollista palata jälkikäteen, jonka ansiosta väärinymmärrykset vähenevät, sillä sovitut asiat on mahdollista tarkistaa jälkikäteen.

Toinen tärkeä viestintäkanava oli puhelimella soitettavat puhelut. Virkajärvi (2021) kertoi, että puheluiden jälkeen hän lähettää vielä sähköpostin sovitusta asioista. Sen jälkeen kaikille osapuolille jää selkeä käsitys siitä, mitä puhelussa keskusteltiin. Kokemukseni mukaan puhelimella on mahdollista tavoittaa nopeasti henkilöitä ja asiat saadaan nopeasti selvitettyä. Aina kaikissa tilanteissa ei ole aikaa odottaa vastauksia sähköpostitse.



WhatsApp on puhelimeen ladattava mobiilisovellus, jossa voi luoda ryhmiä, lähettää ryhmälle viestejä ja soittaa puheluita (WhatsApp n.d). Kyseinen sovellus todettiin haastatteluissa sekä hyväksi että huonoksi viestintäkanavaksi. Sen hyvät puolet ovat, että tietylle ryhmälle voi nopeasti lähettää viestejä esimerkiksi ruokapaikan osoitteen tai viestin, jossa ilmoitetaan sähköpostissa olevasta tärkeästä viestistä. Sovellus sopii nopeaan sisäiseen viestintään ja sellaiselle tiedolle, johon ei tarvitse palata. Huono puoli on se, että ryhmän sisällä usein keskustellaan kaikkea muutakin kuin olennaisia asioita, minkä takia tärkeät viestit voivat hukkua muun tiedot alle. Virkajärvi (2021) kertoo, ettei Perunassa ollut WhatsAppille tarvetta, mutta Robassa sen käyttö oli hyvä lisä sisäiseen viestintään. Siellä käydyt keskustelut eivät esimerkiksi häirinneet kuvauksia, kuten radiopuhelin olisi joissain tilanteissa saattanut. Lisäksi sieltä viestien lukeminen on nopeampaa kuin sähköpostin. Vappulan (2021) mukaan Supercoolissa ainoastaan 1. apulaisohjaajan ja 2. apulaisohjaajan välillä oli käytössä WhatsApp, sillä heidän tuli tavoittaa toisensa nopeasti ja olla samassa aikataulussa eri paikoissa.

Koontina haastatteluista voidaan pitää, että nopeaa tietoa, johon ei tarvitse palata, voidaan lähettää WhatsAppin kautta. Kaikki asiat, joihin pitää palata jälkikäteen, on hyvä lähettää sähköpostilla.

### **Suullinen viestintä**

Sisäistä viestintää käydään paljon puhumalla kasvokkain. Se onkin sisäisen viestinnän yksi tärkein kanava, sillä kommunikaatioon vaikuttavat sanojen lisäksi myös eleet, katseet ja kehon kieli (Piha 2014, 8–9). Osastopäällikkö eli Head of Department eli HOD on henkilö, joka vastaa omasta osastostaan ja alaistensa työstä. Kokemukseni mukaan HOD-palaverit ovat yksi sisäisen viestinnän tärkeä osa, sillä silloin kaikki osastopäälliköt ovat keskustelemassa ajankohtaisista tuotantoon liittyvistä asioista samassa kokouksessa. Perunassa HOD-palaverihin osallistui aina osaston 2–3 avainhenkilöä ja 1. apulaisohjaaja johti keskustelua. 1. apulaisohjaaja kirjoitti ylös muistioon, mitä asioita palaverissa on käsitelty. Tämän ansiosta kaikki palaveriin osallistuvat henkilöt

saivat samat muistiinpanot ja samat tiedot. Robassa HOD-palavereihin osallistuivat osastopäälliköt, jotka kirjoittivat omat muistiinpanonsa. Tämän takia kaikilla ei ollut samoja tietoja kirjoitettuna ylös, minkä aiheutti sen, ettei kaikki tieto kulkenut osastojen välillä. Tämä antaa mahdollisuuden väärinkäsityksille. (Virkajärvi 2021.) Supercoolin HOD-palavereissa tuotantokoordinaattori keräsi tiedot yhteen ja toimi tiedonvälittäjänä (Vappula 2021).

Kuten luvussa 2 (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 110) mainitaan, säännölliset palaverit osastojen välillä ovat tärkeitä, sillä silloin tietovaje ei kasva liian suureksi. Virkajärven (2021) ja Vappulan (2021) haastatteluiden perusteella ymmärsin, että Perunan ja Supercoolin HOD-palaverit olivat kasvotusten. Tämä tarkoittaa, että viesti välittyy myös sanattomasti ja palaute voidaan antaa heti sekä epäselvyydet voidaan selvittää välittömästi. Suurin osa Roban HOD-palavereista käytiin Teams- sovelluksen välityksellä, mikä mahdollisti sen, että osastopäällikköjen ei tarvinnut olla samassa paikassa samaan aikaan. Normaalisti palaverit olisi kuitenkin käyty kasvotusten, mutta pandemian takia näin ei ollut. Virkajärvi (2021) koki, että etäpalaverit olivat tehokkaita ja jäntevöittivät keskustelua. Kun palaverit ovat viikoittaisia, jokainen osasto on tietoinen kokonaiskuvasta. Palavereiden jälkeen osastopäälliköt ovat viestineet asioista omille työryhmilleen, minkä ansiosta kaikkien osastojen työntekijät ovat saaneet tiedot, joilla pystyy jatkamaan omaa työtään mahdollisimman hyvin.

### 6.1.2 Tapauksien viestintämallit

Jokaisessa tutkittavassa tapauksessa oli erilainen tiedonjakomalli sisäisessä viestinnässä. Suurin ero näissä oli siinä, kuka tietoa keräsi ja kuka asioista viesti. Kuvio 3 havainnollistaa tiedon kulkua tuotannoissa. Se on suuntaa antava kuvio, joka on tehty haastattelujen ja tekemäni havainnoinnin pohjalta.



Kuvio 3. Tiedonkulku (Aro 2021).

Haastatteluihin perustuen Perunassa kaiken tiedon työryhmältä keräsi 1. apulaisohjaaja, joka toimii linkkinä kaiken tiedon välillä. Hän oli suodatin, joka keräsi ja käsitteli tiedon, jonka jälkeen välitti sen tuotantokoordinaattorille. Tuotantokoordinaattori ei vaikuttanut tiedon sisältöön, vaan hän välitti sen muulle työryhmälle 1. apulaisohjaajan puolesta. Robassa oli useampi henkilö, jotka keräsivät ja jakoivat tietoa. Tuotanto keräsi osan tiedosta ja 1. apulaisohjaaja osan. Tämän jälkeen tuotantokoordinaattori viesti tietyistä asioista, kuten jakoi callsheetit (kuvausaiakataulut) ja tuotanto viesti tietyt asiat, kuten korona-aiheiset infot. Haastatteluissa kävi ilmi, että Supercoolin viestintämalli erosi täysin Roban ja Perunan toimintamalleista, sillä siellä tiedon keräsi ja jakoi eteenpäin tuotantokoordinaattori tiimensä kanssa. Robassa tuotantokoordinaattori toimi tiettyjen asioiden viestijänä ja keräsi osan tiedosta itse. Perunassa puolestaan tuotantokoordinaattori toimi 1. apulaisohjaajan viestin välittäjänä eikä puuttunut sisältöön millään tavalla. Erona Supercoolissa oli tiimi tuotantokoordinaattorin ympärillä.

Supercoolissa tuotantokoordinaattorin lisäksi tiimiin kuului neljä muuta henkilöä, jotka auttoivat tiedon keräämisessä ja viestimisessä. Koordinaattoritiimi keräsi

eri osastoilta tiedot ja tiimin jäsenet toimivat viestinviejinä eteenpäin. He olivat selkeästi ne henkilöt, joilta tiedon sai ja he vastasivat kysymyksiin. Vappula (2021) kertoi viestintämallin olevan selkeä ja toimiva.

”Mattin (tuotantokoordinaattori) ja hänen osastonsa kautta sai esimerkiksi avaimet tuotantotoimistoon ja hotellikortit. Kun ihmiset tulivat kaupunkiin, he menivät ensimmäiseksi tuotantokoordinaattorin luo ja näin heidän välilleen syntyi heti yhteys. Mattista muodostui avaintekijä, sillä hänen kauttaan ihmiset ottivat aina yhteyttä. Hän oli se ensimmäinen henkilö, keneen otettiin yhteyttä, jonka takia myöskään tietokatkoksia ei syntynyt.”

Tuotantokoordinaatti ei ollut kuvauspaikalla, vaan sieltä 1. ja 2. apulaisohjaaja välittivät tiedot koordinaattoriosastolle. Myös Perunassa tuotantokoordinaattori vastasi fasiliteetteihin liittyvistä asioista, kuten asumisesta ja matkustamisesta (Virkajärvi 2021).

### 6.1.3 Tapausten eroavaisuuksia ja yhteneväisyyksiä

Mitä isompi tuotanto on, sitä selkeämpi toimintamallin täytyy olla. Virkajärven (2021) ja Vappulan (2021) haastatteluista käy ilmi, että Supercoolin ja Perunan työryhmissä oli noin 70 henkilöä. Ne olivat suuria tuotantoja, minkä huomasi myös heidän sisäisestä viestinnästään. Molemmissa oli selkeä henkilö tai tiimi, jotka vastasivat viestinnästä. Kaikki viestintä tapahtui heidän kauttaan ja samoin kysymykset suunnattiin heille. Uskon tämän selkeyttävän jokaisen työryhmäläisen toimintaa, sillä kaikki tiesivät kenen puoleen kääntyä tietoa etsiessään. Kokemukseni mukaan aikaa voi kulua yllättävän paljon tiedon etsintään, jos ei ole selvää, kuka tarkalleen asiasta tietää.

Kun verrataan kolmea tapausta, haastattelujen perusteella Roban sisäisessä viestinnässä oli eniten liikkuvia tekijöitä. Useampi henkilö viesti asioista, minkä vuoksi työryhmälle ei ollut täysin selvää, kuka on vastuussa viestinnästä. Tämä voi aiheuttaa epäselvyyksiä. Suomalaisessa tuotantomallissa viestintävastuuta on jaettu esimerkiksi osastopäälliköiden kanssa, mikä tarkoittaa sitä, että

osastopäälliköt viestivät omille tiimeilleen heitä koskevista asioista (Virkajärvi 2021). Luulen tämän mahdollistavan sen, että tieto saattaa muuttua muotoaan ja työryhmä ei saa sitä samanaikaisesti. Haastatteluiden perusteella voi sanoa, että osastot sopivat usein asioita keskenään, minkä takia tieto ei välttämättä tavoita kaikkia tarvittavia henkilöitä. Tämä voi aiheuttaa turhia yllätyksiä.

Kaikissa tutkittavissa tapauksissa HOD-palaverit olivat tärkeä osa tiedon jakoa ja viestintää. Haastatteluiden pohjalta sisäistä viestintää selkeyttää se, että yksi henkilö kerää palavereissa tiedon kasaan ja jakaa sen eteenpäin jokaiselle palaveriin osallistuvalla henkilöllä. Kun kaikille osastopäälliköille on mennyt samat tiedot, he voivat jakaa omalle tiimilleen heitä koskevat tiedot. Kun jokaisella osastolla on tieto asioista, joita palaverissa on käsitelty, tietovajetta ei synny (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 110).

Vappula (2021) kertoi Supercoolin hierarkiasta, että esimerkiksi osastopäälliköillä oli agenteja, joita Suomessa ei juurikaan nähdä. Agentit muodostivat heti tietynlaisen hierarkian ihmisten välille. Työryhmässä oli pakko olla tietyt ammattinimikkeet, jotka määräytyvät Yhdysvaltojen ammattiliittojen mukaan. Haastatteluiden perusteella Suomessa työryhmän kesken ei näy samanlaista hierarkkista jakoa. Suomalaiset tuotannot ovat pienempiä ja ketterämpiä, jolloin hierarkia on olemassa, mutta se on kevyempää (Virkajärvi 2021). Mielestäni tämä saattaa vaikuttaa siihen, että Suomessa henkilöt kokevat voivansa sopia keskenään enemmän asioita. Asioista sopiminen ja keskustelu on hyvä asia, mutta sovittu tieto pitää jakaa eteenpäin. Tätä varten tulee olla henkilö, joka aktiivisesti kerää tietoa työryhmältä, kuten Supercoolissa koordinaattoritimi ja Perunassa 1. apulaisohjaaja.

Selkeällä viestintämallilla pystytään keventämään tuotannon taakkaa. Virkajärvi (2021) kertoi, että Peruna-tuotannossa oli hyvin aktiivinen 1. apulaisohjaaja. Sen jälkeen hän ymmärsi, että suomalaisissa tuotannoissa hän on tehnyt työtä, joka ei ole tuottajan vastuulla. Samoin Vappula (2021) sanoi, että oli helpotus, että Supercoolin viestintämalli oli erilainen. Se mahdollisti sen, että tuottaja pystyi keskittymään täysin omaan työhönsä.

Uskon, että uuden sisäisen viestinnän toimintamallin käyttöönottoaminen on haastavaa ja se ottaa aikansa. Luulen kuitenkin, että lähitulevaisuudessa muutoksen on tapahduttava, jotta yhteistyö suurien kansainvälisten tuotantojen kanssa olisi helpompaa. Haastateltavat kertovat, että Supercoolin työryhmä oli lähestulkoon kokonaan paikallisista, yhdysvaltalaisista ja Perunassa liettualaisista. Tämä tarkoittaa, että pieni osa molemmista työryhmistä oli suomalaisia, joiden tuli opetella uusi tiedonjakomalli. Jos Suomessa otetaan käyttöön uudenlainen sisäisen viestinnän toimintamalli, uskon sen helpottavan työntekoa tulevaisuudessa. Yhtenäinen tiedonjakomalli kansainvälisten tuotantojen kanssa voi edistää sitä, ettei kenenkään tarvitse opetella uutta toimintamallia. Tämä tarkoittaa, että tuotannon alussa voidaan heti keskittyä muihin olennaisiin asioihin. Tämän lisäksi uusi sisäisen viestinnän toimintamalli mahdollistaa, että Suomessa voidaan toteuttaa suurempia tuotantoja.

## 6.2 Havainnointi

Havainnoin Roban tuotantoa yhdeksän päivän ajan oman työskentelyni ohella. Tämä vaikuttaa havainnoinnin näkökulmaan ja on varmasti asioita, joita en ole huomannut.

Havainnoinnin kautta huomasin, että Robassa sähköposti, puhelut ja WhatsApp olivat yleisiä viestintäkanavia. Näiden kautta käytiin suurin osa keskusteluista, mutta kuten Virkajärvi haastattelussa mainitsi, tärkeät asiat lähetettiin sähköpostin kautta ja nopeat asiat käytiin WhatsAppin tai puhelun kautta. Käytin itse puhelinta puheluiden ja viestien lisäksi tiedon etsintään ja sähköpostin lukemiseen. On helppoa, että sähköposti on puhelimessa eikä tietokonetta tarvitse aukaista esimerkiksi, kun kuvataan ulkona vesisateessa. Kuten Tilastokeskuksen (2018) tekemässä tutkimuksessa kävi ilmi, henkilöt käyttävät puhelimen internetiä yhä enemmän esimerkiksi tiedon hakuun.

WhatsAppissa oli yleinen ryhmä, johon lähetettiin mm. päiväkohtaiset ajo-ohjeet ja callsheetit, ohjeet ruokapaikkaan ja tiedotettiin, jos kuvauspaikalle oli jäänyt jonkun tiimin omaisuutta. Jokainen työryhmäläinen pystyi lähettämään siellä

viestejä. Osastoilla oli myös pienempiä ryhmiä, joissa keskusteltiin tiimin sisäisistä asioista ja muutoksista. Havainnoinnin perusteella molemmat ryhmät olivat toimivia, sillä molemmissa keskustelu pysyi asiassa eikä tärkeitä viestejä hukkunut tietotulvan alle.

Havaintoni mukaan sähköpostiin lähetettiin aina tärkeät viestit, kuten callsheetit, aikataulumuutokset sekä yleiset- ja koronaohjeistukset. Sen kautta käytiin myös henkilökohtaisia keskusteluja sekä lähetettiin tiedostoja. Tiesin, että mikäli etsin tärkeää tietoa, sen todennäköisesti löydän sähköpostista.

Puhelimen ja sähköpostin lisäksi Roban kuvauksissa käytettiin paljon radiopuhelinta. Koin sen olevan puhelinta ja sähköpostia ketterämpi ja järkevämpi valinta kuvauksissa, sillä sen kautta koko kuvausryhmä sai samat ohjeet samaan aikaan. Väitän sen helpottaneen kuvauspaikalla käytyä sisäistä viestintää erittäin paljon, sillä radiopuhelimet kestävät kovat pakkaset ja vesisateen sekä ne ovat kätevästi lähellä koko ajan. Esimerkiksi talvipakkasella puhelimesta voi loppua nopeasti akku, jos siihen pitää vastata koko ajan ja samalla sormet jäätyvät. Näin ollen radiopuhelin, jota ei tarvitse aukaista jokaisen viestin kohdalla erikseen ja toimii hanskat kädessä, on erinomainen vaihtoehto. Huomasin, että Robassa joillain osastoilla oli käytössä oma kanava radiopuhelimessa, kuten kamera-, valo- ja järjestysosastolla. Tämä mahdollisti sen, että nämä osastot pystyivät keskustelemaan oman osastonsa asioista omalla kanavallaan, jonka takia muun kuvausryhmän ei tarvinnut kuormittaa heidän välisestään tiedosta. Esimerkiksi pääkanavalla kuvauspaikalle pyydettiin tiettyä valoa, jolloin valo-osasto pystyi keskustelemaan omalla kanavallaan, kuka valon tuo kuvauspaikalle. Havainnointi vahvisti haastatteluista saatua tietoa siitä, että radiopuhelimet ovat todella tärkeitä tv- ja elokuvatuotannoissa.

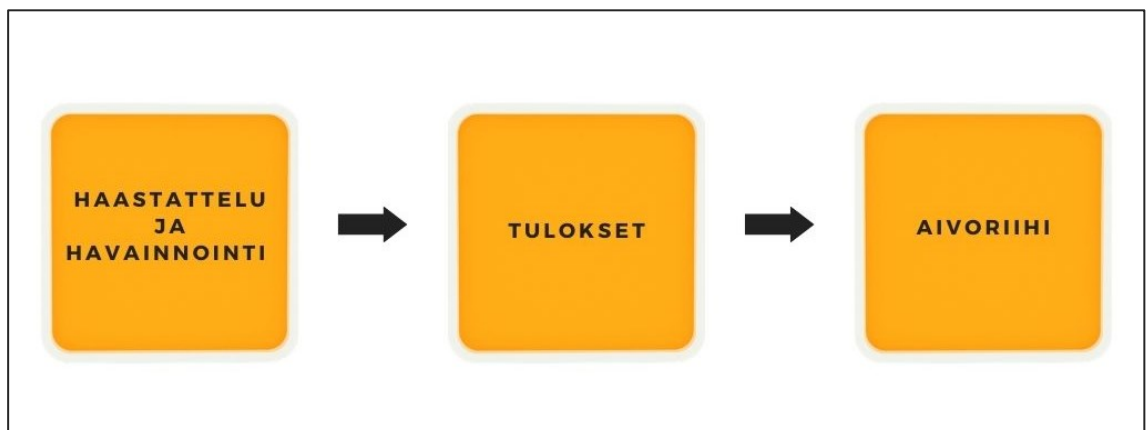
Robassa oli käytössä vähän painettua viestintää ja huomasin, että osa työryhmästä teki tietoisin valinnan, ettei käyttänyt painettua viestintää laisinkaan. Yleisintä painettua viestintää olivat printatut callsheetit, mutta ne lähetettiin myös sähköisesti.

Havainnoin, että työryhmä keskusteli keskenään paljon ja jos oli ongelma, se sanottiin ääneen ja pyrittiin ratkaisemaan. Kaikkea ei pysty viestimään sähköpostitse, radiopuhelimella tai tavallisella puhelimella. Kokemukseni mukaan asioista kannattaa avoimesti keskustella ja sen avulla joitain haasteita pystytään ratkaisemaan ennen kuin ne muodostuvat isoiksi ongelmiksi.

Teamsiä Robassa käytettiin kerran tuotannon aikana koko työryhmän kanssa. Tämä oli aloituspalaveri, jossa työryhmä pääsi tutustumaan toisiinsa ja näkemään, ketkä ovat työkavereita seuraavan neljän kuukauden ajan. Haastattelusta (Virkajärvi 2021) kävi ilmi, että suurin osa HOD-palavereista käytiin myös Teamsin välityksellä. Molemmissa tapauksissa pandemia vaikutti toimintaan, sillä sen takia sekä aloituspalaveri että HOD-palaverit käytiin Teamsin välityksellä. Normaalisti nämä olisi käyty kasvotusten.

### 6.3 Aivoriihi

Pidin aivoriihen henkilölle, jota haastattelin opinnäytetyötäni varten. Aivoriihessä käsiteltiin haastatteluiden ja havainnoinnin kautta saatuja tuloksia, joiden pohjalta mietimme tulosten edelleen kehittämistä. Kuvio 4 havainnollistaa, miten aivoriiehen päädyttiin.



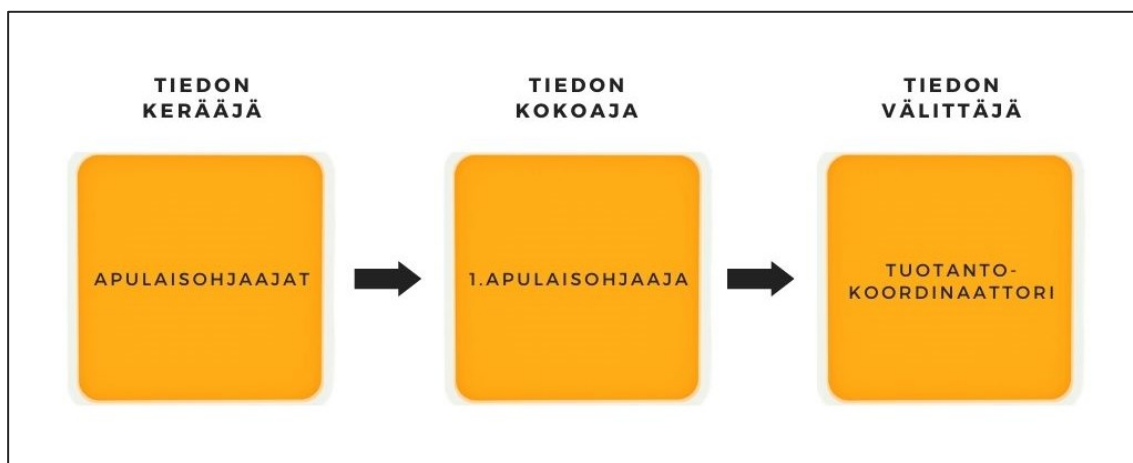
Kuvio 4. Vaiheet aivoriiehen (Aro 2021).



Aivoriheen osallistuivat Virkajärvi ja minä. Keskustelumme pyöri haastatteluissa ja havainnoinnissa esiin tulleiden tärkeiden huomioiden parissa, kuten sisäisen viestinnän selkeydessä, palavereissa ja siinä, kuka viestii.

Yleisesti suomalaisessa tv- ja elokuvatuotantojen sisäisen viestinnän toimintamallissa osastopäälliköt jakavat kuvauksia koskevaa infoa omalle työryhmälleen. Kansainvälisesti tuotannoissa esimerkiksi Perunassa tieto kulki 1. apulaisohjaajan kautta osastopäälliköille ja työryhmälle. (Virkajärvi 2021.) Tästä pääsimme pohtimaan apulaisohjaajan roolia sisäisessä viestinnässä ja tiedonjaossa. Apulaisohjaaja on se henkilö, jolla täytyy olla kaikki informaatio, jotta kuvaukset sujuvat mahdollisimman hyvin.

Aivoriheessä keskustelimme, kuinka tuotantoihin tarvitaan tiedon kerääjä, tiedon kokoaja ja tiedon välittäjä. Tutkittavassa tapauksessa Peruna 1. apulaisohjaaja toimi tiedon kerääjänä ja tiedon kokoajana, jonka jälkeen tuotantokoordinaattori välitti tiedon eteenpäin. Supercoolissa tämän hoiti kokonaisuudessaan tuotantokoordinaattori tiiminsä kanssa. Aivoriheessä keskustelimme Virkajärven kanssa siitä, millainen malli voisi toimia Suomessa, jossa tuotannot ovat pienempiä ja budjetti harvoin mahdollistaisi erillisen koordinaattoritimiin. Suomessa henkilöt tuntevat toisensa, mikä luo ketteryyttä ja mahdollistaa asioiden sopimisen keskenään. Tarvitaan henkilö, joka kerää tiedon työryhmältä, jotta asioita voidaan sopia keskenään, mutta myös muut tarpeelliset henkilöt saavat varmasti tiedon. 1. apulaisohjaaja on se henkilö, jonka tulisi olla vastuussa tiedon keräämisestä ja sen kokoamisesta. Tiedon voi välittää eteenpäin kuitenkin tuotantokoordinaattori. Aina aika ei riitä siihen, että 1. apulaisohjaaja ehtisi itse hakea kaikkea tietoa. Tämän takia hänellä voi olla apuna 2. tai 3. apulaisohjaaja, jotka kertovat keräämänsä tiedon 1. apulaisohjaajalle. Tämän jälkeen hän kokoaa tiedon järkevään muotoon ja tuotantokoordinaattori välittää tiedon eteenpäin työryhmälle. Esimerkiksi HOD-palavereissa on tärkeää, että keskustelluista asioista kerätään yhteiset muistiinpanot, jotka lähetetään jokaiselle osallistujalle jälkikäteen. Näin kaikilla osastopäälliköillä on samat tiedot.



Kuvio 5. Tiedon kerääminen, kokoaminen ja välittäminen (Aro 2021).

Osastopäälliköillä on iso rooli sisäisessä viestinnässä. Kuten teoreettisessa viitekehyksessä viitataan, esimiehet ovat ne henkilöt, joilta osasto uskoo saavansa tärkeän tiedon. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 110.) Aivoriivessä ja haastattelussa nousi esille, että Suomessa luotetaan paljon osastopäälliköihin ja heidän kanssaan sisäisen viestinnän vastuuta on jaettu, sillä he informoivat alaisiaan. Jos näin ei käy, syntyy tietovaje ja tietyn esimiehen alaiset saattavat tehdä turhaa työtä, sillä heille ei ole kerrottu uusimpia muutoksia.

Keskustelimme aivoriivessä siitä, kuinka tv- ja elokuvatuotantojen organisaatiot ovat lyhytaikaisia. Tuotanto voi kestää esimerkiksi kaksi kuukautta, jonka jälkeen työryhmä ei enää työskentele keskenään. Tämä tarkoittaa sitä, että jos tuotannon toimintamallissa huomataan puutteita, tulee niihin reagoida nopeasti. Tuotannoissa ei ole aikaa suunnitella ja testata uutta toimintamallia useiden vuosien ajan, minkä takia kehitysehdotuksissa pyrin muodostamaan raamit, joiden avulla sisäinen viestintä tuotannoissa on mahdollisimman tehokasta.

## 6.4 Yhteenveto

Tutkittavien tapauksien pohjalta voin todeta, että palaverit ovat tärkeitä, kunhan niitä toteutetaan säännöllisesti, niissä ovat paikalla kaikkien osastojen avaintekijät, keskustelun vetäjällä on selkeä agenda ja palaverin päätteeksi kaikki osallistujat saavat muistiinpanot, jossa on yhteenveto palaverissa

käsitellyistä asioista. Kun näin toimitaan, kaikilla on selkeä käsitys siitä, mitä on sovittu, asioita voi tarkistaa jälkikäteen muistiinpanoista ja väärinymmärryksiltä vältytään. Palaveriin tulee varata tarpeeksi aikaa, jotta kaikki tärkeät asiat ehditään käydä läpi ja tarkentavia kysymyksiä kysyä, minkä seurauksena epäselvyyksille ei jää tilaa.

Toinen tärkeä asia on, että päätetään selkeästi kuka kerää tietoa, kuka sen kokoaa ja kuka välittää eteenpäin työryhmälle. Selkeintä on, että sama henkilö tai tiimi kerää koko tuotannon ajan tietoa ja jakaa sitä eteenpäin, jotta työryhmälle on alusta alkaen tiedossa kenelle ilmoitetaan asioista ja keneltä on mahdollista kysyä asioista. Pääasia on, että kaikki tieto kulkee yhden selkeän henkilön tai tiimin kautta ja koko työryhmä tietää sen. Tämä voi nopeuttaa työn tekoa, sillä esimerkiksi tuotannolle jää aikaa keskittyä tuotannon kokonaiskuvaan sekä he pystyvät suunnittelemaan asioita ennakkoon. Paras tapa olisi, että viestintämalli pysyisi samanlaisena kaikissa tuotannoissa, jonka takia uusia tapoja ei tarvitse opetella. Tämä ei ole käytännöllistä, joten toimintamalli tulee muovata jokaiseen tuotantoon sopivaksi.

Sähköposti on haastatteluiden ja havainnoinnin pohjalta erittäin tärkeä väline sisäisessä viestinnässä. Sen avulla tavoittaa kaikki työntekijät ennen kuvausten alkamista ja kuvausten aikana. Sähköpostiin tallentuu tärkeä tieto ja keskustelut ja niihin on mahdollista palata jälkikäteen.

Mielenkiintoinen huomio on se, että nopealle sisäiselle viestinnälle ei ollut erillistä kanavaa Perunassa ja Supercoolissa perustuen haastatteluihin. Virkajärvi (2021) kertoo haastattelussaan, että Perunassa nopeat viestit ilmoitettiin sähköpostitse, radiopuhelimella tai soittamalla. Tuotannossa ei ollut tarvetta erilliselle nopean viestinnän kanavalle, sillä tiedot jaettiin tarpeeksi aikaisin työryhmälle. Havainnoinnin perusteella Robassa työryhmän WhatsApp-ryhmä toimi hyvin. Kuitenkin monet asiat, joista olisi voinut informoida radiopuhelimessa tai sähköpostilla, ilmoitettiin WhatsApp-ryhmässä (Virkajärvi 2021). WhatsApp voi kuitenkin olla hyvä lisä tiedonjakoon oikein käytettynä. Esimerkiksi kaikilla työryhmäläisillä ei välttämättä ole käytössään

radiopuhelinta, jonka takia WhatsApp on nopea kanava välittää tietoa. Tuotannot kuitenkin toimivat ilman WhatsAppia.

Haastatteluihin ja aivoriheen perustuen sähköposti, puhelin ja radiopuhelin sekä kasvokkain käyty keskustelu ovat tärkeimmät sisäisen viestinnän kanavat.

## 7 Kehittämisehdotukset

Kuvio 6 havainnoi kolmea kehittämisehdotusta, jotka haluan esitellä opinnäytetyöni yhteistyötaholle Yellow Film & TV:lle. Kehittämisehdotukset tulevat aivoriimestä ja vertaan niitä työn teoreettiseen viitekehykseen.

KEHITTÄMIS- EHDOTUKSET	TEOREETTINEN VIITEKEHYS
SELKEÄ VIESTIJÄ	Hyvällä sisäisellä viestinnällä varmistetaan, että jokainen työntekijä saa tarvittavat tiedot oman työn tekemiseen (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 106).
PALAVERIT	Säännöllisyys, ajankohtaisten asioiden läpi käynti, jolloin vältetään puskaradiolta tai tietovajeelta (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 110).
VIESTINTÄKANAVAT	Oikeiden viestintäkanavien valinta. Turhat pois, jolloin tieto ei huku (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 109).

Kuvio 6. Kehittämisehdotukset (Aro 2021).

**Selkeä viestijä.** Tämä on asia, joka on noussut esille opinnäytetyössä jatkuvasti. Ensimmäinen kehittämisehdotus on määrittää selkeästi kuka tiedon kerää, kokoaa yhteen ja viestii eteenpäin. Tämän avulla varmistetaan, että jokaisella työntekijällä on oman työnsä tekemiseen tarvittava tieto (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 106). Suomalaisten tv- ja elokuvatuotantojen sisäisen viestinnän toimintamallissa 1. apulaisohjaajan tulee kerätä aktiivisesti tietoa

työryhmältä. Tuotannon koosta ja resursseista riippuen 1. apulaisohjaajan avuksi voi määrittää apulaisohjaus- tai tuotantotiimistä henkilön, joka auttaa tiedon keräämisessä. Tämä tulee kuitenkin sopia tuotannon alussa. Tiedon keräämisen jälkeen 1. apulaisohjaaja kasaa tiedon sellaiseen muotoon, josta jokainen työryhmäläinen voi poimia tarvitsemansa tiedot. Tuotantokoordinaattori välittää 1. apulaisohjaajalta saamansa tiedon työryhmälle.

Miksi 1. apulaisohjaaja? Hänellä on kaikki tieto, mitä kuvauksissa tapahtuu, minkä takia hän joka tapauksessa kerää tiedon itselleen. Hän on se henkilö, joka osaa muokata tiedon oikeaan muotoon sekä ottaa huomioon, mitä eri tiimit tiedoista tarvitsevat. Kun sitten tuotantokoordinaattori välittää 1. apulaisohjaajan viestin, saa jokainen työryhmäläinen itseään koskevan tiedon informaatiosta.

**Palaverit** ovat tehokas viestinnän kanava, kun niitä järjestetään säännöllisesti. Niissä tulee käydä läpi ajankohtaisia, päivittäiseen työhön liittyviä asioita, jonka takia kokouksia on hyvä pitää viikoittain. Tämän seurauksena vältetään puskaradiolta ja tietovajeelta. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 110.) Henkilöt helposti unohtavat asioita varsinkin pitkissä palavereissa, minkä takia on tärkeää, että käsiteltävät asiat kirjataan ylös. Kun pidetään HOD-palavereita, tulee 1. apulaisohjaajan tai hänen apulaisensa kirjata ylös kaikki palaverissa käytyt asiat. Kokouksen jälkeen 1. apulaisohjaaja käy muistiinpanot läpi ja tekee niistä kokonaisuuden, joka lähetetään kaikille kokouksen osallistujille. Näin kenenkään ei tarvitse muistella asioita, vaan ne voi tarkistaa sähköpostiin lähetetyistä muistiinpanoista.

Kolmas kehittämisehdotus liittyy **viestintäkanaviin**. Tuotannolla on valmiudet kolmeen eri viestimutoon: 1) nopeaan, tosiaikaiseen ja asian ytimen kertovaan viestintään 2) nopeaan, ajankohtaisista asioista hieman tarkemmin kertovaan viestintään 3) syvällisempään, asioiden ja tapahtumien taustoista kertovaan viestintään (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 109). Ylimääräiset viestintäkanavat voivat sekoittaa työryhmää ja on mahdollista, että tärkeää tietoa menee ohi, jos kanavia on liian monta. Haastatteluiden ja havainnoinnin perusteella voi sanoa, että sähköposti, puhelin, radiopuhelin ja kasvokkain käytävät keskustelut ovat

tärkeimpiä viestintäkanavia onnistuneessa sisäisessä viestinnässä. Tulee miettiä, onko tarpeellista ottaa käyttöön muita viestintäkanavia yllä mainittujen lisäksi ja tuovatko ne mitään lisäarvoa tuotannon viestintään.

Kehittämisehdotukset ovat suuntaa antavia ja niitä voi soveltaa työympäristöön ja tuotannolle sopivaksi. Uskon, että yllä mainittuihin asioihin huomion kiinnittäminen lisää selkeyttä ja tehokkuutta suomalaisten tv- ja elokuvatuotantojen sisäisessä viestinnässä.

## **8 Pohdinta ja arviointi**

Tässä luvussa käsittelen opinnäytetyöni päätuloksia ja johtopäätöksiä sekä kerron omia ajatuksiani työprosessiin liittyen.

Aloitin opinnäytetyöni aiheen miettimisen jo reilusti yli vuosi sitten. Ajattelin tekeväni sen aiempaan työpaikkaani kansainväliselle tapahtumajärjestäjälle. Pandemia kuitenkin muutti suunnitelmia ja ilokseni pääsin tekemään viimeisen työharjoitteluni Yellow Film & TV:lle. Yhtenä iltana kuvasimme Helsingin keskustassa Oodin läheisyydessä ja satuin keskustelemaan Virkajärven kanssa. Kerroin hänelle, että minun pitää aloittaa opinnäytetyön tekeminen ja hänellä oli heti ajatus. Idea oli todella mielenkiintoinen ja innostuin aiheesta välittömästi.

Työni tavoitteena oli löytää konkreettisia kehittämisehdotuksia, joiden avulla suomalaisen tv- ja elokuvatuotantojen sisäistä viestintää voi tehostaa. Tiedän, että muutos tapahtuu todella hitaasti, enkä odota muutosten tapahtuvan lähivuosina. Tulosten tarkastelussa tulee olla kriittinen, sillä kehittämisehdotukset ovat suuntaa antavia, koska niiden toimivuus tulee testata jokaisessa tuotannossa erikseen. Kuitenkin uskon, että opinnäytetyölläni oli merkitystä, sillä nyt suomalaista tv- ja elokuvatuotantojen toimintamallia on kartoitettu ja verrattu kansainvälisiin toimintamalleihin, jonka pohjalta on helpompia lähestyä muutosta.

Oli mielenkiintoista huomata, että monia asioita, joita teoreettisessa viitekehyksessä nostin esille, tuli ilmi myös haastatteluissa: sähköposti on tärkeä, ellei tärkein viestintäväline, esimiehen rooli ja säännölliset palaverit. Tulokset eivät yllättäneet, mutta oli positiivista huomata, että tekemäni havainnot vahvistivat teoriasta ja haastatteluista saatua tietoa. Haastattelut olivat ehdottomasti työni tärkein aineistonhankintamenetelmä, sillä niiden kautta pääsin tutustumaan erilaisiin viestintämalleihin sekä ne mahdollistivat kotimaisten ja kansainvälisten tuotantojen vertaamisen.

Opinnäytetyössäni käyn tv- ja elokuvatuotantojen sisäistä viestintää läpi vain tuottajan näkökulmasta. Koen, että heillä on laajin käsitys tuotannoissa tapahtuvasta sisäisestä viestinnästä.

Tuloksissa jäin pohtimaan hierarkian merkitystä suomalaisessa toimintamallissa. Tähän olisi mielenkiintoista perehtyä lisää ja selvittää, mitkä tekijät vaikuttavat selkeään hierarkkiseen jakoon. Varmasti suurissa tuotannoissa hierarkia korostuu aivan eri tavalla, sillä ilman sitä viestintä olisi paljon vaikeampaa. Haluaisin haastatella eri tuotantojen työryhmiä ja kuulla, miten muut kokevat hierarkian suomalaisessa toimintamallissa. Tämän lisäksi haluaisin tietää lisää sisäisestä viestinnästä etäaikana ja siitä, miten tämä muuttaa toimintamallia. Uskon myös, että apulaisohjaajan roolista voisi kirjoittaa kokonaan toisen opinnäytetyön.

Jos jatkokehittäisin opinnäytetyötäni, haluaisin laajentaa näkemystäni haastattelemalla useampaa tuottajaa eri tuotantoyhtiöistä. Olisi mielenkiintoista saada mukaan myös kansainvälisiä tahoja, joilla saattaisi olla vielä erilaisia sisäisiä toimintamalleja. Haastattelisin myös muitakin kuin tuottajia, sillä esimerkiksi näyttelijät voivat havaita aivan eri asioita tuotannoista. Heillä on monesti aikaa seurata työryhmän toimintaa samalla, kun he odottavat kuvauksien alkamista tai omaa vuoroansa. Näillä saisi varmasti syvemmän katsauksen aiheeseen. Mukaan voisi lisätä myös johtajuusnäkökulman.

Uskon, että tv- ja elokuvatuotannoissa nähdään kulttuurituottajia jatkossa enemmän, sillä ala kasvaa ja kehittyy koko ajan Suomessa. Täällä tehdään enemmän myös kansainvälisiä tuotantoja. Tulevat tuottajat voivat ottaa mallia työni kehitysehdotuksista ja soveltaa niitä omiin tuotantoihinsa. Muutos tv- ja elokuvatuotantojen sisäisissä toimintamalleissa tapahtuu hitaasti. Rakenteet kuitenkin kehittyvät vähitellen.



## Lähteet

Digivoimaa n.d. Slackin käyttöohjeet [verkkajulkaisu]. Mediakasvatus.

Saatavuus <<https://mediakasvatus.fi/wp-content/uploads/2019/04/Digivoimaa-Slack-ohjeet-2019.pdf>> (luettu 9.4.2021).

Fonecta Finder n.d. Yellow Film & TV Oy.

<<https://www.finder.fi/Videotuotanto/Yellow+Film+%26+TV+Oy/Helsinki/yhteystiedot/1704029>> (luettu 8.4.2021).

Kuivalahti, T. & Luukkonen, J. 2003. Intra. Helsinki: Inforviestintä.

Kekäläinen, E. 2016. Sisäinen viestintä sitouttaa, motivoi ja tuo tuloksia [verkkajulkaisu]. Recommended. Saatavuus <<https://www.reco.fi/sisainen-viestinta-sitouttaa-motivoi-ja-tuo-tuloksia/>> (luettu 7.4.2021).

Kortetjärvi-Nurmi, S., Kuronen, M., Ollikainen, M., Ollikainen, M. & Kuronen, M. 2008. Yrityksen viestintä. 5. uud. p. Helsinki: Edita.

Laaksoharju, S. 2020. Microsoft Teams -käyttäjät yhä kasvussa – pandemia tehnyt etäkokouksista arkipäivää [verkkajulkaisu]. Itewiki. Saatavuus <<https://www.itewiki.fi/blog/2020/11/microsoft-teams-kayttajat-yha-kasvussa-pandemia-tehnyt-etakokouksista-arkipaivaa/>> (luettu 26.4.2021).

Mikkola, R. 2014. Matkapuhelin viestintävälineenä [verkkajulkaisu]. Prezi. Saatavuus <<https://prezi.com/wsultvzu8dzh/matkapuhelin-viestintavaliineena/>> (luettu 12.4.2021).

Mio. 2021. Team Collaboration Tools Comparison Chart (Microsoft Teams vs Zoom vs Google Meet vs Webex & More) [verkkajulkaisu]. Medium. <<https://medium.com/the-message-io-dispatch/team-collaboration-tools-comparison-microsoft-teams-vs-zoom-vs-webex-vs-slack-more-a016c1ce5b09>> (luettu 9.4.2021).

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät: Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3. uud. p. Helsinki: Sanoma Pro.

Pedagogiikkaa netissä n.d. Mikä on Zoom? [verkkojulkaisu]. Jyväskylän yliopisto. <<https://peda.net/jyu/it/graduprosessi/0ekg/gradunohjaus/etäohjaus/zoom/mikä-zoom>> (luettu 9.4.2021).

Piha, K. 2014. Sisäinen viestintä: käärmettä pyssyyn? [verkkojulkaisu]. SlideShare. Saatavuus <<https://www.slideshare.net/EllunKanat/kirsi-pihasisinen-viestint-krmett-pyssyyn>> (luettu 15.3.2021).

Poutanen, P. 2011. Voiko (sähköposti) viestintää olla liikaa? [verkkojulkaisu]. Faktat nettiin: organisaatioviestintä. <<https://organisaatioviestinta.com/2011/12/01/voiko-sahkopostiviestintaa-olla-liikaa/>> (luettu 16.3.2021).

Puro, J. 2003. Työviestinnän kipupisteet: Hallinta ja ratkaisut. Helsinki: Inforviestintä.

Puro, J. 2004. Onnistu viestinnässä. Helsinki: WSOY.

Stradling, L. 2010. Production management for TV and film: The professional's guide : Professional media practice. A & C Black.

Suomen virallinen tilasto (SVT). 2018. Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö [verkkojulkaisu]. Helsinki: Tilastokeskus. Saatavuus <[http://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2018/sutivi\\_2018\\_2018-12-04\\_tie\\_001\\_fi.html?ad=notify](http://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2018/sutivi_2018_2018-12-04_tie_001_fi.html?ad=notify)> (luettu 9.4.2021).

Support Microsoft n.d. Mikä on Microsoft Teams? <<https://support.microsoft.com/fi-fi/office/video-mikä-on-microsoft-teams-422bf3aa-9ae8-46f1-83a2-e65720e1a34d>> (luettu 9.4.2021).

Taipale, S. 2008. Matkapuhelin, digitaaliset sisällöt ja hyvinvointi tietoyhteiskunnassa [verkkajulkaisu]. Teoksessa Silmät auki! Tietoyhteiskunnan uhat ja mahdollisuudet. Eloranta, V. (toim.). Eduskunnan tulevaisuusvaliokunnan julkaisu 1/2008. Saatavilla <[https://www.eduskunta.fi/FI/naineduskuntatoimii/julkaisut/Documents/tuvj\\_1+2008.pdf#page=23](https://www.eduskunta.fi/FI/naineduskuntatoimii/julkaisut/Documents/tuvj_1+2008.pdf#page=23)> (luettu 9.4.2021).

WhatsApp n.d. <<https://www.whatsapp.com/?lang=fi>> (luettu 6.4.2021).

Wiio, O. A. 1994. Johdatus viestintään. 6. uud. laitois. Espoo: Weilin+Göös.

Yellow Film & TV n.d. Productions. <<https://yellowfilm.fi/productions/>> (luettu 18.3.2021).

Yli-Korhonen, J. 2020. Tutkimus: älypuhelimien määrä yhä kasvussa – 96 prosentilla 16-74-vuotiaista on jo älypuhelin [verkkajulkaisu]. Puhelinvertailu. Saatavilla <<https://www.puhelinvertailu.com/uutiset/2020/05/22/tutkimus-96-prosentilla-16-74-vuotiaista-on-alypuhelin>> (luettu 3.5.2021).

## **Haastattelut**

Vappula, P. 2021. Tuottaja. Yellow Film & TV. Helsinki. Haastattelu: 29.3.2021.

Virkajärvi, M. 2021. Tuottaja. Yellow Film & TV. Helsinki. Haastattelu: 23.3.2021.

## Liitteet

### Haastattelurunko

#### Haastattelurunko tapauksiin ROBA, Peruna ja Supercool

1. **Perustiedot:** haastateltavan nimi ja rooli.
2. **Tuotannon tiedot:** mistä tuotannosta keskustellaan, tuotannon perustiedot ja mikä toimintamalli oli?
3. **Viestintä yleisesti:** millaista on hyvä viestintä, mitä siihen sisältyy?
4. Millainen viestintämalli tuotannossa oli, kuka informoi työryhmää?
5. Millainen oli 1. apulaisohjaajan rooli viestintämallissa ja millainen tuotantokoordinaattorin?
6. Tuottajana, mitkä viestintäkanavat koet tärkeimmiksi ja miksi?
7. Onko jokin viestintäkanava, jonka käytössä on selkeitä puutteita, esim. tieto häviää tai se ei tavoita kaikkia tarpeellisia henkilöitä?
8. Oletko havainnut selkeää osa-aluetta tuotannoissa, jossa viestintää tulisi parantaa?

## Havainnointikaavio

**Maanantai 15.2.2021**

KANAVA	WhatsApp / viesti		Puhelu	S-posti	Radiopuhelin		Suullinen	Printti
KUKA VIESTII	Tuotannon ryhmä: Tuotanto, järkkä, appari, catering / hygienia	<b>Yleinen ryhmä:</b> Tuotanto, appari, järkkä, catering, maski, puku, lavastus, ääni	Tuotanto, järkkä	Kaikki osastot	<b>Oma kanava:</b> kamera, valo, järkkä	<b>Yleinen kanava:</b> setissä oleva työryhmä	Koko työryhmä	Tuotanto
VIESTI	Aikataulu ja näyttelijä asioita	Ruokapaikan sijainti kuvina, tavarointa jäänyt, ajo-ohjeet ja muuta yleistä	Kun tarvitaan nopeita vastauksia tai kun asioita pitää selvittää	Kaikille meneviä ohjeistuksia ja henkilökohtaisia keskusteluita	Mikä koskee ainoastaan omaa osastoa	Kuvausryhmää koskevat asiat, joihin reagoidaan välittömästi	Kaikenlaista	Callsheetit

**Tiistai 16.2.2021**

KANAVA	WhatsApp / viesti		Puhelu	S-posti	Radiopuhelin		Suullinen	Printti
KUKA VIESTII	Tuotannon ryhmä: Tuotanto, järkkä, appari, catering / hygienia	<b>Yleinen ryhmä:</b> Tuotanto, appari, järkkä, catering, maski, ääni	Tuotanto, järkkä, catering	Kaikki osastot	<b>Oma kanava:</b> kamera, valo, järkkä	<b>Yleinen kanava:</b> setissä oleva työryhmä	Koko työryhmä	Tuotanto
VIESTI	Aikataulu, suunnittelua	Ruokapaikan sijainti kuvina, ajo-ohjeet ja muuta yleistä	Kun tarvitaan nopeita vastauksia tai kun asioita pitää selvittää	Kaikille meneviä ohjeistuksia ja henkilökohtaisia keskusteluita	Mikä koskee ainoastaan omaa osastoa	Kuvausryhmää koskevat asiat, joihin reagoidaan välittömästi	Kaikenlaista	Callsheetit

**Keskiviikko 17.2.2021**

KANAVA	WhatsApp / viesti		Puhelu	S-posti	Radiopuhelin		Suullinen	Printti
KUKA VIESTII	Tuotannon ryhmä: Tuotanto, järkkä, appari, catering / hygienia	<b>Yleinen ryhmä:</b> Tuotanto, appari, järkkä, catering, maski, puku, lavastus, ääni	Tuotanto, järkkä	Kaikki osastot	<b>Oma kanava:</b> kamera, valo, järkkä	<b>Yleinen kanava:</b> setissä oleva työryhmä	Koko työryhmä	Tuotanto
VIESTI	Aikataulu ja suunnittelua	Ruokapaikan sijainti kuvina, ajo-ohjeet, catering sijainti ja muuta yleistä	Kun tarvitaan nopeita vastauksia tai kun asioita pitää selvittää	Kaikille meneviä ohjeistuksia ja henkilökohtaisia keskusteluita	Mikä koskee ainoastaan omaa osastoa	Kuvausryhmää koskevat asiat, joihin reagoidaan välittömästi	Kaikenlaista	Callsheetit

**Torstai 18.2.2021**

KANAVA	WhatsApp / viesti		Puhelu	S-posti	Radiopuhelin		Suullinen	Printti
KUKA VIESTII	Tuotannon ryhmä: Tuotanto, järkkä, appari, catering / hygienia	<b>Yleinen ryhmä:</b> Tuotanto, appari, järkkä, catering, maski, puku, lavastus, ääni	Tuotanto, järkkä, catering	Kaikki osastot	<b>Oma kanava:</b> kamera, valo, järkkä	<b>Yleinen kanava:</b> setissä oleva työryhmä	Koko työryhmä	Tuotanto
VIESTI	Aikataulu ja suunnittelua	Ruokapaikan sijainti kuvina, catering sijainti, ajo-ohjeet ja muuta yleistä	Kun tarvitaan nopeita vastauksia tai kun asioita pitää selvittää	Kaikille meneviä ohjeistuksia ja henkilökohtaisia keskusteluita	Mikä koskee ainoastaan omaa osastoa	Kuvausryhmää koskevat asiat, joihin reagoidaan välittömästi	Kaikenlaista	Callsheetit, käsismuutokset

**Perjantai 19.2.2021**

KANAVA	WhatsApp / viesti		Puhelu	S-posti	Radiopuhelin		Suullinen	Printti
KUKA VIESTII	Tuotannon ryhmä: Tuotanto, järkkä, appari, catering / hygienia	Yleinen ryhmä: Tuotanto, appari, järkkä, catering, maski, puku, ääni	Tuotanto, catering	Kaikki osastot	Oma kanava: kamera, valo, järkkä	Yleinen kanava: setissä oleva työryhmä	Koko työryhmä	Tuotanto
VIESTI	Aikataulu ja suunnittelua	Ruokapaikan sijainti kuvina, catering sijainti, ajo-ohjeet ja muuta yleistä	Kun tarvitaan nopeita vastauksia tai kun asioita pitää selvittää	Kaikille meneviä ohjeistuksia ja henkilökohtaisia keskusteluita	Mikä koskee ainoastaan omaa osastoa	Kuvausryhmää koskevat asiat, joihin reagoidaan välittömästi	Kaikenlaista	Callsheetit, käsismuutokset

**Maanantai 22.2.2021**

KANAVA	WhatsApp / viesti		Puhelu	S-posti	Radiopuhelin		Suullinen	Printti
KUKA VIESTII	Tuotannon ryhmä: Tuotanto, järkkä, appari, catering / hygienia	Yleinen ryhmä: Tuotanto, appari, järkkä, catering, maski, puku, ääni	Tuotanto, järkkä, catering	Kaikki osastot	Oma kanava: kamera, valo, järkkä	Yleinen kanava: setissä oleva työryhmä	Koko työryhmä	Tuotanto
VIESTI	Aikataulusta ja suunnittelua	Ruokapaikan sijainti kuvina, catering sijainti, ajo-ohjeet ja muuta yleistä	Kun tarvitaan nopeita vastauksia tai kun asioita pitää selvittää	Kaikille meneviä ohjeistuksia ja henkilökohtaisia keskusteluita	Mikä koskee ainoastaan omaa osastoa	Kuvausryhmää koskevat asiat, joihin reagoidaan välittömästi	Kaikenlaista	Callsheetit, käsismuutokset

**Tiistai 23.2.2021**

KANAVA	WhatsApp / viesti		Puhelu	S-posti	Radiopuhelin		Suullinen	Printti
KUKA VIESTII	Tuotannon ryhmä: Tuotanto, järkkä, appari, catering / hygienia	Yleinen ryhmä: Tuotanto, appari, järkkä, catering, maski, puku, lavastus, ääni	Tuotanto, järkkä, catering	Kaikki osastot	Oma kanava: kamera, valo, järkkä	Yleinen kanava: setissä oleva työryhmä	Koko työryhmä	Tuotanto
VIESTI	Aikataulu ja suunnittelu	Ruokapaikan sijainti kuvina, catering sijainti, ajo-ohjeet ja muuta yleistä	Kun tarvitaan nopeita vastauksia tai kun asioita pitää selvittää	Kaikille meneviä ohjeistuksia ja henkilökohtaisia keskusteluita	Mikä koskee ainoastaan omaa osastoa	Kuvausryhmää koskevat asiat, joihin reagoidaan välittömästi	Kaikenlaista	Callsheetit, käsismuutokset

**Keskiviikko 24.2.2021**

KANAVA	WhatsApp / viesti		Puhelu	S-posti	Radiopuhelin		Suullinen	Printti
KUKA VIESTII	Tuotannon ryhmä: Tuotanto, järkkä, appari, catering / hygienia	Yleinen ryhmä: Tuotanto, appari, järkkä, catering, maski, puku, lavastus, ääni	Tuotanto, järkkä	Tuotanto, puku, maski	Oma kanava: kamera, valo, järkkä	Yleinen kanava: setissä oleva työryhmä	Koko työryhmä	Tuotanto
VIESTI	Aikataulu ja näyttelijä asioita	Ruokapaikan sijainti kuvina, tavaroita jäänyt, ajo-ohjeet ja muuta yleistä	Kun tarvitaan nopeita vastauksia tai kun asioita pitää selvittää	Kaikille meneviä ohjeistuksia ja henkilökohtaisia keskusteluita	Mikä koskee ainoastaan omaa osastoa	Kuvausryhmää koskevat asiat, joihin reagoidaan välittömästi	Kaikenlaista	Callsheetit, käsismuutokset

**Torstai 25.2.2021**

KANAVA	WhatsApp / viesti		Puhelu	S-posti	Radiopuhelin		Suullinen	Printti
KUKA VIESTII	Tuotannon ryhmä: Tuotanto, järkkä, appari, catering / hygienia	Yleinen ryhmä: Tuotanto, appari, järkkä, catering, maski, puku, lavastus, ääni	Tuotanto, catering / hygienia	Kaikki osastot	Oma kanava: kamera, valo, järkkä	Yleinen kanava: setissä oleva työryhmä	Koko työryhmä	Tuotanto
VIESTI	Aikataulu ja suunnittelua	Ruokapaikan sijainti kuvina, ajo- ohjeet ja muuta yleistä	Kun tarvitaan nopeita vastauksia tai kun asioita pitää selvittää	Kaikille meneviä ohjeistuksia ja henkilökohtaisia keskusteluita	Mikä koskee ainoastaan omaa osastoa	Kuvausryhmää koskevat asiat, joihin reagoidaan välittömästi	Kaikenlaista + kiitokset	Callsheetit, käsismuutokset

## Aivoriihen runko ja teemat

Tavoitteena on kehittää haastatteluista ja havainnoinnista saatuja tuloksia. Keskusteluun osallistui kaksi henkilöä. Aivoriiheen varattiin aikaa yhden tunnin verran.

### **Teema 1: Tapausten viestintämallit**

Kolmen tapausten viestintämallien pääkohtien ja eroavaisuuksien avaaminen.

- Robassa useampi viestijä
- Perunassa 1. apulaisohjaaja kerää tiedon ja tuotantokoordinaattori välittää
- Supercoolissa koordinaattori kerää ja välittää tiedon

1. Mitä ajatuksia tapausten erilaiset viestintämallit herättivät?
2. Mitkä ovat tapausten viestintämallien hyviä puolia ja miten niitä voi hyödyntää suomalaisessa toimintamallissa?

### **Teema 2: Viestintäkanavat**

Avaan, mitkä viestintäkanavat nousivat esille tuloksissa.

1. Mitä ajatuksia nämä herättävät?
2. Tarvitaanko erillistä kanavaa nopealle viestinnälle?
3. Palaverit ovat todella tärkeitä, miten niistä saadaan mahdollisimman hyödyllisiä?