

PODpuhetta

Podcast-sarja podcasteista Suomen kuuntelukulttuurissa

Elsa Kalervo

Viestinnän maisterintutkielma

kevät 2019

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty HUMANISTIS-YHTEISKUNTATIETEELLINEN	Laitos – Department KIELI- JA VIESTINTÄTIETEIDEN
Tekijä – Author Elsa Kalervo	
Työn nimi – Title PODpuhetta: Podcast-sarja podcasteista Suomen kuuntelukulttuurissa	
Oppiaine – Subject Viestintä	Työn laji – Level Viestinnän maisterintutkielma
Aika – Month and year Maaliskuu 2019	Sivumäärä – Number of pages 68
Tiivistelmä – Abstract	
<p>Tämä on työnäytetyyppinen maisterintutkielma, jonka tavoitteena on luoda katsaus Suomen tämänhetkiseen podcast-alaan. Tutkielmassa on kaksi osaa. Ensimmäinen osa tutkielmasta on kirjallisuuskatsaus kansainväliseen podcast-tutkimukseen. Toinen osa on työnäyte, jossa haastatellaan suomalaisia podcast-ammattilaisia. Työnäytteeseen kuuluu myös projektin toteutuksen kuvaus sekä arviointi.</p> <p>Työnäyte toteutettiin podcasteina, jotka toimivat myös itsenäisenä sarjana. Haastattelut arkistoidaan yhdessä kirjallisen työn kanssa ja ovat vapaasti kuunneltavissa. Viisi haastattelua käsittävän sarjan nimi on <i>PODpuhetta</i>. Podcast-sarjassa tavoitteena oli käydä dialogia kotimaisten podcast-asiantuntijoiden kanssa ja selvittää, millaisina he näkevät podcast-alan vahvuudet ja haasteet vuonna 2018. <i>PODpuhetta</i>-haastatteluissa pyritään myös ennustamaan tulevaisuutta ja luodaan katsaus siihen, millaisia muutoksia suomalaisen podcast-kenttään on odotettavissa seuraavan viiden vuoden aikana.</p> <p>Tutkielman kirjallisessa osiossa käydään läpi podcastien historiaa ja määritellään podcast-termi. Podcast voidaan määritellä joko teknisen toteutuksen tai sisällön mukaan. Erityisesti sisältömääritelmä osoittautui häilyväksi ja <i>PODpuhetta</i>-podcasteissa tuli ilmi, että myös alan asiantuntijoilla on eriäviä näkemyksiä siitä, millainen sisältö täyttää podcastin määritelmän. Kirjallisuuskatsauksessa vertaillaan podcasteja lineaariseen radioon ja radiosta tuttuihin audiosisältöihin, kuten radiodraamaan. Tutkielmassa todettiin, että podcast on herättänyt henkiin vanhoja auditiivisuuteen perustuvia tarinankerrontamuotoja.</p> <p>Tutkielmassa erityisenä kiinnostuksenkohteena on podcastien vuorovaikutteisuus ja yhteisöllisyys. Tavoitteena oli selvittää haastattelujen kautta, otetaanko podcastien vuorovaikutteisuusmahdollisuudet huomioon tuotantoyhtiöissä ja millaisia palautekanavia podcastien kuuntelijoilla on käytettävissään. Tuli ilmi, että podcastit voivat luoda vuorovaikutteisuutta ja yhteisöllisyyttä, mutta toteutuakseen vuorovaikutus vaatii erillisen kanavan.</p> <p>Tutkielma sisältää kirjallisen osion ja viisi podcastia.</p>	
Asiasanat – Keywords viestintä, podcast, audio, radio, radiodraama, kuuntelukulttuuri, vuorovaikutteisuus, yhteisöllisyys, palaute	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopisto / Jyväskylän yliopiston kirjasto	
Muita tietoja – Additional information	

Sisällys

1	Johdanto	5
2	Työn tavoitteet.....	8
3	Podcastin monet ulottuvuudet.....	10
3.1	Mikä on podcast?.....	10
3.2	Keitä ovat podcastien tekijät?.....	14
3.3	Keitä ovat podcastien kuuntelijat?	17
4	Podcast kuuntelukulttuurissa.....	20
4.1	Podcast ja radio	20
4.2	Podcast ja radiodraama	22
4.3	Podcast ja kuunteleva yhteisö	23
5	<i>PODpuhetta</i> -sarjan suunnittelu ja toteutus	29
5.1	Podcast-sarjan suunnittelu	29
5.2	Podcast-sarjan toteutus.....	32
6	Podcast-sarjan esittely	36
6.1	Jakso 1: Podcast-keisari äänen asialla – Olli Sulopuisto.....	36
6.2	Jakso 2: Vaikuttajat äänessä – Hanna Westerholm	37
6.3	Jakso 3: Suplan isähahmo – Johannes Saukko	37
6.4	Jakso 4: Podcastaaja väsy huutamaan tyhjyyteen – Pii Anttonen.....	38
6.5	Jakso 5: Podcastit Areenalla – Aura Lindeberg	39
7	Työn arviointi	41
7.1	Sisällöllisten tavoitteiden saavuttaminen	41
7.2	Teknisten tavoitteiden saavuttaminen.....	44
7.3	Prologi ja introt	46
7.4	Podcast-keisari äänen asialla – Olli Sulopuisto	47
7.5	Vaikuttajat äänessä – Hanna Westerholm.....	50

7.6	Podcastaaja väsyi huutamaan tyhjyyteen – Pii Anttonen	52
7.7	Suplan isähahmo – Johannes Saukko	55
7.8	Podcastit Areenalla – Aura Lindeberg	58
8	Podcast ja tulevaisuus	61
9	Kirjallisuus.....	64

1 Johdanto

”Kuunteleminen elää uutta nousukautta” (Vaarala, 2016), kertoi sanomalehti Keski-suomalainen marraskuussa 2016. Samoihin aikoihin Financial Times julisti podcastien vieneen audioviestinnän uuteen kultakauteen (Ganesh 2016). ”Maailmalla on käynnissä kuuntelemisen vallankumous” (Oinaala 2018), toteaa Helsingin Sanomat huhtikuussa 2018. Vaikka podcasteja on ollut olemassa jo miltei 15 vuotta, ovat monet sitä mieltä, että vasta nyt ne alkavat murtautua valtavirtaan. Puhutaan podcastien renessanssista.

Lyhyimmillään määriteltynä podcast on äänitiedosto, jota julkaistaan verkossa. Suomessa ensimmäiset podcastit tehtiin vuonna 2005. Mukaan buumiin lähtivät nopeasti useat mediatalot, mutta lupaavalta vaikuttanut alkunostus ei johtanut suurempaan suosioon. Pitkään kotimaisia podcasteja teki lähinnä pieni joukko aktiivisia independent-podcastaajia pienelle joukolle aktiivisia kuuntelijoita. Independent- tai indie-podcastit ovat kaupallisen valtavirran ja tuotantoyhtiöiden ulkopuolella syntyneitä ja tuotettuja podcasteja, joiden tekijät ovat usein harrastajia. Viime vuosina podcastit ovat kuitenkin saavuttaneet laajempaa suosiota, ja tänä päivänä niitä tekevät ammattimaisesti esimerkiksi suuret mediatalot, viranomaiset, yliopistot ja julkisuuden henkilöt. Audiosisällön tuottaminen on helppoa ja halpaa, ja sen takia myös independent-podcasteja tehdään edelleen runsaasti. Podcastien aiheet ovat yhtä kirjavia kuin tekijänsäkin. Sisältökirjo kattaa niin laajat, universaalit aihepiirit kuin pienen piirin niche-aiheetkin. Niche-aiheella tässä yhteydessä tarkoitetaan sitä, että podcastilla on suppea tai marginaalinen kohderyhmä.

Podcastien uuteen tulemiseen niin Suomessa kuin maailmallakin on vaikuttanut myös teknologian kehittyminen. Nykyään lähes jokaiselta löytyy taskusta internet-liittymällä varustettu älypuhelin, jonka kautta audiosisältöjä on helppo ladata ja streamata. Elämme on demand -aikakautta, mihin sopii podcastien perusajatus – kuuntele missä ja milloin haluat. Toisaalta podcastien kuuntelijoilla toteutetut kyselyt osoittavat, että audiosisältöjä kulutetaan, koska samalla voi tehdä muutakin. Kädet

jäävät vapaaksi, jolloin esimerkiksi auton ajaminen, urheilu, kotityöt tai suorittava työnteko onnistuu samaan aikaan, kun sivistää tai viihdyttää itseään podcasteilla. Podcastit ovat useimmiten ilmaisia, tosin jotkin kaupalliset tahot keräävät maksua sisällöstään. Tieteellisesti podcasteja on tutkittu erityisesti opetusvälineinä (esimerkiksi Evans 2008, Lee et al. 2008) ja osana radiojournalismia (Bottomley 2015, Berry 2016). Tilastotietoa podcastien kuulijoista toteutetaan vuosittain ympäri maailmaa, mutta podcastien kulttuurillisesta merkityksestä on tehty verrattain vähän tutkimusta. Kotimaista tutkimusta podcasteista on niin ikään vähän. Ryhdyin tekemään maisterintutkielmaa sillä ajatuksella, että se paitsi toimisi läpileikkauksena siihen, mitä podcasteista tiedetään, myös tarjoaisi valistuneita arvauksia siitä, mihin ollaan menossa suomalaisella podcast-kentällä. Osa tutkielmasta on kirjallisuuskatsausta kansainväliseen tutkimukseen ja osa keskustelua alan kotimaisten ammattilaisten kanssa. Keskustelut toteutettiin podcasteina, jotka toimivat myös itsenäisenä sarjana. Viisi haastattelua käsittävän sarjan nimi on *PODpuhetta*. Podcastit arkistoidaan Jyväskylän yliopiston arkistoon yhdessä tämän kirjallisen tutkielman kanssa ja ne ovat vapaasti kuunneltavissa.

Tässä tutkielmassa erityisenä kiinnostuksenkohteena on podcastien vuorovaikutteisuus. Millainen on podcastin tekijän ja kuuntelijan suhde? Puhujan ja kuulijan välille muodostuu käytettävän mediamuodon kautta yhdensuuntainen vuorovaikutussuhde, mutta voiko suhde olla kahdensuuntainen ja mitä se silloin vaatii? Toistaiseksi useimmat podcasteja tarjoavat alustat eivät suoraan mahdollista kuuntelijan yhteydenpitoa tekijään. Toisin kuin esimerkiksi blogeissa, podcastien alla ei ole kommenttikenttää, jota kautta palautteen tai keskustelunavauksen voisi lähettää suoraan ja vaivattomasti. Mahdollinen vuorovaikutus siis toteutuu jossain muualla, ja on usein podcastin tekijän vastuulla kannustaa sekä ohjata kuuntelija osallistumaan keskusteluun. Tätä aihoa käydään läpi erityisesti *PODpuhetta*-haastatteluissa.

Tutkielman yhtenä aiheena on myös podcastien yhteisöllisyys. Verrattuna vaikkapa lähetyvirtaradiioon tai -televisioon, podcastit ovat usein yksin ja itsenäisesti kulutettua sisältöä. Radion liveohjelmaa kuunnellessa syntyy usein vaikutelma koolla olevasta isommasta yleisöstä, joka

kuulee samaan aikaan saman ohjelman, ja voi usein myös olla samanaikaisesti yhteydessä ohjelman tekijöihin. Kuitenkin myös podcastien ympärille saattaa muodostua tiiviitä yhteisöjä, jotka jopa kokoontuvat yhteen kuuntelemaan suosikkipodcastiaan. Myös pienelle yleisölle suunnatut, niche-aiheiden ympärille syntyneet podcastit saattavat parhaimmillaan koota aiheesta kiinnostuneita ihmisiä yhteen tehokkaasti.

2 Työn tavoitteet

Tämän työn tavoitteena on luoda katsaus Suomen tämänhetkiseen podcast-alaan. Tutkielman kirjallisuuskatsauksessa pyrin selvittämään ja selventämään, mikä podcast on ja ketkä podcasteja tekevät. Tavoitteena on ottaa huomioon mahdollisimman laajasti podcastien erilaiset sisällöt, tekniset toteutukset sekä käyttömuodot. Kirjallisuuskatsauksen tavoite on myös selvittää, mitä podcasteista, niiden tekijöistä ja kuuntelijoista sekä tekijöiden ja kuuntelijoiden välisestä vuorovaikutuksesta tällä hetkellä tiedetään Suomessa ja maailmalla.

Tutkielman työnäytteen eli *PODpuhetta*-podcastien tavoitteena on käydä dialogia kotimaisten podcast-asiantuntijoiden kanssa ja selvittää, millaisina he näkevät podcast-alan vahvuudet ja haasteet vuonna 2018. Tavoitteena on yhdessä asiantuntijoiden kanssa ennustaa tulevaisuutta ja ennakoida muutoksia, joita alalle saattaa olla odotettavissa seuraavan viiden vuoden aikana. Tavoitteena on myös selvittää haastattelujen kautta, otetaanko podcastien vuorovaikutteisuusmahdollisuudet huomioon tuotantoyhtiöissä ja millaisia palautekanavia podcastien kuuntelijoilla on käytettävissään. Haastattelujen kautta tavoitteena on niin ikään yhdessä asiantuntijoiden kanssa selkeyttää podcastin määritelmää.

Suunnitelmana on haastatella suomalaisia podcast-vaikuttajia ja alan asiantuntijoita niin laajasti kuin mahdollista lyhyen sarjan puitteissa. Tavoite on kutsua haastatteluun erilaisia näkökulmia omaavia henkilöitä, joilla on selkeä oma näkemys podcasteista ja audioalasta laajemminkin. Haastateltavat on tarkoitus löytää niin, että he edustaisivat mahdollisimman monipuolisesti podcast-alan eri puolia, tekijöitä ja tuotantoyhtiöitä. Pyrin ottamaan huomioon niin kaupallisen puolen, Yleisradion kuin independent-tekijätkin. Tavoitteena on luoda rento keskusteluilmapiiri ja tehdä podcasteista sellaisia, että ne olisivat kiinnostavaa ja viihdyttävää kuunneltavaa paitsi viestintä- ja media-alan ammattilaisille, myös kenelle tahansa podcasteista kiinnostuneelle.

PODpuhetta-podcasteille asetan paitsi sisällölliset, myös tekniset ja laadulliset tavoitteet. Tavoitteena on toteuttaa podcastien ääni mahdollisimman laadukkaasti, mahdollisuuksien mukaan studioolosuhteissa. Tavoitteena on tehdä 4-5 noin 45-60 minuutin mittaista podcastia. Puheäänien lisäksi tulen käyttämään musiikkia podcastien introssa sekä haastatteluosioiden välissä. Musiikin tarkoituksena on selkeyttää pitkiä haastatteluja ja tuoda dynaamisuutta kuuntelukokonaisuuteen. Tavoite on, että podcast-sarja kuulostaa yhtenäiseltä kokonaisuudelta.

Yksi tämän työn tavoitteista on kehittää omaa asiantuntijuuttani audioalalla. Tämän takia aion podcasteja leikatessani käyttää hyväkseni mahdollisuuden tutustua itselleni uusiin editointiohjelmiin ja laajentaa näin teknistä osaamistani sekä ammattitaitoani.

3 Podcastin monet ulottuvuudet

Podcast voidaan määritellä joko teknisen toteutuksen tai sisällön mukaan. Tekniikaltaan podcast on yksioikoisempi määritellä kuin sisällöllisesti, sillä lähestulkoon mitä tahansa verkossa jaettavaa äänisisältöä voi kutsua podcastiksi. Podcastin häilyvä määritelmä vaikuttaa muuttuvan sen mukaan, keneltä kysytään. Tässä luvussa tutustutaan podcastin tekniikkaan, erilaisiin sisältömuotoihin sekä podcastien tekijöihin.

3.1 Mikä on podcast?

Podcast-termin alkuperästä on useita erilaisia syntytarinoita eikä ole täysin selvää, kuka termin on keksinyt. Podcast.com-verkkotunnus rekisteröitiin vuonna 2002 (Morris et. al, 2017, 13) ja toimittaja Ben Hammersley käytti sanaa kuvaillessaan uudenlaista internetradiota helmikuussa 2004 The Guardianin artikkelissa *Audible Revolution* (Hammersley 2004). Jotkut lähteet (esim. Lee et al. 2008, 502) mainitsevat MTV-juontaja Adam Curryn olevan sanan takana. Podcast-termin isänä pidetään myös Dannie Gregoirea, joka syyskuussa 2004 tietävästi ensimmäisen kerran käytti sanaa Yahoo Groups -keskustelussa kuvaillessaan audiosisällön automaattista lataamista internetistä (Morris & Tomasi 2017, 13). Tuli sana podcast ensimmäisenä keneltä hyvänsä, 2000-luvun puolivälissä termi alkoi nopeasti yleistyä internetistä ladattavia äänisisältöjä kuvaavana sanana ympäri maailmaa. Vuonna 2005 sana lisättiin Oxfordin sanakirjaan. Suomen kielitoimiston sanakirjaan sana podcast-lähetys lisättiin kuitenkin vasta vuonna 2018. Berryn (2006, 144) mukaan vuonna 2004 sana podcast toi Google-haussa noin 6000 tulosta, ja vuoden 2005 marraskuussa tuloksia oli jo yli 61 miljoonaa. Nyt, vuoden 2018 marraskuussa, tulokset ovat kymmenkertaiset.

Joidenkin lähteiden mukaan termi podcast on johdettu sanoista iPod ja broadcasting (Tulley 2011, 257), vaikka ainakin Gregoire on kiistänyt kyseisen etymologian (Morris & Tomasi 2017, 13). iPod on Applen suunnittelema ja markkinoima musiikkisoitin, jonka ensimmäinen versio tuli

markkinoille vuonna 2001. iPodin yhdistäminen podcast-termiin koetaan ongelmallisena, sillä se sulkee muiden valmistajien laitteet ulkopuolelle. Myöhemmin podcast-termi on määritelty myös lyhenteeksi sanoista portable on demand casting. Englanninkielinen toimintaan viittaava termi podcasting tarkoittaa äänitiedostojen julkaisua verkossa. Tulley'n (2011, 257) mukaan podcast-termissä yhdistyy uusi teknologia (iPod, portable) ja vanha teknologia (broadcasting).

Vaikka podcast-sanaa ei mielletäisiPodista johdetuksi, on Applella ollut suuri vaikutus podcastien historiaan. Vuonna 2005 Applen iTunes 4.9:n myötä podcastien kuuntelu nimittäin alkoi yleistyä, kun ohjelman uusi versio tuki podcasteja ja toi ne tavallisen kuluttajan saataville. Alle vuosikymmen myöhemmin, vuonna 2013, iTunesin podcast-alustalla oli yli miljardi käyttäjää, saatavilla oli yli 250 000 uniikkia podcast-sarjaa ja yli kahdeksan miljoona yksittäistä jaksoa yli 100 eri kielellä (Williams 2013).

Podcast-termi on yhtäältä tekninen ja toisaalta sisältöön viittaava. Perinteisesti podcastien tekijät julkaisevat RSS (Really Simple Syndication)- tai Atom-syötettä, joiden avulla kuuntelija voi tilata ja ladata äänitiedoston omalle laitteelleen tai streamata tiedostot suoraan verkosta (Wikipedia, podcast). Alun perin podcastien tilaamisen ja automaattisen lataamisen mahdollistava teknologia syntyi 2000-luvun alkupuolella, kun MTV:n juontajana työskennellyt yhdysvaltalainen Mark Curry tuskastui äänitiedostojen internetistä lataamisen hitauteen ja alkoi kehittää tuolloin jo blogeissa käytössä ollutta RSS-syötettä automatisoidakseen prosessin (McClung & Johnson 2010, 83). Curry julkaisi kehittämänsä yksinkertaisen ohjelman avoimella lähdekoodilla, jotta muut voisivat kehittää ja parannella sitä. Syntyi ohjelma nimeltä iPodder, jonka avulla radio-ohjelmien ja muiden äänitiedostojen lataaminen iPodille onnistui automaattisesti. Välissä ei ollut suuria portinvartijamedioita, vaan kuka tahansa saattoi hyödyntää tätä tuoretta innovaatiota. Tämä avoimuus loi podcastien ympärille nopeasti sisältöä luovan ja sitä kuuntelevan yhteisön (Berry 2006, 146).

Myöhemmin, teknologian kehittymisen ja internetyhteyksien nopeutumisen myötä podcastien kuunteleminen on muuttunut. Nykyään on olemassa valtava määrä erilaisia alustoja, joiden kautta podcastit julkaistaan, ja yhä useammin podcastit ovat internetistä suoratoistettavaa eli streamattavaa sisältöä, jota ei ladata lainkaan omalle laitteelle. Suomessa esimerkiksi YLE tarjoaa podcastinsa sekä suoratoistettavaksi että ladattavaksi YLE Areenassa ja Nelonen Median äänisisällöt puolestaan löytyvät Suplasta, jonka kautta sisältöjä pystyy ainoastaan suoratoistamaan, ei lataamaan.

Podcastien alkuaikoina sisällön lataaminen ja kuuntelu vaati aikaa, viitseliäisyyttä ja osaamista. Jos halusi kuunnella audiosisältöä esimerkiksi lenkillä, täytyi tiedosto ensin ladata tietokoneelle ja siirtää sieltä kannettavalle laitteelle. Menduni (2007, 16) totesi, että niin kauan kuin sisältöön käsiksi pääseminen vaatii erityistä teknologista osaamista, on vaikea kuvitella podcasteja valtavirran ajanvietteenä. Hän ennusti, että podcastit ovat vain väliaikainen askel kohti seuraavaa ääniteknologian vaihetta. Tavallaan Mendunin ennustus osoittautui oikeaksi, sillä teknologian kehittyttyä podcasteja ei enää tarvitse ladata tietokoneelle ja erikseen siirtää mobiililaitteille. Nykyään suurin osa kuuntelijoista kuuntelee podcasteja suoraan älypuhelimistaan, missä sisältö kulkee aina mukana ja on pelkän napinpainalluksen takana.

Berry vertasi vuonna 2006 podcasteja printtimedian aikakaus- tai sanomalehtiin. Lehtiä voi ostaa yksittäisnumeroina kioskin hyllyltä tai tilata lehden suoraan kotiin, jolloin se ilmestyy säännöllisesti postilaatikkoon, eikä tilaajan tarvitse tehdä muuta päästäkseen lukemaan haluamaansa sisältöä (Berry 2006, 145). Analogia toimii yhä tänä päivänä.

Podcast-termillä voidaan tarkoittaa myös audion sisällön tai muodon määritelmää. Kyseessä on sisällöllisesti häilyvä termi, jonka alle voidaan koota monenlaisia ja -tyylyisiä internetissä kuunneltavia tai ladattavia ohjelmia. Podcast voi olla radiokanavan lähetysvirrasta tallennettu ja internetiin siirretty, kahden juontajan keskinäiseen jutusteluun perustuva iltapäiväshow musiikkeineen ja studioon soittavine kuulijoineen. Toisaalta podcast voi olla myös viimeisen päälle

hiottu tutkivaa journalismia edustava, tiettyyn aiheeseen keskittyvä ja jakso jaksolta tarinallisesti etenevä äänidokumenttisarja. Niin ikään podcast voi olla alan harrastajan yksin kotonaan äänittämä ja verkkoon lataama monologi. Podcast voi olla minuutin tai useamman tunnin mittainen. Yksiselitteistä määritelmää podcastin sisällöstä tai sisällön muodosta ei ole.

Joitakin yleisesti hyväksytyjä piirteitä podcastien rakenteessa ja muodossa kuitenkin on. Podcastit harvoin syntyvät yksittäisinä tekeleinä. Podcastin luonteeseen kuuluu, että kuulija yleensä sitoutetaan kuuntelemaan usean jakson sarja, jonka jaksot käsittelevät samaa aihepiiriä tai kertovat samaa tarinaa. Minimissään podcasteilla on yksi sama tekijä tai tekijäjoukko, jotka pysyvät samana jaksosta toiseen. Indie-tuotannoissa podcast-jaksot pääsääntöisesti ilmestyvät silloin, kun tekijä niitä haluaa julkaista, mutta kaupallisella puolella jaksot julkaistaan yleensä säännöllisesti ja ennalta ilmoitettuina ajankohtina. Sarjoilla saattaa myös olla ”tuotantokausia”, hyvin samaan tapaan kuin televisiosarjoilla on. Podcast-termillä voidaan tarkoittaa niin yksittäistä jaksoa kuin koko sarjaakin (Bottomley 2015, 166).

Bottomley (2015, 166) toteaa, että vaikka podcast-termillä alun perin tarkoitettiin syötteiden kautta tilattavaa audiosisältöä, käytetään termiä nykyään hyvin laajasti kaikenlaisesta netin kautta ”milloin vain, missä vain” kuunneltavasta sisällöstä. Podcastit ovat siis on demand -ohjelmaa, jota kuunnellaan silloin, kun se kuuntelijalle itselleen sopii, ja kuuntelija voi itse päättää, millaista ohjelmaa hän haluaa kuunnella. On demand tarkoittaa palvelua tai toimintaa, joka vastaa käyttäjän tarpeeseen tarvittaessa tai vaadittaessa (Wikipedia, on demand). Podcast-alan kasvua voidaan verrata muiden on demand -palveluiden valtavirtaistumiseen. Esimerkiksi YouTuben ja Netflixin valtakausi alkoi samoihin aikoihin kuin ensimmäiset podcastit ilmestyivät. YouTube syntyi vuonna 2005 ja Netflix aloitti tarjoamaan elokuvia verkossa nopeasti sen vanavedessä. Vaikka lähetysvirtaradiolla ja -televisiolla on yhä ainakin Suomessa oma vankka asemansa, ihmiset arvostavat yhä enemmän sitä, että saavat itse päättää, milloin ja minkälaista mediasisältöä he kuluttavat.

2000-luvun puolivälissä podcastit edustivat uutta teknologiaa, mutta kuten Tulley (2011, 257) linjaa, ne toivat uudestaan pintaan myös jotain vanhaa. Podcastien yleistymiseen saakka informaatio kulki internetissä voittopuolisesti teksti- ja kuvamuodossa, mutta uusi oraalisuuteen ja auditiivisuuteen perustuva tapa jakaa informaatiota sulautti yhteen tuoreen teknologian ja suullisen tarinankerrontaperinteen. Tosin, toisin kuin iltanuotiolla kerrotut tarinat, podcasteja voidaan tallentaa, muokata jälkikäteen ja kuunnella yhä uudelleen.

Voisi siis sanoa, että sisällöllisesti podcasteilla on pidempi historia kuin podcastilla teknisenä mediamuotona. Ennen podcasteja oli internetradio ja audiobloggaus, jonka juuret ulottuvat 1980-luvulle asti (Wikipedia, podcast). Nykyään harva enää puhuu audiobloggaamisesta, sillä käsite on sulautunut podcastaamiseen, mutta podcast on yhä edelleen hyvin vahvasti blogien rinnalla kulkeva media. Suomessa esimerkiksi suosittua Kasper Diem -blogia kirjoittava Kasper Strömman tekee Kasper & Mikko podcast -podcastia yhdessä Mikko Pykärin kanssa, ja Valeäitinä tunnettu bloggaaja Hanne Kettunen ryhtyi tekemään omaa podcastia vuonna 2016. Blogiportaalien rinnalle on syntynyt ja liittynyt podcast-alustoja, joista yksi esimerkki on vaikuttajaverkosto Asennemedian yhdistyminen podcasteja tarjoavat Wecastin kanssa.

3.2 Keitä ovat podcastien tekijät?

Podcastien tekijäjoukko on yhtä kirjava kuin niiden aihekirjokin. Kuten yllä on todettu, podcastin tekemiseen vaadittava teknologia on halpaa ja helposti saatavilla. Näin ollen käytännössä kuka vain voi ryhtyä tekemään omaa podcastia – tarvitaan vain jotain sanottavaa. Indie-puolella tämä lienee ainoa kaikkia podcastin tekijöitä yhdistävä asia. Kaupallisella puolella podcastien tekijät ovat usein valmiiksi tuttuja jostain muualta – somevaikuttajia, bloggaajia, toimittajia tai muita julkisuuden henkilöitä, joilla on jo valmis yleisö.

Markman ja Sawyer (2014, 21) määrittelevät podcastit uudenlaisena tai hybridinä mediana, joka on yhtä lailla amatöörien kuin radioalan ammattilaistenkin saavutettavissa. Samassa yhteydessä todetaan, että tämä tuore audiomedia tarjoaa samanaikaisesti perinteisen radion tekijöille ja tuottajille mahdollisuuden laajentaa yleisöään ja amatööreille mahdollisuuden ryhtyä mediatuottajiksi perinteisten ”portinvartijakanavien” ulkopuolella. Podcastit myös hämärtävät tuottajan ja vastaanottajan rajaa, sillä podcastien kuuntelija voi halutessaan ryhtyä suhteellisen vaivattomasti ja vähillä resursseilla omien podcastien tuottajaksi – tarvitaan vain halu puhua ja tuottaa sisältöä. Työvälineiksi riittää internet-yhteys, mikrofoni ja tietokone tai älypuhelin, jolla podcastin voi tehdä alusta loppuun.

Berryn (2006, 152) mukaan teoriassa podcast-alustan vapaus mahdollistaa sen, että kenellä tahansa podcastin tekijällä on yhtäläiset mahdollisuudet onnistua saavuttamaan suuria yleisöjä ja menestyä. Käytännössä tämä on kuitenkin hankalampaa tuntemattomille amatööreille, joilla on rajallisemmat resurssit kuin suurilla mediataloilla tai tekijöillä, joilla on jo valmis yleisö. Laajaa suosiota saavuttaneilla podcasteilla on usein taustallaan tunnettu brändi, ohjelma tai tekijä ja seuraajien joukko esimerkiksi sosiaalisessa mediassa, jossa podcastia on helppo markkinoida. Näin podcast voidaan saada nousemaan suosittujen podcastien listalle, jota selatessa satunnaiset uudet kuulijat saattavat törmätä siihen (Berry 2015, 301). Podcastit ovat monille mahdollisuus ”tehdä radiota” omilla säännöillä, irrallaan radioalan normeista (Markman ja Sawyer 2014, 31).

Radioalan ulkopuolella tehtävien podcastien aiheet kumpuavat usein tekijöidensä omasta asiantuntijuudesta, työstä, harrastuksista tai kiinnostuksenkohteista. Kotimaisena esimerkkinä mainittakoon esimerkiksi *Sivumennen*-kirjallisuuspodcast ja -blogi, jonka tekijät Johanna Laitinen ja Jonna Tapanainen työskentelevät Gummerus-kustantamossa toimituspäällikkönä ja tiedottajana. Tekijät voivat podcastissaan käyttää oman alansa asiantuntijuutta ja asemaansa tuottaessaan kirjallisuudesta kiinnostuneille kuulijoille uutta sisältöä ja kirjavinkkejä keskinäisten keskustelujensa kautta.

Podcastien alkuaikoina sisältöä tuottivat lähinnä amatöörit ja harrastajat, mutta hyvin nopeasti myös valtamedioiden ryhtyivät tekemään omia sisältöjään verkkoon. Menduni (2007, 9) toteaa, että kaupalliset radiokanavat alkoivat tuottaa podcasteja lähinnä lisätäkseen kuulijoiden osallisuutta ja sitouttaakseen kuulijoita vahvemmin tuotettavaan sisältöön. Yhdysvalloissa suuret toimijat media-alan ulkopuoleltakin heräsivät nopeasti podcastien mahdollisuuksiin. Esimerkiksi ilmailu- ja avaruushallintovirasto NASA ryhtyi tekemään omia podcasteja tuotteliaasti 2000-luvun puolivälissä.

Suomen ensimmäinen podcastaaja on todennäköisesti ollut muusikko ja radioamatööri Lauri Hannu, joka julkaisi ensimmäisen FcLate -indiepodcastinsa toukokuussa 2005. Valtamedian edustajista ensimmäisenä uudenlaisten äänituotantojen tekemiseen ryhtyi YLE, joka aloitti oman podcast-kokeilunsa saman vuoden syyskuussa. Kaupalliset toimijat seurasivat pian perässä. Kiinnostavaa on, että seuraavana vuonna suomalaiset valtamedioiden YLE:n ja Helsingin Sanomien johdolla alkoivat julkaista verkossa myös blogeja. Suuret sosiaalisen median alustat, kuten MySpace ja ennen kaikkea Facebook taas löivät läpi Suomessa vuotta myöhemmin. Podcastien, blogien ja sosiaalisen median nousu tapahtui Suomessa siis pitkälti samaan aikaan.

Podcasteja on alusta asti käytetty myös opetuksessa. On demand -äänitiedostot palvelevat liikkuvaa oppimista eli m-oppimista (mobile learning), joka on e-oppimisen muoto. Omalle laitteelle ladattavat luennot ja muut äänimateriaalit ovat ylivoimaisia opetustyökaluja, sillä ne antavat opiskelijoille mahdollisuuden opiskella silloin, kun heille parhaiten sopii (Evans 2008, 492). Podcasteja käytetään korkeakouluopetuksessa ympäri maailmaa ja äänitettyjä opetusmateriaaleja sekä luentosarjoja tarjotaan myös iTunes U:n kautta ladattavaksi kenelle tahansa. iTunesin kautta voi opiskella muun muassa Harvardin, Oxfordin tai Cambridgen kaltaisten huippuyliopistojen äänimateriaalien avulla. Toisalta podcasteja on käytetty opetuksessa myös opiskelijoiden itsensä tuottamina. Lee et al. (2008, 516) tutkivat opiskelijoiden ryhmätyönä tekemiä podcasteja ja totesivat, että podcast ryhmätyön

välineenä mahdollistaa dynaamisemman ja dialogisemman lopputuloksen, kuin esimerkiksi essee, raportti tai PowerPoint-esitys.

Myös useat uskonnolliset ryhmät, kirkot ja seurakunnat hyödyntävät podcasteja laajalti. Uskonnollisia audiomediasisältöjä kutsutaan yleisesti godcasteiksi. The New York Times kirjoitti vuonna 2005, kuinka seurakuntalaisten ei välttämättä tarvitse olla sunnuntaisin paikalla jumalanpalveluksessa kuullakseen saarnan, jos se julkaistaan podcastina verkossa (Ralli 2005). Nykyään podcasteina voi kuunnella muun muassa paavi Franciscuksen puheita, hindugurujen opetuksia tai vaikkapa vuodesta 2005 asti julkaistua *Mormon Stories* -mormonipodcastia.

3.3 Keitä ovat podcastien kuuntelijat?

Edison Researchin vuonna 2017 toteuttaman markkinatutkimuksen mukaan yhdysvaltalaiset podcast-käyttäjät ovat keskimäärin 18 - 54 -vuotiaita ja kuuntelevat podcasteja älypuhelimella kotonaan (51 %) tai autossa (22 %). Saman tutkimuksen mukaan podcastien suosio jatkaa kasvuaan ja viime vuonna 40 prosenttia amerikkalaisista on joskus kuunnellut podcasteja. Pieni enemmistö, 56 prosenttia heistä on miehiä. Yhdysvaltalaiset podcastien kuuntelijat ovat keskimääräisesti hyvin toimeentulevia ja koulutettuja. Edison Researchin mukaan säännöllisesti podcasteja kuuntelevat arvostavat mainoksista vapaata kuuntelukokemusta ja ovat yleensä uskollisia kuulijoita – suurin osa kuuntelee aloittamastaan podcast-sarjasta kaikki tai suurimman osan jaksoista. (The podcast consumer 2017.)

Brittiläisen RAJARin (Radio Joint Audience Research Limited) ja Ofcomin (Office of Communications) tekemän tutkimuksen mukaan vuonna 2017 noin neljäsosa (24 %) yli 15-vuotiaista briteistä kertoi kuunnelleensa podcasteja ainakin kerran. Kuitenkin vain 8 prosenttia kertoi kuuntelevansa podcasteja viikottain. Vertailun vuoksi puheradiota kertoi viikottain kuunnelleensa vajaat 35 prosenttia vastaajista. Näistä 37 prosenttia kuunteli myös podcasteja, ja podcastin

kuuntelijoista hiukan yli puolet (55 %) kuunteli myös puheradiota. Ofcomin mukaan suurimmat syyt podcastien kuuntelemiselle olivat niiden kiinnostavuus (51 %) ja opettavuus (26 %). Myös Britanniassa podcasteja usein kuuntelevat ovat keskimääräistä korkeammin koulutettuja. (Annicelli, 2017.)

Suomessa Tilastokeskuksen vuonna 2017 toteuttamassa Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö - tutkimuksessa selvitettiin erilaisia internetin käyttötarkoituksia matkapuhelimella ja tablettitietokoneella. Tutkimukseen osallistuneista suomalaisista 8 prosenttia kertoi kuunnelleensa podcasteja matkapuhelimella viimeisen kolmen kuukauden aikana. Tabletilla luku oli 2 prosenttia. Vuonna 2015 vastaavat luvut olivat 6 % ja 2 %. Näiden lukujen valossa podcastien kuuntelu mobiililaitteilla on vielä melko marginaalista, mutta hienoisessa nousussa. (Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö, 2017.)

Suomalaisten kaupallisten radioiden kattojärjestö RadioMedia ry julkaisi syksyllä 2018 Norstatin kanssa toteuttamansa tutkimuksen, jonka mukaan jo noin miljoona suomalaista kuuntelee podcasteja kuukausittain. Kyselytutkimuksessa haastateltiin 1 081 15-64 -vuotiaista suomalaista. Kyselyn mukaan ikä korreloi selvästi podcastien tunnettuuden kanssa. Nuoremmissa ikäryhmissä podcastit tunnetaan hyvin, vanhemmissa hiukan huonommin. Lähes 90 prosenttia alle 30-vuotiaista suomalaisista tietää, mikä on podcast. Koko otannasta luku oli 69 prosenttia. Tutkimuksen mukaan liki 40 prosenttia 15 - 29 -vuotiaista ja 35 prosenttia 20 - 44 -vuotiaista ovat kuunnelleet podcasteja kuluneen kuukauden aikana. Neljännes kertoi aikovansa lisätä podcastien kuuntelua lähitulevaisuudessa. Suomalaiset kuuntelevat pääsääntöisesti kotimaisia podcasteja, mutta reilu kolmasosa kertoi kuuntelevansa myös muun kielisiä sisältöjä. (Podcast, podcast. Tutkimus podcastien kuuntelusta, 2018.)

Kotimaisen kyselyn mukaan merkittävä osa podcastien kuuntelusta tapahtuu muiden toimien ohella. Valtaosa (77 %) kuuntelee podcasteja kotonaan älypuhelimella (72 %). 36 prosenttia vastaajista kertoi

kuuntelevansa podcasteja kotitöiden lomassa, 32 prosenttia autossa, 24 prosenttia töiden tai opiskelun ohessa ja 14 prosenttia liikuntaa harrastaessaan. Noin kolmasosa (31%) vastaajista ilmoitti keskittyvänsä ainoastaan podcastiin sitä kuunnellessaan. Tärkeimmät motiivit podcastien kuunteluun ovat halu viihtyä (63 %) ja rentoutua (45 %), mutta podcasteja kuunnellaan myös halusta oppia uutta (32 %). Podcastien kiinnostavimmat aihealueet vaihtelevat merkittävästi sukupuolesta tai iästä riippuen. Miehiä kiinnostaa eniten musiikki, komedia, urheilu, teknologia sekä uutiset ja ajankohtaiset asiat. Naisilla kärkeen nousevat uutiset ja ajankohtaiset asiat, ihmissuhde- ja perheasiat, musiikki sekä kauneus ja terveys. (Podcast, podcast. Tutkimus podcastien kuuntelusta, 2018.)

Kuunteleminen ylipäänsä vaikuttaa elävän nousukautta. Suomen Kustannusyhdistyksen vuoden 2016 tilastojen mukaan yleisen kirjallisuuden kategoriassa ladattavien äänikirjojen myynti kasvoi 262 000 eurolla edellisvuoteen verrattuna (Sähköisten julkaisujen myynti, 2016). E-kirjoja sekä ladattavia tai streamattavia äänikirjoja palvelussaan tarjoavan BookBeatin toimitusjohtaja Niclas Sandin on marraskuussa 2016 kertonut, että hieman yli 70 prosenttia palvelun Suomessa kulutettavista sisällöistä on äänikirjoja (Vaarala, 2016). Sandinin mukaan Ruotsissa osuus on vieläkin suurempi ja siellä äänikirjamarkkinat ovat kokonaisuudessaan isommat kuin e-kirjamarkkinat.

Äänikirjojen ja podcastien kuuntelua yhdistää se, että niiden ääreen syvennyttään. On esimerkiksi todettu, että yhdysvaltalaisen *This American Life* -radio-ohjelman podcast-version kuuntelijat kuuntelevat tarkkaavaisesti ja visualisoivat kuulemaansa vahvasti, samaan tapaan kuin vanhan ajan radiodraamoja on kuunneltu (Johnson 2007, Markmanin ja Sawyerin (2014, 22) mukaan). Podcasteja kuunnellessa siis keskityttään kuunteluun. Lähetysvirtaradiota taas saatetaan usein käyttää taustahälynä, jonka kuunteluun ei ole tarkoitukseen keskittyä tarkemmin.

Markkinoinnin ja rahoittajien näkökulmasta podcastit voivat olla kiinnostava vaihtoehto, sillä on todettu, että paljon podcasteja kuuntelevat sietävät mainoksia hyvin ja suhtautuvat pääosin myönteisesti podcasteissa mainostaviin yrityksiin (McClung & Johnson 2010, 93).

4 Podcast kuuntelukulttuurissa

Tässä luvussa käsitellään podcasteja kolmesta eri näkökulmasta. Ensin verrataan podcasteja radioon, mikä on hyvin yleinen näkökulma, kun käsitellään internetin audiosisältöjä. Toisessa alaluvussa käsitellään perinteistä radiodraamaa ja kuunnelmia sekä niiden kaltaisia podcasteissa esiintyviä sisältömuotoja. Viimeiseksi päästään podcastien yhteisöllisyys -aiheeseen, jota käsitellään erityisesti yhden maailmanlaajuisesti vahvaa yhteisöllisyyttä synnyttäneen podcastin, *Serialin* kautta.

4.1 Podcast ja radio

Varhaisemmassa tutkimuksessa podcasteja pidettiin lähinnä radion jatkeena, eikä niinkään omana medianaan (Bottomley 2015, 166). Myös Berry (2016, 8) toteaa, että alussa podcasteista ennustettiin perinteisen radion seuraavaa muotoa, jonka avulla radio voisi selvitä uuden teknologian murroksessa. Menduni piti vuonna 2007 podcasteja siltana internetradion sekä perinteisen langattoman radion välillä ja vertasi podcasteja radion historian alkuaikoihin sekä 1910- sekä 1920-lukujen radioamatööreihin, jotka rakensivat itse omat lähettimensä ennen kuin radiosta tuli massamedia. Hän ennusti, että podcastit ovat vain yksi välivaihe teknologiamurroksessa, jossa radio etsii uusia tapoja kohdata digitaalinen tulevaisuus (Menduni, 2007, 11).

Samalla podcasteja kuitenkin pidettiin vähintäänkin haasteena, ellei jopa uhkana lähetysvirtaradiolle – spontaanisti markkinavoimien ulkopuolella syntyneenä uutena mediamuotona, joka haastaa radiotaloja kyseenalaistamaan vakiintuneita käytänteitä (Berry 2006, 144). Myöhemmin on kuitenkin osoittautunut, että lähetysvirtaradio ja podcastit voivat tukea toisiaan ja podcastit ovat tarjonneet perinteisille radioasemille mahdollisuuden laajentaa yleisöään. Monet mediatalot ovatkin laajentaneet toimintaansa podcastien puolelle menestyksekkäästi niin Suomessa kuin maailmallakin.

Murrayn (2009, 199) mukaan podcastit tarjoavat kuulijoille ”mahdollisuuden vapautua live-lähetysten vaatimusten tyranniasta”. Podcastin yleisö on itse vastuussa omasta kuuntelustaan, kun taas radion lähetysvirran kuuntelija on lähetettävien ohjelmien armoilla. McClung ja Johnson (2010, 91) toteavatkin podcastien kuuntelijoita käsittelevässä tutkimuksessaan, että yleinen syy valita podcastit lähetysvirtaradion sijaan on kontrolli – yleisö haluaa yhä enemmän kontrolloida itse omaa ajankäyttöään ja kuunteluaan. Osaltaan tämä tekee kuuntelusta aktiivisen ajanvietteen.

Radio on perinteinen media, joka on Suomessa selvinnyt internet-ajan murroksessa hyvin. FinnPanelin vuonna 2017 toteuttaman valtakunnallisen radiotutkimuksen mukaan radio on edelleen suosituin audiosisältöjen lähde ikäryhmästä riippumatta. Vuonna 2017 radiota kuunteli viikoittain 93 prosenttia ja päivittäin 74 prosenttia suomalaisista. Radion kuuntelu jakaantui puoliksi Yleisradion ja kaupallisten kanavien kesken. Radiota kuunnellaan edelleen eniten perinteisistä vastaanottimista, mutta erityisesti alle 45-vuotiaiden ikäryhmässä entistä enemmän (36%) mobiililaitteella. (Radionkuuntelu Suomessa 2017.)

Nykypäivänä radio on levinnyt perinteisistä radiovastaanottimista verkkoon, mobiilisovelluksiin sekä sosiaaliseen mediaan, jossa se käyttää monimediaisesti hyväkseen niin ääni-, kuva- kuin videoformaattiakin. Podcastien voidaan katsoa olevan jatkumo tätä kehitystä, eikä podcastien enää katsota uhkaavan perinteistä lähetysvirtaradiota. Enemmänkin ne ovat rinnakkaiset mediat, joiden välillä voi saumattomasti kulkea samaa sisältöä (Berry 2016, 9). Podcast-termiä käytetään myös lähetysvirtaradiossa jo aiemmin kuulluista radio-ohjelmista, jotka on tallennettu ja siirretty verkkoon. Toisaalta toisinaan verkossa jo aiemmin julkaistut podcastit saatetaan lähettää myös perinteisillä radiotaajuuksilla (Bottomley 2015, 167).

Berry (2016, 9) linjaa, että sama sisältö voi olla yhtä lailla lähetysvirrassa kuunneltava radio-ohjelma kuin verkosta tilattava podcast. Toisaalta puhtaasti pelkästään verkossa esiintyvät podcastit voivat olla radioasemien tuottamia, toteuttamia sekä niiden levittämiä, vaikkei sisältöä ole koskaan

tarkoitettukaan kuultavaksi radion normaalissa lähetysvirrassa. Berryn (2015, 172) mukaan Street (2012, 112) toteaa, että media, jota on aiemmin kutsuttu ”radioasemaksi” on yhä enemmän muuttumassa ”audiokokemusten alustaksi”, joka tarjoaa monenlaista ja monenmuotoista sisältöä kuulijoilleen.

4.2 Podcast ja radiodraama

Kuten jo aiemmin on todettu, vaikka podcastit kuuluvat niin sanottuun uuden median aaltoon ja ovat syntyneet teknologian kehittymisen seurauksena, ne ovat tuoneet mukanaan myös vanhoja ilmiöitä, joista on tullut uudestaan ajankohtaisia. Yksi tällainen ilmiö on radiodraama. Wikipedia määrittelee radiodraaman kuunnelmaksi, joka on näytelmästä kehittynyt, pelkästä äänestä koostuva taidemuoto (Wikipedia, radio drama). Ihmisäänen lisäksi kuunnelmassa käytetään usein myös äänitehosteita ja musiikkia. Produktiot voivat olla joko etukäteen nauhoitettuja tai suorana lähetettäviä.

Suomessa kuunnelmia on esitetty Yleisradion perustamisvuodesta 1926 lähtien (Kallio 2016, 12). Aikojen saatossa radiodraamaa on tehty muillakin kanavilla, mutta eniten kuunnelmia tuotetaan edelleen Ylellä. Vuonna 2014 radiodraamaa lähetettiin Ylen kanavilla yhteensä noin 417 tuntia (Suomen näyttelijäliitto 2015). Suurimman osan suomalaisista kuunnelmista tuottaa Ylen Radioteatteri, joka on ollut toiminnassa vuodesta 1948 lähtien (Wikipedia, radioteatteri).

Yhdysvalloissa radiodraaman kulta-aika oli 1930- ja 1950 -luvuilla. Sen jälkeen television tulo alkoi vaikuttaa kuunnelmien tekemiseen ja niiden määrä romahti. Viime vuosina kuunnelmia on lähetetty yhdysvaltalaisilla radiokanavilla enää hyvin harvakseltaan. Kuunnelmia pidetään laajalti vanhentuneena ja vanhanaikaisena radiona. Sen sijaan taiteenlajin kotimaassa, Britanniassa, BBC tuottaa yhä satoja tunteja kuunnelmia vuosittain ja palkkaa maan kirkkaimpia tähtiä radioteatterien näyttelijöiksi. (Bottomley 2015, 182.)

Podcastit ovat kuitenkin tarjonneet radiodraamalle uuden mahdollisuuden myös Yhdysvalloissa. Bottomley (2015) nostaa esille vuonna 2012 alkaneen ja edelleen käynnissä olevan independent-podcast-sarjan *Welcome to Night Vale*, jota voidaan pitää uudestisyntyneenä radiodraamana. Se on Yhdysvalloissa hyvin suosituksi noussut satiiri kuvitteellisen yhdysvaltalaiskaupungin paikallisradiosta. Myöhemmin podcastin rinnalle on myös kirjoitettu samanniminen romaani ja se on synnyttänyt useita tytäripodcasteja. *Welcome to Night Vale* on esimerkki siitä, että podcastit mahdollistavat uudenlaisien luovien audiotuotantojen synnyn ja tukevat taidemuotoja, jotka ammentavat vanhasta radioperinteestä ja uusintavat sitä (Bottomley 2015, 183).

Myös Suomessa on tehty samankaltainen podcast-sarja. Näyttelijä-kirjailija Antti Holman *Radio Sodoma* on Yleisradion vuonna 2017 tuottama yhden kauden ja kahdeksan noin kymmenminuuttisen jakson pituinen radioparodia Helvetin ainoasta ja suosituimmasta radiokanavasta. Tammikuussa 2019 Yle ilmoitti, että *Radio Sodomasta* julkaistaan toinen kausi. *Radio Sodomian* huumori on räävittömämpää kuin amerikkalaisen serkkunsa, mutta kummankaan materiaali ei varsinaisesti olisi sopivaa valtakunnallisen prime time -radion ohjelmavirtaan, eikä niitä ole radiossa koskaan kuultukaan. Kesällä 2018 Yle Areena julkaisi *Leevi and the Leavings* -muusikko Gösta Sundqvistin elämäkerran läpikäyvän 20-osaisen *Itkisitkö onnesta* -radiodraaman, joka lähetettiin myös Yle Radio Suomessa. Areenassa kuunnelma oli kuultavissa rajoitetun ajan. Teos on toteutettu hyvin perinteiseen kuunnelmatyyliin ja siitä tuli Radio Areenan toistaiseksi suurin hitti (Kumén, 2018). Joulukuussa 2018 kuunnelmasarja julkaistiin myös seitsemän levyn CD-boksina, mikä lienee nykypäivänä melko harvinaista tämänkaltaiselle audiosisällölle.

4.3 Podcast ja kuunteleva yhteisö

McClung ja Johnson (2010, 91) totesivat podcastien kuuntelijoita tutkiessaan, että podcasteja kuunnellaan paitsi ajanvietteenä, myös niiden sosiaalisen ja yhteisöllisen aspektin vuoksi. Etenkin podcasteja paljon kuuntelevat painottivat erityisen paljon niiden sosiaalista puolta, jonka ytimessä on

keskustelu muiden kuuntelijoiden kanssa sosiaalisessa mediassa. (MacClung & Johnson 2010, 93). Berryn (2006, 146) mukaan podcastit ovat ”horisontaali” media: tuottajat ovat kuluttajia ja kuluttajista tulee tuottajia, jotka ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Tällaisessa ruohonjuuritason toiminnassa ei ole hierarkiaa, vaan podcastaajat tukevat toisiaan, markkinoivat toistensa töitä ja jakavat omaa osaamistaan. Podcastit siis luovat yhteisöjä paitsi kuuntelijoidensa myös tekijöidensä ympärille.

Podcastien yhteisöllisyyttä tarkastellessa ei voi olla ottamatta huomioon maailman tunnetuimpiin podcast-sarjoihin kuuluvaa amerikkalaista *Serialia*. Berry (2015, 170) linjaa, että *Serial* on merkittävä merkkipaalu podcastien historiassa. Monessa amerikkalaisessa sanomalehdessä julistettiin vuonna 2014, että 12 jakson ajan viikoittain ilmestynyt *Serialin* ensimmäinen kausi on suurin koskaan tehty podcast. Maailmalla tunnutaan olevan yhtä mieltä siitä, että *Serialin* ensimmäinen kausi käynnisti niin kutsutun podcastien renessanssin. Berryn (2015, 170) mukaan on pitkälti *Serialin* ansiota, että kymmenen vuotta ensimmäisten podcastien syntymän jälkeen, moni kiinnostui verkon audiosisällöistä uudestaan ja vahvemmin kuin koskaan ennen. Sarja voitti Peabody-palkinnon vuonna 2015, jolloin sen sanottiin olevan ”ensimmäinen kyseenalaistamattomasti valtavirtapodcast” (Peabody 2014). Sen merkitystä ei edelleenkään voi kieltää, sillä se synnytti ympärilleen ennennäkemättömän laajaa keskustelua ja kuuntelijoiden välistä vuorovaikutusta.

Serial syntyi vuonna 2014 *This American Life* -radio-ohjelman tekijöiden tuottamana, mutta ei ollut missään vaiheessa tarkoitettu perinteiseen lähetysvirtaradioon. Emo-ohjelma, *This American Life* sen sijaan lähetetään sekä radiossa että ilmestyy verkossa podcastina. Berry (2015, 304) on todennut, että podcast mediamuotona mahdollisti *Serialin* tutkiville journalisteille työskentelyvapauden, jota perinteinen, lineaarinen radio ei tarjoa. Podcast-muoto salli tekijöille niin ikään vapaamman kielenkäytön, eikä ohjelmaa tarvinnut mahduttaa radion ajallisesti tarkkaan määriteltyihin lähetysslotteihin, mikä antoi myös kuulijoille mahdollisuuden osallistua tarinankerrontaan tarkkaavaisemmin (Berry 2016, 9).

Serialin ensimmäisellä kaudella käsitellään dokumentaarisen dekkarin tyyliin yhdysvaltalaisen lukiolaistytön vuonna 1999 tapahtunutta murhaa. *Serialista* kirjoitettiin laajasti yhdysvaltalaislehdissä, jolloin annettiin ymmärtää, että podcastin suosio aiheutti maailmanlaajuisen liikkeen ja synnytti yhteisön fanaattisia ”internet-etsiviä” (The Guardian, 2016), jotka penkoivat läpi murhatapauksen ja -tutkimuksen pienimmätkin yksityiskohdat. *Serialin* suosion myötä syntyi myös useita ”spin off” -podcasteja, jotka tutkivat samaa murhatapausta, mutta joiden tekijöillä tai tuottajilla ei ollut mitään tekemistä alkuperäisen podcastin kanssa. Berry (2015, 171) toteaa, että tällaisten ”meta-podcastien” synty oli täysin uudenlainen ilmiö radion tai podcastien historiassa. Kuuntelijat myös keskustelivat vilkkaasti sosiaalisessa mediassa, jossa käytiin läpi erilaisia teorioita ja johtolankoja.

Mutta miksi *Serial* on noussut niin merkittävään asemaan lukemattomien muiden podcastien joukosta? Berry (2015, 171) esittää, että se yksinkertaisesti sattui syntymään oikeaan aikaan ja iski oikeaan aiheeseen. *Serial* edustaa merkittävää muutosta podcastien historiassa, mutta muutoksen taustalla on useita osatekijöitä, kuten teknologia, sosiaalinen jakaminen sekä kiinnostava sisältö (Berry 2015, 171). Viihteen sarjatyylinen seuraaminen oli noussut 2010-luvulla uuteen kukoistukseen – televisiosarjoja alettiin arvostaa yhtä lailla kuin elokuviakin ja myös niiden tuotantoon panostettiin aiempaa enemmän. Toisaalta myös äänikirjojen kulutus kasvoi samaan aikaan ja kuuntelemisesta tuli muotia. Berry (2015, 171) vertaa *Serialia* aiemmin samana vuonna ilmestyneeseen televisiosarjaan *True Detective* (HBO 2014), joka nousi suureksi hitiksi maailmanlaajuisesti. Molemmissa selvitetään murhatapausta, mutta toinen on totta ja toinen fiktiota.

Aika siis oli kypsä *Serialin* kaltaiselle hitille. Vaikuttaa siltä, että suosiota edelsi sopivaan suuntaan monella eri osa-alueella vyörynyt lumipalloefekti. Ennen *Serialia* markkinoille oli tullut jo useita muita podcasteja, jotka olivat nousseet suosituiksi ja raivanneet podcasteille väylää valtavirtaan. Myös teknologian muutos ja kehittyminen samoihin aikoihin toivat podcastit uusien, entistä

laajempien yleisöjen saavutettavaksi. Kuuntelun helppoutta myös korostettiin sarjan markkinoinnissa. Berryn (2015, 304) mukaan *Serial* toimi amerikkalaisyleisölle muistutuksensa siitä, että teknologia on kehittynyt ja rohkaisi testaamaan podcastien kuuntelua uudelleen, vaikka yleisö olisikin aiemmin todennut sen olevan teknisesti liian hankalaa ja vaivalloista.

Toisaalta *Serialia* myös markkinoitiin poikkeuksellisen vahvasti ja suurella budjetilla. Se syntyi chicagolaisen WBEZ-radiokanavan suosituksen ohjelman, *This American Lifen* siipien suojaan ja sitä markkinoitiin muun muassa valtakunnallisessa televisiossa. *Serialin* tekijät ovat pitkän linjan radioammattilaisia, ja laatu sekä resurssit kuuluvat ohjelmassa erottaen sen monista muista podcasteista. *Serialia* käytetään edelleen vertailukohtana podcastien laatua arvoettaessa (Berry 2015, 174).

Mutta kenties suurin syy *Serialin* suosioon on sen koukuttavuus. Sarjan jaksot ilmestyivät alun perin kerran viikossa torstaiaamuisin, ja jokainen jakso loppuu eräänlaiseen cliffhangeriin, eli dramaattiseen ja tarinan kesken jättävään lopetukseen, joka saa kuuntelijat palaamaan sarjan pariin seuraavan jakson ilmestyessä. Jaksojen välille jäävän viikon aikana fanaattisimmat kuuntelijat jatkoivat edellisen jakson teemojen ja johtolankojen tutkimista omillaan ja keskustelivat niistä sosiaalisessa mediassa ennustaen tulevia tapahtumia. Berry (2015, 303) kuitenkin huomauttaa, että *Serialin* tekijät eivät aktiivisesti rohkaisseet kuulijoita tällaiseen käytökseen, vaan se syntyi spontaanisti sarjan herättäessä yhä uusia kysymyksiä tosielämän murhamysteristä.

Sarjan kuuntelijoita tutkiessaan Berry (2015, 174) huomasi, että ne kuuntelijat, jotka seurasivat sarjaa sen ollessa käynnissä, yleensä kuuntelivat uuden jakson vuorokauden sisällä sen julkaisusta. Vaikka podcastien luonteeseen kuuluu, että jakson voi kuunnella milloin vain ja missä vain, suurin osa kuuntelijoista halusi kuunnella uuden jakson mahdollisimman nopeasti sen ilmestyttyä, ja moni myös heräsi torstaiaamuisin aikaisemmin, jotta pystyi kuuntelemaan uuden jakson heti tuoreeltaan. Kuuntelijat kehittivät uusien jaksojen ympärille myös ”kuuntelubileitä”, joista viestittiin ja jotka

toteutettiin hajautetusti internetin välityksellä. Bileissä kuuntelijat aloittivat jakson yhtä aikaa ja keskustelivat sen teemoista sosiaalisen median välityksellä. (Berry 2015, 175.)

Kuuntelubileitä järjestettiin myös kasvokkain. The Sydney Morning Herald kirjoitti 19.12.2014 Melbournessa järjestetystä kuuntelu- ja keskustelukokoontumisesta, jossa yli 50 ihmistä kokoontui pop up -baariin kuuntelemaan *Serialin* ensimmäisen kauden tunnin pituista viimeistä jaksoa. Jakson jälkeen järjestettiin ohjattu keskustelutilaisuus. Samantapaisia kokoontumisia järjestettiin ympäri maailmaa *Serialin* viimeisen jakson kunniaksi. (Puvanenthiran 2014.)

Kuuntelukokemus isossa joukossa poikkeaa yksinkuuntelusta. Kuuntelubileiden sääntöjen mukaan jakson aikana ei saa puhua, mutta kuultu kirvoitti enemmän reaktioita – hymähdyksiä, naurahduksia ja huokauksia – kuin yksin kuunneltuna (Bloomgarden-Smoke 2014). *Serialin* esimerkin mukaan muistakin podcasteista on myöhemmin järjestetty kuuntelubileitä ympäri maailmaa.

Kuuntelemisen synkronointi ja keskustelu hajautetusti ympäri maailmaa sosiaalisen median välityksellä on uuden teknologian mahdollistamaa vuorovaikutusta, mutta samaan paikkaan kokoontuvat kuuntelijajoukot on vanha ilmiö. Aikaan, jolloin naapurustossa oli vain yksi radio, kokoontuivat kaikki sen ääreen kuuntelemaan tiettyjä ohjelmia. Ja vaikka radiot lisääntyivät, sama ilmiö jatkui. Sosiaalinen ja kollektiivinen kuunteleminen on siis edelleen ihmisille luontaista, ja jaettu kuuntelukokemus koetaan erilaisena kuin yksin kuunneltu. Berry (2015, 175) toteaa, että vaikka suuret massat eivät enää kokoonnukaan kuuntelemaan radio-ohjelmia livenä silloin, kun niitä lähetetään, tällaisissa kuuntelubileissä kuuntelijat kohtaavat toisiaan kasvokkain ja jakavat samankaltaisia tai jopa vahvempia kokemuksia. Voitaisiin siis väittää, että jopa nykyisessä on-demand -maailmassa yhtä aikaa ja yhdessä jaettu kokemus on yhä tärkeää kuin aiemminkin.

Yksittäisenä podcast-sarjana *Serialin* ensimmäinen tuotantokausi on siis merkittävä, mutta ei välttämättä ainutlaatuinen. Nopeasti sen jälkeen tuotettiin muitakin laajasti markkinoituja ja

suosituiksi nousseita sarjoja, kuten *StartUp* ja *Invisibilia*, jotka synnyttivät samantapaisia sosiaalisia ilmiöitä, vaikkakin pienemmässä mittakaavassa. *Serial* kenties tarjoaa kurkistuksen podcastien tulevaisuuteen, tai ainakin yhteen mahdolliseen tulevaisuuteen ja osoitti, miten ideat ja ilmiöt leviävät sosiaalisen median välityksellä. Toistaiseksi mikään muu podcast ei ole onnistunut synnyttämään yhtä suurta maailmanlaajuista ilmiötä kuin *Serial* vuonna 2014.

5 *PODpuhetta*-sarjan suunnittelu ja toteutus

Tärkeässä osassa tätä maisterintutkielmaa on podcast-sarja *PODpuhetta*. Tämän viisi haastattelua käsittävän sarjan tavoitteena oli tutustua suomalaiseen podcast-kenttään ja kuulla alan ammattilaisten sekä harrastajien näkökulmia podcastien nykytilasta ja tulevaisuudesta. Tässä luvussa käyn läpi podcast-sarjan suunnittelun ja toteutuksen vaihe vaiheelta.

5.1 Podcast-sarjan suunnittelu

Tämän työn tavoitteena oli selvittää, millaisina suomalaiset podcastiasiantuntijat näkevät alansa vahvuudet ja haasteet vuonna 2018. Erityisenä painopisteenä ja viestinnän näkökulmana keskusteluissa oli podcastien vuorovaikutteellisuus ja yhteisöllisyys. Halusin selvittää, otetaanko tuotantoyhtiöissä huomioon podcastien vuorovaikutusmahdollisuudet ja millaisia palautekanavia pitkin kuuntelija voi tavoittaa podcastin tekijän. Haastatteluissa tarkoituksena oli myös haastaa kotimaiset podcast-vaikuttajat pohtimaan alan tulevaisuutta ja kysyä, millainen podcastien kehityksen odotetaan olevan seuraavan viiden vuoden aikana.

Oma taustani on paikallisradiotyössä, ja ennen tätä tutkielmaa olin kuunnellut lähinnä englanninkielisiä podcasteja – alan kotimainen kenttä oli minulle muutamaa poikkeusta lukuunottamatta tuntematon. Aloitin valmistautumisen haastatteluihin kuuntelemalla erilaisia suomenkielisiä podcasteja ja lukemalla aiheesta kirjoitettuja lehtiartikkeleita. Tutustuin myös muutamaaan suomalaiseen podcast-alustaan ja -tuottajaan, kuten Supla, Wecast, RadioPlay, Kieku ja Jaksomedia. Liityin Facebookissa *Podcast Suomi #podcastfi* -ryhmään, jossa keskustellaan podcastien tekemisestä. Keskustelin aiheesta paitsi omalla Facebook-seinälläni, myös muutaman podcasteja kuuntelevan ja tekevän ystäväni kanssa kasvokkain.

Kesällä 2018 ryhdyin kartoittamaan podcastin mahdollisia haastateltavia. Halusin ottaa mahdollisimman laajasti ja monipuolisesti huomioon kaupallisen puolen, Yleisradion sekä independent-tekijät. Aluksi lista oli pitkä ja sitä piti lyhentää määrätietoisesti, jotta sarjasta ei tulisi liian pitkä. Tavoitteenani oli alusta asti tehdä 4-5 noin 45-60 minuutin podcastia. Tavoitteena oli luoda rento keskusteluilmapiiri haastateltavien kanssa ja tehdä podcasteista sellaisia, että ne olisivat kiinnostavaa ja viihdyttävää kuultavaa kenelle tahansa, eikä sarjan kuunteleminen edellyttäisi tutkielman kirjallisen osion lukemista.

Ennen kuin ryhdyin ottamaan yhteyttä mahdollisiin haastateltaviin, olin jo kirjoittanut tutkielman kirjallisuuskatsauksen lähes valmiiksi, lukenut podcasteja käsitteleviä akateemisia töitä ja sanomalehtiartikkeleja sekä tutustunut suosittuihin suomalaisiin podcasteihin. Täten minulle oli jo muodostunut kuva siitä, millaisia aiheita *PODpuhetta*-sarja tulisi käsittelemään. Pohdin ensimmäisenä alustavaa keskustelunaihe- ja kysymyslistaa, jota tarkensin ja täydensin aina kunkin haastateltavan kohdalla. Toimittajana tiesin kokemuksesta, ettei yksikään haastattelu tulisi menemään täysin kysymyspatteriston mukaan, eikä sitä yleensä keskustelun aikana tule juurikaan vilkuiltua, mutta aiheiden listaaminen auttaa jäsentämään omaa mielikuvaa haastattelun kulusta ja toimii myös tukena itse tilanteessa, jos tarve niin vaatii. Pysin niputtamaan kysymyksen aihealueittain, jotta keskustelu etenisi johdonmukaisesti. Kokemuksesta tiesin jo, että aiheesta toiseen tultaisiin kuitenkin todennäköisesti siirtymään hyvin luonnollisella tavalla keskustelun edetessä, eikä kysymyslistan ollutkaan tarkoitus estää tätä, vaikka jotakin suunnitelluista kysymyksistä tai aiheista ei haastattelun aikana sivuttaisikaan.

Jokaisen haastateltavan oma tausta vaikutti siihen, minkälainen painopiste keskusteluissa lopulta oli, mutta jokaisen kanssa halusin keskustella muutamasta yhteisestä aiheesta. Suunnittelin haastatteluja varten muun muassa seuraavat kysymykset: Miten podcastien tekijän ja kuuntelijan välinen vuorovaikutus toteutuu? Syntykö podcastien ympärille yhteisöllisyyttä? Onko podcasteja helppo kohdentaa halutuille yleisöille? Ovatko podcastit löytäneet paikkansa vahvasti visuaalisessa

mediamaailmassa? Toimiiko podcast-markkinointi ja ovatko mainostajat löytäneet median? Miltä ala näyttää Suomessa 5 vuoden kuluttua? Jokaisen haastattelun myös aloitin antamalla haastattelijan kertoa omin sanoin itsestään, taustastaan ja suhteestaan podcasteihin.

Suurin osa radiotyössäni tekemistäni haastatteluista on rajoittunut kaupallisen radion aikavaatimusten mukaan hyvin lyhyeen formaattiin. Useimmiten lähtökohta on ollut se, että neljän minuutin haastattelu on jo liian pitkä. Podcasteja suunnitellessani odotinkin erityisesti pääseväni tekemään haastattelua ilman aikarajoitusta ja ilman ajatusta siitä, että materiaali pitäisi leikata mahdollisimman lyhyeen ja tiiviiseen muotoon. Olin siis valmistautunut kysymään kaikki mieleen tulevat lisäkysymykset ja antamaan haastateltaville kaiken ajan, minkä he tarvitsisivat näkemystensä kertomiseen. Valmistautumiseen vaikutti myös se, että tiesin kaikkien haastateltavien olevan lähtökohtaisesti tottuneita puhujia, sillä useimmat heistä ovat puheen ammattilaisia ja perehtyneitä omaan alaansa. Minun ei siis tarvinnut valmistautua siihen, että haastateltavaa täytyisi erikseen lämmitellä haastatteluun ja olin muutenkin hyvin luottavaisin mielin, että saisimme jokaisen kanssa aikaan kiinnostavaa keskustelua.

Kun olin hahmotellut keskustelunaiheita, luonnostelin haastateltaville lähetettävän sähköpostin päälinjat. Viestissä kerroin, että podcastit tulevat osaksi maisterintutkielmaa ja että ne myös julkaistaisiin paitsi osana sitä, myös mahdollisesti erikseen omana sarjanaan. Mainitsin viestissä myös lyhyesti muutamia aiheita, joista haluaisin haastattelussa keskustella. Tähdensin, että podcasteja itsessään ei tulla käyttämään tutkimusaineistona, vaan tulisin ainoastaan analysoimaan omaa onnistumistani työnäytteen osalta.

Tavoitteena oli toteuttaa podcastien äänenlaatu mahdollisimman laadukkaasti ja studiotasoisesti. Yksi haaste podcastien tekemisessä olikin paikka, missä äänitykset voitaisiin toteuttaa. Kaikki haastateltavat asuivat ja työskentelivät pääkaupunkiseudulla, eikä itselläni ollut verkostoja paikallisiin studioihin. Radiotoimittajan kokemuksestani tiedän, että huono äänenlaatu ei kutsu

kuuntelemaan etenkin pidempää keskustelua, vaikkakin oma korvani on tässä tapauksessa varmasti keskivertoa tarkempi. Joka tapauksessa halusin pyrkiä podcasteissa niin laadukkaaseen lopputulokseen kuin käytettävissä olevilla resursseilla oli mahdollista saavuttaa.

5.2 Podcast-sarjan toteutus

Kun olin luonnostellut keskustelun linjauksia ja rajannut haastateltavien listan muutamaankin henkilöön, otin sähköpostitse yhteyttä ensimmäiseen henkilöön, Jaksomedian Olli Sulopuistoon. Sulopuisto valikoitui haastateltavien joukkoon, sillä hän on ollut laajalti esillä mediassa podcasteista puhuttaessa ja hänelle on myös säilytetty liikanimi ”Podcastkeisari”. Sulopuisto suostui haastatteluun heti, sanoen ”podcastien asia on minun asiani”. Kun olimme sopineet haastatteluajan, kysyin Sulopuistolta näkemyksiä siitä, keitä muita kannattaisi haastatella sarjaa varten. Suurin osa hänen ehdottamistaan henkilöistä olikin jo listallani, mutta Sulopuiston ehdotuksen kautta tutustuin Asennemediaan ja Wecastin Hanna Westerholmiin, jota päädyin lopulta haastattelemaan *Podpuhetta*-sarjaa varten.

Sovimme Sulopuiston kanssa haastattelun Helsinkiin Jaksomedian tiloihin, jolloin pääsimme käyttämään podcastin tekoa varten heidän studiotaan. Päätin, että kävisin tekemässä ensimmäisen haastattelun, ennen kuin ottaisin yhteyttä muihin haastateltaviin. Sulopuiston haastattelu toimi siis osittain ensimmäisenä tunnusteluna aiheeseen ja podcastien toteutukseen.

Sulopuiston haastattelun jälkeen lähetin jo saman päivän aikana sähköpostit Suplan ja Nelonen Median sisältöjohtaja Johannes Saukolle, Wecastin kaupallisten yhteistöiden ja konseptin kehittämisestä vastaavalle Hanna Westerholmille sekä Suomen tuotteliaimpiin indie-podcastajiin kuuluvalla ja Ylen varhaisessa podcast-kokeilussa mukana olleelle Pii Anttoselle. Sovin nämä kolme haastattelua Helsinkiin kahdelle peräkkäiselle päivälle. Ensimmäisenä päivänä haastattelin ensin Westerholmia ja sitten Anttosta. Seuraavana päivänä vuorossa oli Saukko. Sovin kolme haastattelua

kahden päivän sisälle osittain aikataulullisista syistä, sillä jouduin matkustamaan Jyväskylästä Helsinkiin tekemään haastatteluja. Näin sain tehtyä kolme haastattelua samalla matkalla. Lisäksi halusin syventyä aiheeseen kerralla kunnolla.

Saukon kanssa sovimme, että tekisimme haastattelun Sanomatalossa Nelosen radioiden studiolla. Westerholmin ja Anttosen tapauksessa käytettävissä ei ollut studiota, joten lainasin Jyväskylän yliopiston laitelainaamosta äänentallennuslaitteiston. Keskustelin laitelainaamon henkilökunnan kanssa mahdollisista vaihtoehdoista äänen mahdollisimman laadukkaan tallentamisen osalta ja päädyin lainaamaan Zoom H5 -äänentallentimen sekä kaksi paitaan kiinnitettävää mikrofonia. Westerholmia haastattelin Asennemedian toimistolla ja Anttosta Pasilan kirjaston työtilassa.

Olin alun perin suunnitellut, että neljä haastattelua olisi riittävä määrä, mutta Sulopuistoa, Westerholmia, Anttosta ja Saukkoa haastateltuani totesin, että joukosta puuttuu Yleisradion näkökulma. Päädyin ottamaan yhteyttä Ylen audioitoimituksen vastaavaan tuottajaan Aura Lindebergiin, jonka kanssa sovin viidennen *Podpuhetta*-haastattelun. Äänitin haastattelun Lindebergin kotona samoilla laitteilla kuin tein Anttosen ja Westerholmin haastattelut.

Osa haastateltavista keskusteli hyvin laveasti ja pitkästi, kun taas osan kanssa keskustelut olivat ytimekkäämpiä, joten haastattelujen pituudet vaihtelivat noin puolesta tunnista lähes puoleentoista tuntiin. Keskustelut kulkivat pääosin hyvin orgaanisesti omalla painollaan, enkä halunnut haastattelutilanteessa juurikaan tarkkailla ajankulua, saati sitten suitsia tai pitkittää keskustelun kestoa. Editointivaiheessa pohdin pitkään, yrittäisinkö saada kaikista haastatteluista suunnilleen yhtä pitkiä, mutta päätin luopua siitäkin ajatuksesta. Podcast-formaatin luonne antaa vapauden myös yksittäisten jaksojen pituuden suhteen ja halusin käyttää tätä mahdollisuutta hyväkseni. Leikkasin podcasteja lopulta hyvin vähän, eli käydyt keskustelut ovat kuunneltavissa käytännössä kokonaan. En myöskään leikannut pois sanoissa takelteluja, täytesanoja tai taukoja, elleivät ne olleet

merkittävästi kuuntelemista haittaavia. Etenkin pitkässä haastattelussa ne ovat tärkeitä hengähdystaukoja myös kuuntelijalle, ja täydellisen sujuva puhe saattaa kuulostaa liian mekaaniselta.

Podcastien editoinnissa käytössäni oli kolme eri ohjelmaa – *Garageband*, *Audacity* sekä *Logic Pro X*. Osittain vaihtelin ohjelmaa, koska halusin opiskella niiden käyttöä, ja osittain koska yhdessä ohjelmassa oli vahvuuksia, joita toisessa ei ollut, ja toisinpäin. *Audacity* on indie-podcastajien laajalti käyttämä avoimen lähdekoodin ilmaisohjelma, joka sopii äänen leikkaamiseen ja perusmuokkaamiseen melko hyvin. *Garageband* taas on Apple-käyttäjille ilmainen ohjelma, riisuttu versio Applen maksullisesta *Logic Pro X*:stä. *Garageband* on ensisijaisesti musiikin muokkaamiseen tarkoitettu ohjelma, mutta sillä voi tehdä myös podcastin alusta loppuun saakka. *Logic Pro X* taas on huomattavasti näitä ilmaisohjelmia laadukkaampi, käyttöliittymältään selkeämpi ja ominaisuuksiltaan laajempi ammattilaisohjelma, jonka käyttöön tulisi perehtyä vielä paljon paremmin, jotta voisin sanoa osaavani käyttää sitä. *Logic Pro X* oli kuitenkin ehdottoman hyvä apuväline studion ulkopuolella äänitettyjen podcastien äänenlaadun parantamiseen.

Ensisijaisesti olisin siis halunnut äänittää kaikki podcastit studio-olosuhteissa, mutta jouduin tekemään tässä asiassa myönnytyksiä haastateltavien aikataulujen sekä muun logistiikan takia. Kaikki haastattelut on näin ollen tehty erilaisissa olosuhteissa, joten äänen suhteen jokaisessa podcast-jaksossa on omanlaisensa tunnelma. Sulopuiston ja Saukon haastattelutkin kuulostavat erilaiselta, sillä ne äänitettiin kahdessa hyvin erilaisessa studiossa. Jaksojen introjuonnot ja koko sarjan prologin puolestaan äänitin tämänhetkisen työpaikkani, HitMix Jyväskylän studiossa, joten niissäkin on oma sointinsa.

Prologin ja podcastien alussa kuultavien introjen juonnot toteutin sen jälkeen, kun olin tehnyt kaikki haastattelut. Suunnittelin etukäteen pääasiat, mistä halusin prologissa ja jokaisessa introssa puhua ja kirjasin suunnitelmat itselleni muistiin lyhyeksi tukisanalistaksi. Muutoin prologi ja introt ovat hyvin vapaata juontoa. Niiden tekemiseen auttoi vuosien kokemus yksinjuonnosta sekä

haastattelupuffien tekemisestä radiossa. Introjen lisäksi lisäsin haastatteluihin musiikkipätkiä. Podcasteissa käyttämäni musiikin latsin Artlist.io-sivustolta, joka arkistoi ja myy rojaltivapaata musiikkia. Halusin podcasteihin dynaamisuutta ja musiikkia rytmittämään keskustelua, joten leikkasin lyhyitä pätkiä alussa ja lopussa käyttämästäni kappaleesta myös haastattelun keskelle sopiviin kohtiin, missä keskustelun aihe vaihtuu. Näin sain podcasteihin selkeän rakenteen ja ne kuulostavat tuotetummilta.

6 Podcast-sarjan esittely

PODpuhetta-sarja käsittää viisi podcastia, jotka olen jakanut musiikin avulla useampaan osioon. Tässä luvussa esittelen podcastien vieraat ja erittelen lyhyesti, mitä aiheita podcastien osiot käsittelevät.

6.1 Jakso 1: Podcast-keisari äänen asialla – Olli Sulopuisto

Ensimmäisessä jaksossa vieraana on vapaa toimittaja, ”podcast-keisari” ja Jaksomedia -podcast-tuotantoyhtiön toinen yrittäjästä.

Osio 1: Sulopuisto esittelee oman taustansa ja Jaksomedian sekä kertoo, miksi vuosi 2018 on podcastien vuosi.

Osio 2: Osiossa käsitellään podcast-sanan määrittelyä, sekä teknisesti että sisällöllisesti. Lisäksi eritellään, miten podcastien vuorovaikutteisuus toteutuu ja puhutaan podcastien kohdentamisesta.

Osio 3: Keskustellaan podcastien palautekanavista ja podcastin aiheiden rajaamisesta. Puhutaan myös podcastien yhteisöllisyydestä sekä jaetusta kuuntelukokemuksesta.

Osio 4: Luodaan katsaus podcastien tilanteeseen Suomessa ja pohditaan, mikseivät podcastit ole täällä yhtä suosittu media kuin esimerkiksi Ruotsissa. Keskustellaan myös podcast-mainonnasta sekä podcastien laatustandardeista.

Osio 5: Sulopuisto kertoo visionsa siitä, miltä suomalainen podcast-kenttä näyttää viiden vuoden kuluttua.

6.2 Jakso 2: Vaikuttajat äänessä – Hanna Westerholm

PODpuhetta-sarjan toisessa jaksossa haastattelussa on Hanna Westerholm, joka vastaa Wecast -podcastverkoston ja -tuotantoyhtiön kaupallisten yhteistöiden ja konseptin kehittamisestä. Wecast on yhdistynyt vaikuttajamarkkinointitoimisto Asennemedian kanssa.

Osio 1: Westerholm kertoo taustastaan ja esittelee Wecastia sekä Asennemediää. Määritellään, mitä on vaikuttajamarkkinointi ja eritellään syitä, miksi podcasteja kuunnellaan. Westerholm myös kertoo, millaisia podcasteja Wecast tekee. Lisäksi osiossa vertaillaan podcasteja ja blogeja.

Osio 2: Vertaillaan Asennemedian blogien lukijoiden ja podcastien kuuntelijoiden määriä. Puhutaan monimediaisesta vaikuttajamarkkinoinnista, missä podcast on vain yksi media. Aiheena on myös podcast-mainonta ja sen erot muissa kanavissa toteutettavasta markkinoinnista.

Osio 3: Osiossa pohditaan, miten podcastin tekijä löytää yleisönsä ja selvennetään sitä, millä välineillä suomalaiset kuuntelevat podcasteja. Vertaillaan Suomen ja Ruotsin podcast-markkinoita ja syitä niiden eroihin. Keskustellaan podcastin tekijän ja kuuntelijan välisestä vuorovaikutuksesta ja siitä, miten sen toteutuminen on otettu huomioon Wecastissa.

Osio 4: Westerholm visioi podcastien tulevaisuutta viiden vuoden kuluttua.

6.3 Jakso 3: Suplan isähahmo – Johannes Saukko

Podcast-sarjan kolmannessa osassa haastatellaan Nelonen Median radioiden sisältöjohtajaa ja podcast-alusta Suplan ”isähahmo” Johannes Saukkoa.

Osio 1: Saukko esittelee itsensä ja taustansa. Puhutaan podcastien paikasta mediamaailmassa ja siitä, miten yleisö löytää audion muun nettisisällön joukosta. Esille nousee myös älykaiutin ja sen mukanaan tuomat muutokset äänisisältöjen kulutukseen. Keskustellaan lineaarisen radion ja on demand -audion eroista. Saukko kertoo Suplan syntytarinan ja sen kehittämisen vaiheista.

Osio 2: Keskustellaan siitä, ovatko podcastit valtavirtamedia Suomessa. Saukko kertoo, miksi Suplan podcastit ovat ainoastaan streamattavissa, eivät ladattavissa. Puhutaan podcast-mainonnasta ja sen toteuttamisesta. Eritellään ja analysoidaan internetin erilaisia audiosisältöjä ja määritellään podcast-termiä.

Osio 3: Saukko kertoo, millainen sisältö kiinnostaa kuulijaa tällä hetkellä ja miten podcastit Suplaan päätyvät. Puhutaan podcastien pituuksista ja sisältömuodoista.

Osio 4: Puhutaan podcastin tekijän ja kuuntelijan välisestä vuorovaikutuksesta sekä palautekanavista. Saukko visioi podcastien tulevaisuutta Suomessa viiden vuoden kuluttua.

6.4 Jakso 4: Podcastaaja väsyi huutamaan tyhjyyteen – Pii Anttonen

PODpuhetta-podcastin neljännessä jaksossa haastattelussa on Pii Anttonen, joka on Suomen tuotteliaimpia independent-podcastaajia ja podcast-harrastajia. Anttonen on media-alan ammattilainen ja työskenteli Yleisradiossa podcastien parissa Areenan alkuaikoina.

Osio 1: Anttonen kertoo omasta taustastaan ja pohtii, miksi on ryhtynyt tekemään podcasteja sekä miksi hän ei enää tee podcasteja. Vertaillaan suomalaista podcast-alaa YouTuben suosioon ja äänisisältöjä videosisältöihin. Osiossa myös peilataan Anttosen eriäviä näkemyksiä aiempien haastateltavien näkemyksiin.

Osio 2: Keskustellaan podcastien markkinoimisen vaikeudesta, jos tekijää kiinnostaa vain sisällön tuottaminen. Lisäksi vertaillaan audio- ja videopohjaisten indie-sisältöjen tuottamista.

Osio 3: Puhutaan indie-podcastien ja kaupallisen sisällön eroista.

Osio 4: Anttonen kertoo kokemuksiaan podcastien yhteisöllisyydestä podcastin tekijän ja kuuntelijan sekä muiden suomalaisten podcastaajien välillä. Jatketaan myös podcastin sisällön määrittelyä ja keskustelua erilaisista sisältömuodoista.

Osio 5: Anttonen tarjoaa oman näkökulmansa podcastien tulevaisuudessa Suomessa.

6.5 Jakso 5: Podcastit Areenalla – Aura Lindeberg

PODpuhetta-sarjan viidennessä ja viimeisessä jaksossa haastattelussa on Yleisradion audiotoimituksen vastaava tuottaja Aura Lindeberg. Tutkielman tekohetkellä hän on opintovapaalla ja tekee tutkimusta Oxfordin yliopistossa.

Osio 1: Lindeberg esittelee itsensä ja puhutaan Ylen audiotoimituksen toiminnasta. Keskustellaan Yle Areenasta podcast-alustana ja sen käyttäjäkokemuksesta. Vertaillaan myös Ylen radiota ja podcasteja.

Osio 2: Lindeberg kertoo Ylen kuunnelluimmista podcasteista sekä omista suosikeistaan. Samalla puhutaan radiodraamasta ja sen ilmenemisestä podcasteissa sekä yhteisöllisyyden toteutumisesta podcasteissa.

Osio 3: Keskustellaan Lindebergin opinnoista Oxfordin yliopistossa ja podcasteista maailmalla sekä peilataan Suomen podcast-alaa kansainvälisessä näkökulmassa.

Osio 4: Analysoidaan podcastin määritelmää sekä pituutta. Lindeberg ennakoi älykaiuttimien yleistymisen vaikutuksia audiosisällöille.

Osio 5: Lindeberg arvioi podcastien tulevaisuutta Suomessa.

7 Työn arviointi

Tässä luvussa arvioin omaa onnistumistani maisterintutkielman työnäytteen, eli *PODpuhetta*-podcast-sarjan toteuttamisessa. Arvioin sarjaa ensin kokonaisuutena erikseen sisällöllisten sekä teknisten tavoitteiden kautta ja sen jälkeen otan käsittelyyn prologin sekä introt ja jokaisen jakson erikseen.

7.1 Sisällöllisten tavoitteiden saavuttaminen

Sisällöllisesti olen pääosin tyytyväinen kokonaisuuteen. Suunnitellessani haastatteluja olin alun perin ajatellut, että jokaisessa haastattelussa olisi jokin tietty teema, mistä haastateltavan kanssa keskusteltaisiin, ja valitsisin kysymyksen sekä keskustelun aiheet sen mukaan. Totesin kuitenkin ensimmäisen podcastin äänityksen jälkeen, että kiinnostavampaa olisi pitää pitkälti samanlainen haastattelurunko jokaisen haastateltavan kanssa, jolloin mielipiteiden sekä näkemysten eroavaisuudet tulisivat paremmin esille. Keskusteluja myös ohjasi hyvin vahvasti jokaisen vieraan oma tausta sekä nykyinen asema. Näin ollen kysyin monelta haastateltavalta samoja kysymyksiä, jolloin pääsin myös peilaamaan jonkin verran jo tehtyjä haastatteluja. Jälkikäteen ajateltuna tätä olisi voinut tehdä enemmänkin – saada vieraat keskustelemaan keskenään kauttani.

Suunnitelmana oli haastatella suomalaisia podcast-vaikuttajia ja alan tekijöitä niin laajasti kuin lyhyeen sarjaan on mahdollista. Tässä suhteessa tiedostan kuitenkin, että kokonaisuutena *PODpuhetta* on vain raapaisu pinnasta. Tällaisenaan haastatteluissa ei myöskään ole ketään, joka tällä hetkellä tekee aktiivisesti podcasteja itse. Jos täydentäisin sarjaa, aloittaisin ensimmäisenä jostakusta tällä hetkellä aktiivisesta podcastaajasta. Valitsin vieraat kuitenkin ajatellen laajempaa kuvaa ja halusin haastatella ensisijaisesti ihmisiä, jotka ammatikseen työskentelevät alan parissa ja pyrkivät edistämään sitä. Sarjassa tulee myös monipuolisesti ilmi suurten tuotantoyhtiöiden (Nelonen,

Yleisradio), pienempien tuotantoyhtiöiden (Wecast, Jaksomedia) sekä independent-podcastaajan (Pii Anttonen) näkökulma.

Vieraiden valinta onnistui sen suhteen, että jokaisella on selkeä oma näkemys ja kokemus podcasteista ja audioalasta laajemminkin, ja jokainen toi keskustelussa esille edustamansa tahon näkemyksiä. Podcasteissa kuullaan erilaisia näkemyksiä samoista aiheista ja tätä kautta kuuntelija pääsee puunitsemaan myös omia näkemyksiään. Haastattelut täydentävät toisiaan hyvin. Jos laajentaisin *PODpuhetta*-sarjaa, kutsuisin haastatteluun ensimmäisten joukossa kotimaisen Kieku-podcastpalvelun edustajan, RadioPlayn eli mediayhtiö Bauer Median edustajan sekä Suomen kaupallisten radioiden edunvalvonta- ja markkinointiliitto RadioMedian edustajan.

Tavoitteena oli tehdä podcasteja, jotka kiinnostaisivat paitsi viestintä- ja media-alan ammattilaisia, myös tavallisia podcastin kuuntelijoita. Ajoittain koin viihteellisyyden ja asiallisuuden rajapinnalla tasapainoilun hankalaksi. Vieraiden valinta osoittautui tässäkin suhteessa kuitenkin onnistuneeksi, sillä he ovat kaikki kokeneita ja taitavia puhujia. Asiasisällöstään huolimatta podcastit ovat mielestäni viihdyttäviä kuunnella, eikä keskustelua seurataksaan tai ymmärtääksään tarvitse olla kokemusta alalta.

Lähdin hakemaan podcasteihin keskustelevaa otetta, mutta huomaan tätä tavoitellessani sortuvani helposti liian laveaan tai epäselvään kysymyksenasetteluun, toisin sanoen jaarittelen useampaan otteeseen turhaan, eivätkä kaikki puheenvuoroni ole ytimekkäitä. Toisinaan haastateltava odottaa suoraa kysymyksiä, eikä välttämättä saa kiinni haastattelijan toteamuksesta tai keskustelun syventämistä tavoittelevasta puheenvuorosta. Tämän suhteen itselläni on vielä kehitettävää, jotta saisin omat puheenvuoroni ja kysymyksenasettelun tiiviiksi ja selkeiksi. Huomaan myös käyttäväni sinä-passiivia hyvin usein. Tähänkin tulee tulevaisuudessa kiinnittää huomiota, jottei siitä tule maneeria.

Lyhyitä radiohaastatteluja tehdessäni pyrin pääosin olemaan täysin hiljaa, kun haastateltava puhuu. Muutamana minuutina haastatteluun haastattelijan ynähdykset ja muut kuuntelemista osoittavat äännähdykset eivät sovi, mutta näiden podcastien tyyliässä pitkässä keskustelussa koen, että sopivasti ajoitettuina ne sopivat formaattiin. Keskustelun toisen osapuolen puhussa pitkästi, useiden minuuttien ajan yksin, on toisinaan ihan paikallaan osoittaa paitsi haastateltavalle, myös kuulijalle, että tilanteessa on läsnä toinenkin henkilö. Näitä kuuntelemista osoittavia äännähdyksiä ei mielestäni ole tekemissäni podcasteissa häiritsevästi liikaa ja ne tuntuivat myös sopivan haastattelutilanteeseen.

Haastatteluja tehdessäni pyrin pitämään mielessäni, mitä tahoa tai yritystä haastateltava edustaa ja muotoilin kysymykset niin, että ne ohjaavat haastattelun mahdollisimman yleiseksi podcasteja käsitteleväksi keskusteluksi. Erityispiirteenä kaupallisten tai muuten tulostavien tahojen edustajien haastattelussa on usein se, että kuulijan korvaan puhe saattaa ajoittain kuulostaa oman tuotteen mainostamiselta. Jokaisessa *PODpuhetta*-podcastissa on vastaavanlaisia hetkiä, eikä haastateltavilta voikaan odottaa täyttä objektiivisuutta. En myöskään lähtenyt hakemaan tai edes toivomaan objektiivisuutta, sillä tarkoituksena oli tutustua erilaisiin tuotantoyhtiöihin ja niiden edustajien näkemyksiin alasta niin, että näkökulmat peilautuvat keskenään.

Työn yhtenä tavoitteena oli selventää podcastin määritelmää asiantuntijahaastattelujen avulla. Totesin jo aiemmin määritelmän olevan hyvin moniulotteinen ja asiantuntijahaastattelujen myötä kävi ilmi, että jokaisella on toisistaan hiukan eriävä tapa hahmottaa podcastin sisällölliset rajat. Laajimmillaan se on audiosisältöjä verkossa, joka ei kuitenkaan ole nettiradio. Yleisimmin podcastin hahmotetaan olevan etukäteen äänitetty ja leikattu kokonaisuus, mutta live-podcastejakin tehdään. Podcast on ensisijaisesti internetiin tarkoitettu media, mutta toisaalta radiossa ensiesitetyt ja myöhemmin verkkoon ladatut ohjelmatkin mielletään podcasteiksi. Selkeää on, että podcast on on demand -kuuntelua ja näin ollen erillään lineaarisesta radiosta. Podcastilla on omia yleisesti havaittuja tunnuspiirteitä, kuten sarjamuotoisuus, yleisön sitouttavuus sekä jaksosta toiseen

yhtenäinen tyyli tai aihe ja keskustushenkilö tai -henkilöt. Asiantuntijoiden puheissa podcast vertautuu hyvin vahvasti blogeihin ja toisaalta myös videosisältöihin.

Useampi haastateltavista totesi, että termin tarkka määrittely ei ole tarpeellista, etenkin yleisön näkökulmasta. RadioMedian syksyllä 2018 julkaiseman tutkimuksen mukaan podcast-sanan tunnettuus etenkin alle 30-vuotiaiden keskuudessa on korkeaa, lähes 90 % vastaajista kertoi tietävänsä, mikä on podcast (RadioMedia 2018). Tutkimuksessa ei kuitenkaan kysytty, millaiseksi vastaaja podcastin mieltää. Useampi haastatelluista asiantuntijoista totesi, ettei podcastin tarkka määrittely ole tarpeellista myöskään siksi, että tämä suhteellisen tuore media muotoutuu jatkuvasti uusiin muotoihin.

7.2 Teknisten tavoitteiden saavuttaminen

Lähdin tekemään podcast-sarjaa ajatuksella, että saisin tehtyä kaikki haastattelut studio-olosuhteissa. Tämä ei kuitenkaan onnistunut, sillä sekä vieraiden resurssit että omat resurssini tulivat vastaan. Jouduin tekemään kolme viidestä haastattelusta olosuhteissa, jotka eivät olleet äänen taltioimisen kannalta ideaaleja. Näiden äänitysten laatua arvioidessa myös oma osaaminen sekä välineet jättävät toivomisen varaa. Olosuhteet kuuluvat Westerholmin, Anttosen ja Lindebergin haastatteluissa, vaikka jälkikäsitellyssä pystyinkin parantamaan äänen laatua jonkin verran. Jokainen haastattelu on toteutettu erilaisessa tilassa, ja ne kuulostavat kaikki erilaiselta. Koska asiaa ei voi piilottaa, päätin korostaa sitä. Podcastien introissa kerron, missä haastattelu on toteutettu. Tavallaan tämä tuo jokaiseen podcastiin oman sävynsä ja lisää konkreettisuutta – koska podcasteista väkisinkin kuulee olosuhteet äänen laadussa, annetaan paikan mainitsemisella kuulijalle konkreettinen mielikuva haastattelutilanteesta.

Westerholmin, Anttosen ja Lindebergin haastattelujen editointi ja äänen käsittely osoittautui kuitenkin erityisen ongelmalliseksi, sillä lähekkäin istuessa haastateltavan ääni vuoti minun

mikrofoniini ja toisin päin. Tämä aiheutti ääneen vaihevirheen kautta kaikuefektin, jonka korjaaminen oli mutkikasta. En ollut osannut ennakoida vaihevirhettä haastattelutilanteissa, sen olisi voinut välttää sijoittamalla mikrofonit tarpeeksi kauas toisistaan. Toisaalta taas kahdenvälistä keskustelua käydessä olisi ollut omituista, jos olisimme istuneet huoneen vastakkaisissa laidoissa. Se olisi todennäköisesti aiheuttanut turhaa äänenkorottamista mikrofoneista huolimatta, eikä haastatteluun olisi saatu luotua intiimiä tunnelmaa.

Apua vaihevirheen korjaamiseen ja podcastien äänenlaadun parantamiseen sain *Signal To Noise* -studion Esko Turpeiselta, jonka opastuksella opiskelin yhden päivän äänen muokkaamisen perusteita. Vaihevirheen olisi voinut poistaa leikkaamalla oma mikrofoniini pois aina vieraan puhuessa ja toisinpäin, mutta spontaaneissa keskusteluissa käy hyvin usein niin, että molemmat saattavat olla ajoittain yhtä aikaa äänessä. Tämä teki leikkaamisesta ongelmallista sekä hidasta ja kyseisistä kohdista erilaisen kuuloisia muuhun materiaaliin verrattuna. Tämän takia pyrin ainoastaan parantamaan äänenlaatua ja poistamaan kaikua materiaalista niin paljon, kuin sitä oli mahdollista tehdä. Lopputulos on omaan korvaani tarpeeksi tyydyttävä, vaikka äänenlaadullisesti nämä podcastit jäävätkin niille asettamistani tavoitteista.

Toteutin podcastien aloitukset ja lopetukset samanlaisina. Jokainen haastattelu alkaa sillä, että vieras esittelee itsensä ja päättyy podcastien tulevaisuuden näkymien arvioimiseen. Pidän valitsemastani struktuurista – tämä selkeyttää keskustelua ja sitoo yksittäiset keskustelut kokonaisuudeksi. Yksittäisessäkin podcastissa tämä selkeä struktuuri toimii, keskustelu aloitetaan taustoituksella sekä menneen muistelulla ja lopetetaan tulevaisuuden visiointiin.

Myös podcasteissa käyttämäni musiikkipätkät sekä niihin lisäämäni introt palvelevat yhtenäisen rakenteen tavoitetta. Leikkasin jokaiseen podcastiin alku- ja loppumusiikin lisäksi noin neljä lyhyttä ”välisoittoa” sopiviin kohtiin haastattelua, missä aihe vaihtuu seuraavaan. Pitkässä haastattelussa tällaiset välit antavat hengähdystauon kuulijalle ja viestittävät, että nyt mennään uuteen asiaan.

Musiikki tuo haastatteluihin dynaamisuutta ja se myös sitoo podcastit äänimaailman puolesta yhteen. Ideaalitulanteessa käytetty musiikki olisi tehty varta vasten tälle sarjalle. Sen suhteen minulta kuitenkin puuttuu tietotaito, joten latasin musiikkikappaleen valmiina, muokkasin ja leikkasin siitä sopivat kohdat podcasteja varten.

Ihannetilanteessa sarjan kaikki podcastit olisivat suurin piirtein samanpituisia. *PODpuhetta*-podcastien pituudet vaihtelevat noin puolesta tunnista reiluun tuntiin. Keskustelujen pituudet ovat vaihdelleet käytännössä täysin vieraan laveasanaisuuden ja keskustelujen luontevan rönsyilyn mukaan. Haastatteluja tehdessäni en halunnut pitkittää tiiviimpiä haastatteluja saadakseni podcasteihin pituutta, sillä se ei ole tarkoituksenmukaista eikä palvele kuuntelijaa, jos kokonaisuuden kannalta merkittävät aiheet on jo käyty läpi. Editointivaiheessa harkitsin pidempien haastattelujen leikkaamista lyhyemmiksi, mutta koin että tällöin niistä olisi puolestaan jäänyt pois olennaisia osioita. Toisaalta, kuten myös useampikin haastateltava omassa puheenvuorossaan toteaa, podcast mediamuotona on ”long formia” ja antaa anteeksi jaksojen pituuden pienet vaihtelut.

7.3 Prologi ja introt

Vaikka podcastit voisivat toimia täysin sellaisenaan pelkkinä keskusteluina, halusin lisätä sarjaan prologin, jossa selitän, millaisesta projektista on kyse. Prologissa kerron lyhyesti omasta taustastani sekä maisterintutkielman tekemisestä. Kerron myös, että tutkielman kirjallinenkin osuus on luettavissa, jos kuulija haluaa perehtyä työhön ja aiheeseen tarkemmin. Halusin pitää prologissa kevyen tunnelman sekä viihdyttävän otteen ja mielestäni onnistuin tässä. Tyyli on hyvin pitkälti sellainen, minkä olen omassa radiotyössäni omaksunut. Lisäsin prologiin myös maininnan palautteenannon ja vuorovaikutuksen mahdollisuudesta, mikä mielestäni sopii tämän tutkielman teemaan.

Aloitan jokaisen podcastin intron samalla tavalla: ”Tervetuloa kuuntelemaan podcastia nimeltä *PODpuhetta*. Mun nimi on Elsa Kalervo ja tässä podcastissa puhutaan lähinnä podcasteista”. Tämä yhdessä intromusiikin kanssa toimii eräänlaisena alkuteemana *PODpuhetta*-podcasteille. Mielestäni podcast-sarjalle on tärkeää erottautua heti alussa muista sarjoista, aivan kuten televisio- tai radio-ohjelmillakin on useimmiten oma tunnusmusiikkinsa tai teemansa. Tämä luo tunnelmaa ja virittää kuulijat heti alussa aiheeseen, etenkin jos podcastia tehdään pidemmän aikaa. Introissa kerron myös lyhyesti, kuka haastateltavana on. Jo haastatteluja äänittäessä minulla oli suunnitelmana tehdä jokaiseen jaksoon erillinen intro, jolloin haastattelusta tulee vähemmän suoran radiolähetyksen kuuloinen. Vaihtoehtona oli aloittaa podcast suoraan vieraan kanssa ja esitellä vieras kuulijoille siinä samalla. Mielestäni tein oikean päätöksen päätyessäni introjen tekemiseen. Podcastit alkavat dynaamisesti ja lisäksi pääsen introissa ikään kuin myymään podcastin tärkeimmät pointit lyhyessä ajassa kuulijalle, mikä luo kiinnostusta jatkaa kuuntelua.

7.4 Podcast-keisari äänen asialla – Olli Sulopuisto

Haastattelu ”podcast-keisari” Olli Sulopuiston kanssa oli ensimmäinen työnäytettä varten tekemäni haastattelu, ja se kuuluu podcastissa sekä hyvässä että huonossa. Vaikka takanani oli jo tutkielman kirjallisen osuuden teko ja sen kautta olin pohtinut podcasteja monesta eri näkökulmasta ennen haastatteluun ryhtymistä, olivat mielikuvani haastattelun aiheesta vielä melko jäsentymättömiä. Toisaalta podcastissa on tuore ote, sillä se on ensimmäinen kerta, kun itsekin keskustelen aiheesta asiantuntijan kanssa.

Lähtiessäni tekemään haastattelua mielessäni oli lukuisia eri reittejä, mitä pitkin haastattelu voisi edetä ja sen sijaan, että olisin tehnyt etukäteen selkeää haastattelurunkoa, päätin seurata keskustelun kulkua spontaanisti. Sulopuisto on sujuva puhuja ja tottunut puhumaan juuri kyseisestä aiheesta, joten keskustelua ei tarvinnut suuremmin ohjailta. Pääosin kuljimme aasinsilloilla aiheesta toiseen, mikä on omasta mielestäni orgaaninen ja miellyttävin tapa rakentaa keskustelua. Yleensäkin pyrin

haastatteluissa luomaan aasinsiltoja aiheesta toiseen, sillä mekaaninen kysymys-vastaus -tyylinen haastattelu on usein jäykän kuuloinen.

Haastattelu alkaa Sulopuiston kertomuksella omasta taustastaan, yrityksestään ja siitä, miten hän on päätynyt työskentelemään podcastien parissa. Taustan läpikäyminen kestää melko pitkään, viitisen minuuttia, mutta en halunnut leikata sitä lyhyemmäksi, sillä sen mukana kuulija pääsee tutustumaan yhteen reittiin, mitä kautta äänisisältöjä on päädytty tekemään ammattimaisesti. Olisin kuitenkin voinut heti alussa esittää taustoituskysymyksen tarkemmin, minkä kautta olisimme päässeet suoraan Sulopuiston omaan taustaan – nyt podcast alkaa Jaksomediasta puhumisella ja vasta tarkentavan kysymyksen jälkeen päädytään asiaan, josta olin alun perin ajatellut haastattelun alkavan.

Podcastin ensimmäisessä osiossa, ennen ensimmäistä välisoittoa, Sulopuisto nostaa itse esille jo muutaman tärkeän aiheen, joista olin ajatellut hänen kanssaan keskustella: podcastien vertaaminen blogeihin ja RadioMedian syksyllä 2018 julkaisema tutkimus podcastien kuuntelusta. Toisessa osiossa haastan Sulopuiston pohtimaan podcastin määritelmää, mistä seuraa pitkä puheenvuoro paitsi teknisestä, myös sisällöllisestä määritelmästä. Mielestäni tämä on erityisen kiinnostava osio *PODpuhetta*-podcastin ensimmäisessä jaksossa. Olen tyytyväinen myös kohdasta 18:54 alkavaan vuorovaikutussuhde-keskusteluun, jossa puhutaan podcastien vuorovaikutteisuudesta ja podcastin tekijän sekä kuulijan välille muodostuvasta parasosiaalisesta suhteesta. Tässä kohdassa aihe vaihtuu ja osio on pitkähkö, mutta en leikannut väliin musiikkia, sillä aiheesta toiseen siirrytään omassa puheenvuorossani rakentuneella aasinsillalla.

Sulopuiston haastattelun kolmas osio alkaa keskustelunavauksella palautteenannosta. Leikkasin osan sitä edeltäneestä keskustelusta ja omasta kysymyksestäni pois saadakseni jouhevuutta aiheeseen johdatukseen. Välimusiikin jälkeen alkavasta puheenvuorosta kuulee, että se alkaa ikään kuin kesken, mutta mielestäni se kuitenkin riittää antamaan tarvittavan alustuksen seuraavaa keskustelunaihetta varten. Osittain halusin myös saada podcastit kuulostamaan siltä, että niitä olisi

leikattu enemmänkin kuin mitä niitä todellisuudessa on leikattu. Tämä tuo tunnelman siitä, että aiheesta riittää keskusteltavaa pidemminkin, kuin mitä näihin podcasteihin on taltioitu.

Podcastin kolmannessa osiossa myös viitataan *Serial*-podcastiin, jota kuvaillaan tämän tutkielman luvussa 4.3. Keskustelu avautuu parhaiten kuuntelijalle, jolle sarja on tuttu tai joka on lukenut tämän tutkielman kirjallisen osion. Keskustelussa tuodaan myös uusi näkökulman siihen, miksi *Serialin* ensimmäinen kausi synnytti podcast-maailmassa ennennäkemätöntä yhteisöllisyyttä. Sulopuisto toteaa, että ”*Serialissa* korostui se, että sarja ei ollut ennaltaäänitetty tai ainakin kuulija pystyi kuvittelemaan, että edellisen jakson lähetyksen ja seuraavan jakson lähetyksen välillä tekijät oikeasti työstävät tulevaa jaksoa ja tästä tulee enemmän live-lähetysfiilis”. Keskustelu täydentää myös tutkielman kirjallista osuutta näiltä osin.

Podcastin neljännessä osuudessa pohditaan suomalaisten podcast-kuuntelua sekä kotimaisten podcastien suosiota. Osiossa myös vertaillaan Ruotsin ja Suomen eroavaisuuksia alan suhteen, ja tämän aihe nousee esille muissakin podcasteissa. Osion loppupuolella puhutaan podcastien laatustandardeista ja tuottamisesta. Oma huomioni siitä, että minimissään podcastista saa laadukkaamaan ja tuotetumman kuuloksen leikkaamalla musiikkia väliin, tuo mukaan metatason – juuri tätä keinoa olen itsekin käyttänyt näitä podcasteja tehdessä.

Podcastin viimeisessä osiossa pyydän haastateltavaa visioimaan kotimaisen podcast-alan tulevaisuutta viiden vuoden päähän. Siinä Sulopuisto arvioi, että muun muassa Ylellä ja Suplalla on todennäköisesti tahtoa lisätä podcast-tarjontansa. Jälkikäteen ajateltuna olisin voinut kysyä Saukolta ja Lindebergiltä tätä suoraan, jolloin olisin saanut lisää dialogia podcastien välillä.

Kokonaisuutena olen tyytyväinen ensimmäiseen *PODpuhetta*-podcastiin. Podcast etenee pääosin keskustelunomaisesti, eikä kysymys-vastaus -periaatteella, sillä Sulopuisto ottaa hyvin kiinni omista avauksistani, eikä varsinaisia kysymyslauseita useinkaan tarvittu. Podcast toimii myös hyvänä

avauksena sarjalle, sillä pääosin puhumme podcasteista ja audiosta hyvin yleisellä tasolla. Äänenlaadun puolesta tälle podcastille ei tarvinnut tehdä mitään, sillä äänitimme haastattelun Jaksomedian studiossa.

7.5 Vaikuttajat äänessä – Hanna Westerholm

Lähtiessäni haastattelemaan Hanna Westerholmia en osannut ennakoida, millainen haastateltava hän olisi. Muiden vieraiden osalta tiesin, että kaikki ovat ainakin jossain vaiheessa puhuneet työkseen ja osan äänitöitä olin kuullut jo enakkoon. Westerholmin haastatteluun valmistautuessani mietin haastattelurunkoa hiukan tarkemmin ja pohdin myös lämmittelykysymyksiä. Ne usein auttavat erityisesti haastattellessa ihmistä, joka ei ole niin tottunut haastattelutilanteeseen tai puhumaan mikrofoniiin. Lopulta lämmittelykysymyksille ei kuitenkaan ollut tarvetta, vaan menimme suoraan asiaan. Haastattelu noudatti hyvin pitkälti suunnittelemani runkoa.

Äänenlaadun suhteen Westerholmin haastattelu oli ongelmallinen, sillä äänitimme sen kaikuisassa huoneessa. Kaikua lisäsi vielä kahdesta lähemmäs asetellusta mikrofonista johtuva vaihevirhe. Jälkikäteen ajateltuna minun olisi pitänyt ottaa tämä huomioon jo ennen haastatteluihin ryhtymistä, mutta tällaista tekniikkapuolta en ole koskaan aiemmin äänitöissä joutunut pohtimaan. Jos tekisin haastattelut nyt uudestaan, yrittäisin saada ne kaikki tehtyä studiossa tai pyrkisin lainaamaan varta vasten juuri tällaiseen työhön soveltuvat välineet. Itseäni äänen laatuongelmat häiritsevät aika tavalla. Jälki ei kuulosta ammattimaiselta, vaan vertautuu enemmänkin monen indie-podcastin laatuun.

Haastattelijana mukaudun usein vieraan puhetyyliin ja -nopeuteen, ja Westerholmin haastattelussa huomaan puhuvani itse liiankin nopeasti, kun haastateltavan puhe on nopearytmisen. Tämä tekee podcastista aavistuksen levottoman kuuloisin. Sekä Westerholmilla että itselläni on puheessa melko terävä s-äänne, jonka terävyyttä kaikuisa ja kova tila sekä käytetyt mikrofonit vielä entisestään

vahvistavat. Jälkikäsitellyssä yritin saada sointia pehmeämmäksi, mutta se ei ollut käytettävissä olevilla välineillä mahdollista. Haastattelun aikana kuuluu myös ajoittain viereisestä huoneesta kantautuvaa meteliä, mitä ei ollut mahdollista leikata pois. Haastattelu jouduttiin keskeyttämään kerran, kun Westerholmin kollega tuli huoneeseen, mutta tämän kohdan sain editoitua pois.

Podcast alkaa kuten muutkin *PODpuhetta*-haastattelut, haastateltavan ja hänen edustaman tahon, tässä tapauksessa Wecastin ja Asennemedian esittelyllä. Sen jälkeen Westerholm kertoo omasta taustastaan podcast-alalla. Heti alussa tulee ilmi, että haastattelussa tultaisiin puhumaan podcasteista lähinnä kaupallisuuden ja markkinoinnin näkökulmasta, mikä tuo sarjaan mielestäni hyvän lisän. Suurin osa Wecastin podcastaajista on myös bloggaajia ja some-vaikuttajia, joten blogien sekä sosiaalisen median ja podcastien yhteydestä puhutaan haastattelussa paljon. Tämä palvelee ajatusta luoda podcastille oma teemansa. Toisessa osiossa olen tyytyväinen summaukseen podcasteista vain yhtenä osana Asennemedian kanavariippumatonta vaikuttajamarkkinointia. Tässä näkökulmassa podcastit ovat vain yksi väylä, jota kautta vaikuttajat viestivät.

Westerholmin haastattelun kolmannessa osiossa puhutaan keinoista, joilla podcast löytää yleisönsä ja verrataan Suomen tilannetta Ruotsin podcast-alaan. Westerholm esittää yhdeksi syyksi Ruotsin suurempiin podcast-markkinoihin sen, että ruotsalaiset menevät helpommin muotivirtausten mukana. Tässä nähdään erilainen näkökulma, kuin minkä Sulopuisto esitti ensimmäisessä *PODpuhetta*-jaksossa. Ruotsi-keskustelun jälkeen ohjaan haastattelun podcastin tekijän ja kuulijan väliseen vuorovaikutukseen. Tässä kohdassa pyrkimykseni rentoon, keskustelemaan otteeseen toteutuu mielestäni parhaiten tämän podcastin osalta, kun pallottelemme ideoita vuorovaikutteisesta podcast-sovelluksesta.

PODpuhetta-sarjan toisen podcastin viimeisessä osiossa Westerholm ottaa esille RadioMedian tutkimuksen, johon myös Sulopuisto viittasi. Molemmat ovat ottaneet tutkimuksen vastaan varsin optimistisella mielellä, vaikkakin Sulopuisto omassa haastattelussaan myös kritisoi tutkimuksen

tuloksia. Kuuntelijalle tällaiset viittaukset samoihin asioihin tuovat tuttuuden tunnetta ja toistuvat aiheet myös sitovat podcasteja yhtenäiseksi kokonaisuudeksi. Erilaiset näkemykset antavat kuulijalle mahdollisuuden punnita asioita monesta eri näkökulmasta ja valita sitten omansa – tai haastaa kaikki kuullut mielipiteet. Mielestäni tällainen samojen aiheiden toisto toimii tämänkaltaisessa sarjassa. Podcastin lopun ”höttö vastaan kova fakta” -sanailu on mielestäni hauska ja keventää tunnelmaa.

Westerholmin haastattelu on melko tiivis ja PODpuhetta-sarjan lyhyin podcast. Huomasin jo haastattelua tehdessä, että siitä on tulossa lyhyempi kuin Sulopuiston haastattelusta, mutta kuten jo kokonaisuutta arvioidessa totesin, en halunnut pitkittää haastatteluja vain saadakseni niille pituutta, sillä se ei palvele kokonaisuutta. Podcast on tiivis mutta kattava kurkistus podcastien kaupallisuuteen ja markkinointiin.

7.6 Podcastaaja väsy huutamaan tyhjyyteen – Pii Anttonen

PODpuhetta-sarjan kolmannessa podcastissa haastattelen 12 vuotta independent-podcasteja tehnyttä ja Ylen varhaisessa podcast-kokeilussa mukana ollutta Pii Anttosta. Tämä haastattelu eroaa muista *PODpuhetta*-haastatteluista näkökulmaltaan, henkilökohtaisuuden tasoltaan ja tunnelmaltaan. Anttosella ei ole taustallaan kaupallista tai muutoin tulosvastuullista tahoa, vaan hän edustaa haastattelussa itseään. Anttonen ei myöskään tällä hetkellä tee podcasteja, sillä hänen mukaansa ”ketään ei kiinnosta”, eikä podcast tule koskaan Suomessa nousemaan tämänhetkistä tilannetta suuremmaksi ilmiöksi. Anttosen näkökulma erityisesti podcastien suosion kasvuun on selvästi pessimistisempi kuin muilla haastateltavilla, ja mielestäni tämä tuo kiinnostavan lisän ja näkökulman vaihdoksen haastatteluihin. Kyseessä on onnekas sattuma, sillä en tarkalleen tiennyt Anttosen nykytilanteesta tai podcast-aktiivisuudesta ottaessani häneen yhteyttä.

Haastattelussa on hyvin vahvasti henkilökohtainen ja avoin ote, mikä tuli podcastin äänitystilanteessa itselleni jopa hiukan yllätyksenä. Annoin Anttosen hyvin pitkälti puhua laveasti

ja ohjasin haastattelua pääosin tarkentavilla välikysymyksillä sekä muutamalla aiheenvaihdolla. Tässä tapauksessa en juurikaan noudattanut suunnittelemaani haastattelurunkoa, vaan keskustelu eteni omalla painollaan. Anttosen kanssa käymäni keskustelu oli pisin ja leikkasin siitä pois yhteensä noin 20 minuuttia kohdista, joissa katsoin olevan toistoa, aiheesta eksymistä tai tyhjäkäyntiä. Samalla sain sarjan pisimmänkin haastattelun noin tunnin pituiseksi.

Äänitin podcastin Helsingissä Pasilan kirjastossa samalla laitteella ja mikrofoneilla kuin Westerlundin ja Lindebergin haastattelun. Kirjaston ryhmätyöhuone oli selvästi parempi paikka äänitykselle, sillä näistä studio-olosuhteiden ulkopuolella tehdyistä haastatteluista äänenlaadun suhteen parhaiten onnistui Anttosen haastattelu. Jouduin tässäkin tapauksessa editoimaan ääntä jonkin verran, ja sainkin kaikua, kohinaa sekä vaihevirhettä poistettua jonkin verran. Heti podcastin alussa ja muutaman kerran myöhemminkin kuuluu paitaan kiinnitetyn mikrofonin rapinaa sekä suhinaa, mitä ei ollut mahdollista leikata pois.

Anttosen haastattelu on ainoa, joka alkaa suoraan vieraan äänellä. Äänitystilanteessa puhuimme ensin aiheen vierestä lämpimiksemme ja liu'uimme siitä suoraan varsinaiseen haastatteluun, enkä saanut leikattua alkuun varsinaisesti eheää kysymystä tai omaa keskustelunavausta. Podcastin alku toimii mielestäni näinkin aivan yhtä hyvin ja heti tulee ilmi, mistä puhutaan. Myös jälkikäteen äänittämäni intro johdattaa aiheeseen ja esittelee haastateltavaa. Podcastin ensimmäinen osio ennen ensimmäistä musiikkipätkää on melko pitkä, parikymmentä minuuttia, mutta aiemmin ei löytynyt sopivaa katkaisukohtaa.

Haastattelu ensimmäisessä osiossa Anttonen vertaa podcasteja tubettamiseen ja kertoo avoimesti seuranneensa YouTuben nopeaa nousua katkerana ja ”ilmiöiden kannalta inhottavana”. Ensimmäisessä osiossa erityisen kiinnostavaa onkin ääni vastaan video -keskustelu ja podcastien vertaaminen television selvästi suosituimpiin asiaohjelmiin. Anttonen myös mainitsee ruotsalaisten vahvemman podcast-kiinnostuksen ja samaan tapaan kuin Sulopuisto, pitää pääsyynä sikäläistä

puheradiokulttuuria. Podcastien suosion mahdollisesta noususta puhuttaessa mainitsen Sulopuiston ja Westerholmin näkökulmat Anttoselle, ja näin päästään suoraan peilaamaan haastateltavien eriäviä mielipiteitä sekä tilanteita. Jatkoajatuksena olisi kiinnostavaa tehdä podcasteja myös niin, että vieraita olisi kaksi, jolloin tapahtuisi enemmän näkemysten vaihtoa ja saataisiin mahdollisesti aikaan jopa väittelyä.

Podcastin toisessa osiossa syvennetään jo aiemmin sivuttuja sisällöntuotanto ja markkinointi - keskustelua. Lisäksi jatketaan audio- ja videosisältöjen vertailua. Näihin aiheisiin tuodaan kuitenkin uusia näkökulmia, eikä haastattelussa mielestäni ole juurikaan toistoa tämän osalta. Osiossa myös vertaillaan podcastien jakelusovelluksia muun muassa YouTubeen. Anttonen tuo esille kiinnostavan näkökulman siitä, että podcastien valtavirtaistuminen olisi pitänyt tapahtua ennen nopeiden mobiiliyhteyksien ja sisällön streamaamisen yleistymistä, sillä ”podcastit palvelivat kuluttajasegmenttiä, jota ei ole enää olemassa”. Tässä osiossa huomaan, että itselleni on syntynyt lievä maneerit aloittaa puheenvuoro sanoilla ”Tuo/tämä on kiinnostavaa, koska --”. Haastattelijana ja keskustelijana menen herkästi haastateltavan puolelle ja alan kompata hänen näkemyksiään. Tässä podcastissa se kuuluu esimerkiksi puheenvuorossa, jossa totean videon leikkaamisen olevan vaivalloisempaa kuin äänen. Toisaalta tämä on myös oma mielipiteeni ja kokemukseni. Toisinaan voisin kuitenkin olla kriittisempikin haastateltavan sanomisia kohtaan.

Podcastin toinen osio kuulostaa, kuin se alkaisi kesken keskustelun, vaikka olen todellisuudessa leikannut kohtaa hyvin vähän. Tämä tuo kuitenkin jälleen kuulijalle vaikutelman, että keskustelu olisi laajempi kuin mitä podcastissa kuulee. Kolmannessa osiossa päästään keskustelemaan indie-podcastien ja kaupallisen sisällön eroista, mikä tuo mielestäni hyvän lisän *PODpuhetta*-kokonaisuuteen.

Neljännessä osiossa johdetaan keskustelun podcastien yhteisöllisyyteen, minkä suhteen podcastit vertautuvat jälleen tubettamiseen. Tämä video- ja äänisisällön vertailu toimii pitkässä haastattelussa

hyvänä punaisena lankana, ja kumpuaa keskustelusta hyvin orgaanisesti. Osiossa Anttonen ottaa oma-aloitteisesti esille suomalaisten podcastaajien keskinäisen vuorovaikutuksen, mikä oli aihe, josta olin etukäteen suunnitellut kysyväni. Kolmannen osion lopussa puhutaan myös podcastien sisältömääritelmästä, jolloin Anttonen tarjoaa jälleen uuden määritelmän podcasteille: ”Moderni ja tehokas internet-ajan viestintäkeino, joka on tarkoitettu 1800-luvun yleisölle”.

Anttosen haastattelun viides ja viimeinen osio on *PODpuhetta*-podcastille perinteisesti tulevaisuuden ennustamista. Anttosen näkökulma on mielenkiintoinen vastapaino muiden haastateltavien näkemyksille. Podcastin loppuosio on lyhyt, ja haastattelutilanteessa puhuimme aiheesta hiukan laveammin, mutta editointivaiheessa totesin, että keskustelussa esiintyi toistoa jo aiemmin sanottuun. Lopussa on myös suora piikittely Sulopuistoa kohtaan, mikä mielestäni tuo kokonaisuuteen herkullista provokaatiota.

Kolmas podcast on mielestäni onnistunut. Pasilan kirjaston työhuoneessa vallinnut avoin ja keskusteleva, rento tunnelma välittyy myös äänitteestä. Olen tyytyväinen podcastin henkilökohtaiseen otteeseen ja uuteen näkökulmaan, jonka se tuo *PODpuhetta*-kokonaisuuteen.

7.7 Suplan isähahmo – Johannes Saukko

Sain mahdollisuuden haastatella Nelonen Median radioiden sisältöjohtaja Johannes Saukkoa Nelonen Median radioiden studiolla Sanomatalossa, joten ääntä en tällä kertaa joutunut editoimaan lainkaan. Muutenkin haastattelu päättyi lähes kokonaisuudessaan podcastiin. Haastattelun alussa Saukon kertoessa omasta taustastaan tulee heti ilmi, että hänellä on vahva kaupallisen radion tausta, josta hän on päätenyt nykyiseen asemaansa. Näin saadaan esille jälleen uusi näkökulma podcasteihin. Saukon oman esittelyn jälkeen esitän väitteen, että suomalaiset kuuntelevat valtavan paljon radiota. Jälkikäteen ajateltuna olisin voinut tarjota tutkimuslukuja väitteen tueksi. Saukko nostaa alkuvaiheessa esille älykaiuttimen ja uskomuksensa siitä, että älykaiuttimien tulo tulee mullistamaan

suomalaisten audion kulutuksen, kunhan laitteisiin saadaan suomen kielen tuki. Tämän ajatuksen olisin voinut haastaa kysymällä, onko näin käynyt muilla kielialueilla, joille älykaiuttimissa on jo tuki.

En ole täysin tyytyväinen haastattelun rakenteeseen, sillä sen sijaan että kysyisin ensin Suplan toteuttamisesta ja sen ominaisuuksista, hypätään jo suoraan vertailemaan lineaarista ja ei-lineaarista radiota Suplassa. Vasta tämän jälkeen ohjaan keskustelun tarkemmin Supla-sovellukseen ja nettisivuun. Tässä avataan uudenlainen keskusteluaihe, jota jatkan myös viimeisessä jaksossa Aura Lindebergin haastattelussa – podcast-alustan toimivuus ja käyttöliittymä.

Saukon haastattelun toinen osio alkaa omalla keskustelunavauksellani, joka ei ollut täysin selkeänä mielessäni haastattelutilanteessa, eikä se kovin selkeältä kuulostakaan. Saukko kuitenkin saa ajatuksesta kiinni ja keskustelu jatkuu luontevasti. Olisin voinut vahvemmin kyseenalaistaa Saukon näkemyksen podcasteista valtavirtamediana, mutta haastattelutilanteessa en muistanut RadioMedian tutkimuksen lukuja ulkoa, eikä minulla ollut kyseisen tutkimuksen tuloksia käsillä. Olisin siis voinut valmistautua haastatteluun paremmin. Tässä tulee ilmi jälleen uusi näkökulma kyseiseen tutkimukseen, jonka kaikki edellisetkin haastateltavat ovat maininneet. Toisessa osiossa puhutaan lisäksi podcastin sisältömääritelmästä. Keskustelussa tulee ilmi, että Suplassa ei alkuun käytetty podcast-sanaa. Haastattelua valmistellessani olin suunnitellut kysyväni aiheesta, mutta nyt se tuli ilmi Saukolta oma-aloitteisesti.

Kolmannessa osiossa puhutaan parhaiten yleisönsä tavoittavista podcasteista ja niiden ominaisuuksista. Suosituista podcasteista puhuttaessa Saukko toteaa, että ”viime aikoina erityisen vahvasti päätänsä ovat nostaneet etenkin naispuolisten vaikuttajien ja bloggaajien podcastit”. Tässä yhteydessä mainitsen Hanna Westerholmin haastattelun, mikä mielestäni jälleen yhdistää näitä erillisiä podcasteja toisiinsa. Se antaa kuulijalle vaikutelman, että kyseessä ei ole irrallinen ja erillinen haastattelu, vaan osa kokonaisuutta. Kolmannen osion alussa johdetaan keskustelun podcastin tekijän

ja yleisön väliseen vuorovaikutukseen sekä palautteenantoon, mutta kysymys ei ole kovin hyvin muotoiltu tai ytimekäs, vaan takelteleva. Podcast loppuu jälleen tulevaisuuden visiointiin, missä Saukko tarjoaa kenties optimistisimman näkemyksen podcastien tulevaisuudesta. Tämä tuo kiinnostavaa kontrastia etenkin edelliseen podcastiin verrattuna.

Haastattelun aikana pohdin, otanko Saukon kanssa puheeksi Ruotsin isommat podcast-markkinat, mutta päädyin jättämään aiheen pois, sillä siitä oli mielestäni puhuttu jo muissa podcasteissa riittävästi. Haastattelun äänityksen jälkeen jäimme kuitenkin keskustelemaan Saukon kanssa, jolloin tämäkin aihe tuli esiin. Saukko tarjosi asiaan uudenlaisen näkökulman. Hänen nimeää Nokian puhelimet yhdeksi syyksi podcastien hitaaseen kasvuun Suomessa. Saukon mukaan podcastien alkuvaiheessa Applen mobiililaitteet olivat Ruotsissa suositumpia kuin Suomessa, missä suosittiin kotimaista Nokia-merkkiä. Apple puolestaan on tarjonnut puhelimiinsa natiivina podcast-sovelluksen vuodesta 2012 saakka, ja iTunes on tukenut podcasteja jo vuodesta 2005. Tämä näkökulma olisi ollut hyvä saada mukaan podcastiin täydentämään muiden vieraiden tarjoamia näkemyksiä samasta asiasta, joten on harmillista, että päätin jättää keskustelunaiheen pois varsinaisesta haastattelusta.

Kokonaisuutena en ole itse järin tyytyväinen omaan suoritukseeni tässä podcastissa. Jo haastattelutilanteen alussa tunsin, etteivät ajatukseni olleet niin selkeitä kuin aiemmissa haastatteluissa ja mielestäni tämä kuuluu omissa puheenvuoroissa sekä erityisesti kysymyksenasetteluissa. Saukon haastattelussa on hyvin erilainen ote kuin esimerkiksi *PODpuhetta*-sarjan edellisessä haastattelussa Anttosen kanssa. Saukko edustaa hyvin selkeästi Nelonen Mediaa sekä Suplaa. Tämä kuuluu keskustelussa vahvana asiasisältönä, joten kuuliija kuulee jälleen uuden tavan ja näkökulman lähestyä podcasteja. Vaikka haastattelun rakenne ei olekaan optimaalinen, kulkee keskustelu mielestäni pääosin hyvin ja sitä on helppo seurata.

7.8 Podcastit Areenalla – Aura Lindeberg

Kuten jo aiemmin totesin, tein viimeisen podcastin eli haastattelun Ylen audiotoimituksen vastaavan tuottajan Aura Lindebergin kanssa hieman jälkijättöisesti, noin kuukautta myöhemmin kuin muut haastattelut. Olen tyytyväinen päätökseen ottaa Ylen näkökulma mukaan, sillä ilman sitä *PODpuhetta* ei olisi ollut kokonaisuutena tarpeeksi kattava. Yle on merkittävä tekijä podcastien saralla Suomessa, ja Lindebergin haastattelu mielestäni näyttää tämän hyvin toteen. Haastattelu äänitettiin Lindebergin kotona ja siihen nähden äänenlaatu on melko hyvä, vaikka en tässäkään tapauksessa saanut vaihevirhettä tai taustasuhinaa täysin korjattua.

Haastattelu aloitetaan tutustumisella Ylen audiotiimin toimintaan ja Lindebergin taustan esittelyllä. Sen jälkeen sukelletaan suoraan keskusteluun Areenan nettisivujen ja sovelluksen toiminnasta ja toimivuudesta. Verrattuna esimerkiksi Suplaan Areena on käyttäjälleen erilainen alusta, sillä siellä on äänisisältöjen lisäksi myös Ylen videosisällöt. Tässä kohdassa haastattelua vertaankin Areenan käyttökokemusta Johannes Saukon kuvailemaan pyrkimykseen tehdä Supla-sovelluksesta mahdollisimman vaivaton ja nopea käyttää. Mielestäni tämä erilaisten, paljon käytettyjen sovellusten vertailu on paikallaan. Lindebergin kertoessa vertailulukuja videon (80 %) ja audion (20 %) kuuntelumääristä Areenassa olisin voinut tehdä keskustelunavauksen siitä, uskooko Lindeberg että videosisältöjä katsomaan tulleet saattaisivat Areenan kautta löytää helpommin myös podcastit, kun sisällöt ovat samassa sovelluksessa. Olisi ollut kiinnostavaa kuulla, onko tämä polku otettu huomioon ja onko sitä pyritty helpottamaan Ylellä. Tämä ei kuitenkaan tullut mieleeni haastattelutilanteessa.

Toisessa osiossa kysyn Ylen suosituimmasta podcastista, jolloin Lindeberg ottaa itse ensimmäisenä lyhyesti esille podcastin määritelmän. Tässä kohdassa määritelmästä ei vielä puhuta enempää, vaan aiheeseen palataan myöhemmin. Sen sijaan Lindebergin Ylen suosituimpina podcasteina nostamien *Radio Sodoman* ja *Gösta Sundqvist – Itkisitkö onnesta* -kuunnelman myötä päästään puhumaan radiodraamasta, joka on mielestäni jälleen kiinnostava nosto podcastin monien muotojen joukossa.

Tämä on myös aihe, josta ei puhuta muissa podcasteissa mutta jota käsittelen tarkemmin tutkielman luvussa 3.2. Sen jälkeen puhutaan Lindebergin omista lempipodcasteista, mistä päästään sujuvalla aasinsillalla podcastien yhteisöllisyys -keskusteluun. Tässä yhteydessä Lindeberg huomauttaa omasta ”sä-passiivin” käytöstään, mikä sai minut huomaamaan myös oman tapani käyttää sitä liian usein. Toisinaan tarvitaan joku toinen huomauttamaan manereista, jotta ne huomaa itsellään.

Podcastin kolmannessa osiossa keskustellaan Lindebergin opinnoista ja audio-tutkimuksesta Oxfordin yliopistossa. Tämä tuo jälleen kiinnostavan uuden keskustelunaiheen ja näkökulman *PODpuhetta*-sarjaan. Sen jälkeen puhutaan kaikissa muissakin haastatteluissa vähintäänkin sivutusta aiheesta, eli syistä, miksi podcastit eivät ole lähteneet Suomessa kasvamaan yhtä voimakkaasti kuin esimerkiksi Yhdysvalloissa tai lähempänä esimerkkinä naapurimaa Ruotsissa. Toisin kuin muut *PODpuhetta*-podcastien vieraat, Lindeberg ei lähde arvailemaan Ruotsin ja Suomen podcast-kuuntelun eron syitä, vaan myöntää suoraan, että asia on hänelle mysteeri.

Neljäs osio alkaa sillä, että palaan podcastin määritelmään ja pyydän Lindebergiä avaamaan omaa näkemystään podcastin määritelmästä. Kiinnostavaa ja muiden haastateltavien näkemyksistä eroavaa on, että Lindebergin mielestä podcast on äänisisältö, joka on ensimmäisenä ja ensisijaisesti julkaistu verkossa. Lindeberg nimeää verkkoon jälkikäteen ladatut radiosisällöt AOD-ohjelmaksi (audio on demand), erilleen podcasteista. Lindeberg mainitsee myös tärkeän seikan podcastien määritelmästä, joka on se, että yleisölle eli audiosisältöjen kuuntelijoille tarkalla määritelmällä ei ole väliä. Tässä osiossa Lindeberg nostaa Saukon tapaan esille älykaiuttimet, mutta puhuu niistä kiinnostavasti toisesta näkökulmasta. Lindebergin mukaan älykaiuttimien yleistyminen tulee synnyttämään tarpeen hyvin lyhyistä audiosisällöistä, mihin podcastit eivät toistaiseksi vastaa. Haastattelun viimeinen osio on jälleen varattu kotimaisen podcast-alan tulevaisuuden ennustamiselle.

Mielestäni haastattelu onnistui melko hyvin, etenkin ottaen huomioon, että tätä viimeistä haastattelua suunnitellessani aloin olla jo hiukan epävarma siitä, kantaisiko päätökseni puhua

vieraiden kanssa pääosin samoista aiheista enää viidettä podcastia. Mielestäni se kuitenkin kantaa, sillä näihin aiheisiin tuli jälleen uusi näkökulma.

8 Podcast ja tulevaisuus

Miltä podcastien tulevaisuus näyttää? Berry (2015, 304) ehdottaa, että tulevaisuudessa saatamme podcastien sijaan puhua appcasteista, mobiilisovelluksista, joiden avulla kuuntelijat voivat etsiä, kuunnella ja jakaa uusia sisältöjä, ja joihin todennäköisesti liitetään myös visuaalista sisältöä. Voitaisiin visioida, että näissä uudenaikaisissa mobiilisovelluksissa olisi myös palstat, joissa kuuntelijat voisivat kohdata toisiaan ja keskustella podcasteista. Tällaisen sovelluksen myötä podcastien vuorovaikutteisuus lisääntyisi ja pirstaleiset palautekanavat yhdistyisivät. Podcastien tulevaisuuden menestys saattaa riippua siitä, miten monipuolinen ekosysteemi niiden ympärille rakennetaan. Berryn (2015, 305) mukaan sisällön täytyy olla helposti saavutettavissa erilaisilla alustoilla ja laitteilla, mutta sen tulee myös olla vahvaa ja kiinnostavaa.

Vaikka podcastit ovat tähän mennessä tarkoittaneet pääosin audioon rajattua sisältöä, on määritelmä muuttumassa. Termejä visual podcast tai video podcast käytetään yhä enemmän, mikä käytännössä tarkoittaa podcastia, johon on lisätty myös visuaalista sisältöä. Alkuvuodesta 2018 ruotsalainen musiikin ja muun audiosisällön streamauspalvelu Spotify ilmoitti sukeltavansa syvemmälle podcastien maailmaan ja julkaisevansa uuden multimediaformaatin nimeltä Spotlight. Sen tarkoitus on yhdistää podcasteja, äänikirjoja ja muuta audiosisältöä kuviin sekä videoihin. Spotifyn tiedotteen mukaan Spotlight ”yhdistää tarinankerrontaa, uutisia, informaatiota ja mielipiteitä visuaalisiin elementteihin, jotka tarjotaan soittolistamuodossa erilaisissa sisältökategorioissa” (Locklear 2018). Käytännössä tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että älypuhelimella podcastia kuunnellessa ruudulle tarjotaan multimediakomponentteja, jotka voivat sisältää tekstiä, still-kuvaa tai videota.

Berry (2015, 305) nostaa podcastien tulevaisuutta ennustaessaan mobiilisovellusten lisäksi esille myös autoteknologian kehittymisen. Edison Researchin vuoden 2018 tilaston mukaan Yhdysvalloissa (56 %), Kanadassa (64 %) ja Australiassa (89 %) suurin osa autoilijoista valitsee autossa kuunneltavakseen AM/FM-radion (The Infinite Dial 2018). Suomessakin alle 45-vuotiaat kertoivat kuuntelevansa

radiota eniten autossa (36 %) (Radionkuuntelu Suomessa 2017, Finnpanel). Toistaiseksi audion kuunteleminen autossa on suosinut perinteistä radiota, mutta Berryn (2015, 305) mukaan uusien automallien jatkuvasti kehittyvät, bluetooth-yhteydellä varustetut älykojelaudat tarjoavat podcasteille ja muiden streamattavien audiosisältöjen tuottajille uuden mahdollisuuden tavoittaa autoilijat. Myös älykaiuttimet ovat osa tätä uutta ja koko ajan kehittyvää teknologiaa, joka tulee todennäköisesti muuttamaan myös suomalaisten tapaa kuluttaa audiota.

Tämän tutkielman yhtenä tavoitteena oli selvittää, miten kotimaiset podcastiasiantuntijat näkevät alan tulevaisuuden ja selvää on, että suurimmalla osalla on odotuksia podcastien kasvun suhteen. Ala on kasvamassa ja alalla on myös runsaasti tilaa kasvaa. Uudet teknologiat, kuten kehittyvät mobiililaitteet, autojen älykojelaudat ja erityisesti kodeissa yleistyvät älykaiuttimet tulevat tuomaan on demand -audion entistä vahvemmin ihmisten arkeen. Viidestä haastateltavasta vain yksi oli sitä mieltä, että podcast-ala ei tule Suomessa enää kasvamaan.

Podcasteja on tutkittu verrattain vähän, joten jatkotutkimuskysymyksiä on runsaasti. Suomalaisia podcastien kuuntelijoita on tutkittu lähinnä vain tilastollisesti, ja näissäkin tutkimuksissa pääpaino on ollut selvittää, kuunnellaanko podcasteja ja jos kuunnellaan, niin miten paljon ja usein. Viestinnän näkökulmasta kiinnostavaa olisi selvittää, miten podcastien aktiivisen kuulijat kokevat vuorovaikutteisuuden toteutumisen. Haastatteluissa useampaan otteeseen esiin nousseen podcastin tekijän ja kuuntelijan parasosiaalisen suhteen kehittyminen olisi myös relevantti tutkimusaihe. Tutkia voisi myös vaikuttamista podcastien kautta ja podcastien tekijöiden auktoriteettia – mistä se muodostuu ja mitä vaaditaan, jotta kuulija mieltää puhujan auktoriteetiksi.

Berry (2015) toteaa *Serialin* synnyttämiä kuuntelubileitä tarkastellessaan, että podcastin kuuntelukokemus yhdessä muiden sarjan fanien kanssa joko fyysisesti samassa paikassa tai sosiaalisen median välityksellä eroaa yksin kuuntelemisesta. Tätä yhteisöllisen kuuntelemisen ilmiötä olisi oleellista tutkia lisää. Toisaalta jatkotutkimusaiheeksi voisi nostaa myös podcastin tekijän

kokemukset omasta yleisöstään – millaiselle yleisölle tekijä podcastiaan kokee tekevänsä, jos yleisö on hyvin pieni tai jos siltä ei tule palautetta? Entä millä tavalla podcastin tekemisen kokemus muuttuu, kun suosio kasvaa ja yleisö tulee näkyvämmäksi?

Jokainen *PODpuhetta*-podcastissa haastateltu asiantuntija nosti esille erot Suomen ja Ruotsin podcast-kenttien välillä. Jokaisella asiantuntijalla oli kuitenkin muista poikkeava näkemys sille, miksi podcast-ala on kasvanut Ruotsissa voimakkaammin kuin Suomessa. Tämä olisi yksi kiinnostava ja ajankohtainen jatkotutkimusaihe. Jos podcastit kasvavat tulevana vuosina Suomessa niin vahvasti, kuin osa asiantuntijoista odottaa, olisi jatkotutkimukselle ehdottomasti kysyntää.

9 Kirjallisuus

Annicelli, C. 2017. The number of podcast listeners in the UK keeps inching up. eMarketer 4.8.2017. Verkkojulkaisu, viitattu 30.3.2019.

<https://www.emarketer.com/Article/Number-of-Podcast-Listeners-UK-Keeps-Inching-Up/1016292>

Audacity 2.3.0. Open source software.

Berry, R. 2006. Will the iPod kill the radio star? Profiling podcasting as radio. *Convergence: The International journal of Research into New Media Technologies* (Sage Publications), 12 (2), 143-162

Berry, R. 2015. A golden age of podcasting? Evaluating *Serial* in the context of podcast histories. *Journal of Radio & Audio Media*, 22 (2), 170-178

Berry, R. 2015. *Serial* and ten years of podcasting: Has the medium grown up? Teoksessa Oliveira, M. & Ribeiro, F. (toim.) *Radio, sound and internet*. LASICS, University of Minho. 299-309

Berry, R. 2016. Podcasting: considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'. *The Radio Journal – International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14 (1), 7-22

Bloomgarden-Smoke, K. 2104. Serial and cereal: Fans wake up early for finale listening party. *Observer* 18.12.2014. Verkkojulkaisu, viitattu 14.12.2018.

<http://observer.com/2014/12/serial-and-cereal-fans-wake-up-early-for-finale-listening-party/>

Bottomley, A. J. 2015. Podcasting, *Welcome to Night Vale*, and the revival of radio drama. *Journal of Radio & Audio Media*, 22 (2), 179-189

Bottomley, A. J. 2015. Podcasting: A decade in the life of a "new" audio medium: introduction. *Journal of Radio & Audio Media*, 22 (2), 164-169

Evans, C. 2008. The effectiveness of m-learning in the form of podcast revision lectures in higher education. *Computers & Education*, 50 (2), 491-498

Ganesh, J. 2016. Podcasts create golden age of audio. *Financial Times* 5.3.2016. Verkkojulkaisu, viitattu 14.12.2018.

<https://www.ft.com/content/cd1b444a-e160-11e5-9217-6ae3733a2cd1>

Garageband 10.3.1. Apple Inc.

Hammersley, B. 2004. Audible revolution. *The Guardian* 12.2.2004. Verkkojulkaisu, viitattu 14.12.2018.

<https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>

Hand, R. & Traynor, M. 2011. *The radio drama handbook: Audio drama in practice and context*. New York, NY: Continuum

Johnson, K. 2007. *Imagine this: Radio revisited through podcasting*. Dallas, Texas Christian University.

Kallio, A. 2016. Köyhäin teatteri – Suomalaisen kuunnelman varhaisvuodet syyskuusta 1926 heinäkuuhun 1941. *Yleisradio*. Verkkojulkaisu, viitattu 14.12.2018.

https://yle.fi/yle_esittaa/koyhain-teatteri/koyhain-teatteri.html

Kumén, T. 2018. Ylen Gösta Sundqvist -sarjalla jo lähes miljoona kuuntelukertaa. Yleisradio 10.8.2018. Verkkojulkaisu, viitattu 18.12.2018.

Lee, M.J.W, McLoughlin, C., Chan, A. 2008. Talk the talk: Learner-generated podcasts as catalysts for knowledge creation. *British Journal of Educational Technology*, 39 (3), 501-521

Locklear, M. 2018. Spotify's revamped podcasts will include more photos and video. Engadget 18.1.2018. Verkkojulkaisu, viitattu 14.12.2018.

<https://www.engadget.com/2018/01/18/spotify-podcasts-include-photos-video/?guccounter=1>

Logic Pro X 10.4. Apple Inc.

Markman K. M. & Sawyer C. E. 2014. Why pod? Further explorations of the motivations for independent podcasting. *Journal of Radio & Audio Media*, 21 (1), 20-35

Menduni, E. 2007. Four steps in innovative radio broadcasting: from QuickTime to Podcasting. *The Radio Journal. International Studies in Broadcast and Audio Media*, 5 (1), 9-18

Morris, T & Tomasi, C. 2017. *Podcasting for dummies*. 3rd Edition. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons Inc.

Murray, S. 2009. Servicing "self scheduling consumers": Public broadcasters and audio podcasting. *Global Media and Communication*, 15, 197-219

McClung, S. & Johnson, K. 2010. Examining the motives of podcast users. *Journal of Radio & Audio Media*, 17 (1), 82-95

Menduni, E. 2007. Four steps in innovative radio broadcasting: From QuickTime to podcasting. *The Radio Journal*, 5 (1), 9–18.

Oinaala, S. 2018. Maailmalla on käynnissä kuuntelemisen vallankumous – Yle Radioteatterikin toivoo netistä itselleen kilpailijoita. *Helsingin sanomat* 14.12.2018. Verkkojulkaisu, viitattu 14.12.2018

<https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005628839.html>

Peabody 2014. Peabody award profile – Serial. Verkkojulkaisu, viitattu 14.12.2018

<http://www.peabodyawards.com/award-profile/serial>

Podcast, podcast. Tutkimus podcastien kuuntelusta 2018. *RadioMedia*. Verkkojulkaisu, viitattu 14.12.2018.

https://www.radiomedia.fi/sites/default/files/attachments/podcast-tutkimus-radiomedia_1.pdf

Puvanenthiran, B. 2014. Serial podcast revives the lost art of listening parties. *Sydney Morning Herald* 19.12.2014. Verkkojulkaisu, viitattu 14.12.2018.

<https://www.smh.com.au/entertainment/tv-and-radio/serial-podcast-revives-the-lost-art-of-listening-parties-20141219-12at3s.html>

Radionkuuntelu Suomessa 2017. Finnpanel 2017. Verkkojulkaisu, viitattu 14.12.2018.

http://www.radiomedia.fi/sites/default/files/radiovuosi_2017_0.pdf

Ralli, T. 2005. Missed church? Download it to your iPod. *The New York Times*. 29.8.2005. Verkkojulkaisu, viitattu 14.12.2018.

<https://www.nytimes.com/2005/08/29/technology/missed-church-download-it-to-your-ipod.html>

Street, S. 2012. The poetry of radio, the colour of sound. London, UK: Routledge.

Sähköisten julkaisujen myynti. Suomen Kustannusyhdistys 2016. Verkkojulkaisu, viitattu 14.12.2018.

[http://tilastointi.kustantajat.fi/PublicReporting/Yearly.aspx?reportName=YearlySalesEurDigital.xml
&language=FIN](http://tilastointi.kustantajat.fi/PublicReporting/Yearly.aspx?reportName=YearlySalesEurDigital.xml&language=FIN)

The infinite dial 2018. Edison Research 2018. Verkkojulkaisu, viitattu 14.12.2018.

<https://www.edisonresearch.com/infinite-dial-2018/>

The podcast consumer 2017. Edison Research 2017. Verkkojulkaisu, viitattu 14.12.2018.

<http://www.edisonresearch.com/the-podcast-consumer-2017/>

Tulley, C. 2011. IText reconfigured: The rise of the podcast. Journal of Business and Technical Communication, 25 (3), 256-275.

Vaarala, N. 2016. Kuunteleminen kiinnostaa kansaa – äänikirjat ja podcastit kasvattavat suosiotaan. Keski-suomalainen 6.11.2016. Verkkojulkaisu, viitattu 14.12.2018

[https://www.ksml.fi/kotimaa/Kuunteleminen-kiinnostaa-kansaa---äänikirjat-ja-podcastit-
kasvattavat-suosiotaan/869047](https://www.ksml.fi/kotimaa/Kuunteleminen-kiinnostaa-kansaa---äänikirjat-ja-podcastit-kasvattavat-suosiotaan/869047)

Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö. Tilastokeskus 2017. Verkkojulkaisu, viitattu 14.12.2018.

https://www.stat.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi_2017_13_2017-11-22_kat_002_fi.html