

Opinnäytetyö (AMK)

Journalismin koulutusohjelma

NJOURS12

2016

Vesa Siltanen

# TISKIN ALTA: PUHETTA TAITEESTA JA MEDIASTA

– podcast-keskusteluohjelmasarja osana  
Taideakatemian viestintää

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Journalismin koulutusohjelma

Kevät 2016 | Sivumäärä: 28

Ohjaaja Samuel Raunio

Vesa Siltanen

## TISKIN ALTA: PUHETTA TAITEESTA JA MEDIASTA

podcast-keskusteluohjelmasarja osana Taideakatemia viestintää

Opinnäytetyöni käsittelee podcast-tyyppisen puheohjelmasarjan luomista osaksi yhteisöviestintää. Opinnäytetyö koostuu kirjallisesta osasta sekä tuoteosasta, neliosaisesta podcast-sarjasta Taideakatemia Tiskin alta. Kirjallinen osa käsittelee keskusteluohjelman valmistelua ja toteuttamista tuoteosan kautta.

Taideakatemia Tiskin alta on podcast-sarja, jossa keskustellaan vaihtuvista taiteeseen ja mediaan liittyvistä teemoista. Sarjan tarkoituksena on tuoda Taideakatemiasta löytyvää asiantuntijuutta laajempaan tietoisuuteen

Kirjallisessa osassa avataan podcastin käsitettä sekä käydään läpi ohjelman valmistaminen askel askeleelta. Kirjallisessa osassa pohditaan, mitä lisäarvoa keskusteluohjelmasarja tuo Taideakatemia viestinnälle ja miten Tiskin alta -sarjaa voisi parantaa tulevaisuudessa. Kirjallisen osion aineistona on käytetty opinnäytteen tuoteosaa sekä alan kirjallisuutta.

Yksinkertaisen podcast-ohjelman tekeminen on helppoa ja tarvittavat työkalut löytyvät lähes jokaisesta tietokoneesta oletusarvoisesti ilman erikseen ladattavia ohjelmistoja. Se on oiva keino tuoda muista käytettävissä olevista viestintäkanavista poikkeavaa lisäarvoa, sillä keskusteluohjelmassa pystytään tarvittaessa syventymään käsiteltävään aiheeseen hyvinkin yksityiskohtaisesti. Radionomaisen keskusteluohjelman tekemisen suurin haaste on saada herätettyä kuulijan kiinnostus ja pidettyä mielenkiinto yllä pelkän äänen varassa. Tähän vaikuttavat ratkaisevasti teemat, keskustelijat sekä tekninen toteutus. Haasteita tarjoavat myös käytettävissä olevat jakelukanavat sekä ohjelman markkinointi ja levittäminen halutulle yleisölle. Keskusteluohjelman tulee toimia muun viestinnän ja sosiaalisen median kanssa molempia hyödyttävässä symbioosissa. Sosiaalinen media saa keskusteluista materiaalia, ja vastavuoroisesti sosiaalisen median kautta ohjataan kuulijat podcastien pariin.

Opinnäytetyö käy oppaana ja antaa vinkkejä kenelle tahansa omaa podcast-lähetystä suunnittelevalle niin yhteisöviestintään kuin yksityiseen harrastekäyttöön.

ASIASANAT:

podcast, keskusteluohjelma, puheohjelma, viestintä, organisaatioviestintä, taide, media

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

The Degree programme in Journalism

Spring 2016 | Total number of pages: 28

Instructor Samuel Raunio

Vesa Siltanen

## UNDER THE TABLE: DISCUSSIONS ABOUT ARTS AND MEDIA

podcasting as a part of public relations and communication in Turku University of Applied Science's Arts Academy

This thesis is about making a series of talk show podcasts as a part of public relations in organizational communications. The product part of my thesis is a series of talk show -like podcasts called Taideakatemia Tiskin alta (Arts Academy from Under the table). This written part of my thesis goes through the making of the product part.

Taideakatemia Tiskin alta is a series of podcasts, in which the participants discuss about different arts or media related topics. The goal of the series is to show that Arts Academy has the knowledge and expertise of that area.

In the written part of the thesis I go through the definition of podcast and what it takes to make talk show step by step, based on the product part of this thesis. I also analyze, how a talk show supports the public relations of Arts Academy as a standalone product and as part of the whole communications. The written part of the thesis is based on case study of the product part and literature from the media field.

Making a simple podcast is rather easy and all the basic tools needed are present in almost every computer by default, without any additional applications. That makes podcasts a nice way to give more profound information which you maybe couldn't give via other social media platforms. The biggest challenge in making a radio-like talk show is to grab the attention of the listener and keep up that interest through the whole show. The factors include the theme of the show, participants and technical performance. The available ways of distribution and marketing are also a challenge. Podcasts and other social media platforms must co-exists in symbiosis, which gives them mutual benefits.

This thesis is useful for anyone planning to make his/her own podcast, whether it's for organizational communications or simply for fun.

### KEYWORDS:

podcasting, talk show, public relations, organizational communications, art, media

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>5</b>
<b>2 PODCAST</b>	<b>7</b>
<b>3 KESKUSTELUOHJELMA OSANA TAIDEAKATEMIAN VIESTINTÄÄ</b>	<b>9</b>
3.1 Taideakatemia ja Meedio	9
3.2 Taideakatemia viestinnän tavoitteet ja sosiaalinen media	9
3.3 Taideakatemia Tiskin alta - konsepti ja jaksot	11
3.4 Keskusteluohjelman tavoitteet	13
<b>4 TISKIN ALTA – NÄIN SE TEHDÄÄN</b>	<b>14</b>
4.1 Alkuvalmistelut	14
4.2 Haastateltavien valinta	15
4.3 Tilat ja laitteisto ohjelman tallentamiseen	17
4.4 Keskustelu	17
4.5 Jakson jälkikäsitteily	19
4.6 Jakson julkaiseminen ja markkinointi	20
4.7 Julkaisuaikataulu ja kuuntelukerrat	21
<b>5 POHDINTAA SARJAN ONNISTUMISESTA JA TULEVAISUUDESTA</b>	<b>24</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>27</b>

## TAULUKOT

Taulukko 1. Podcast- ja radiotoiminnan eroja. (Isoviita 2012, 12.)	8
Taulukko 2. Tiskin alta -kuuntelukerrat Soundcloudissa ja Youtubessa 16.4.2016	22

## KUVIOT

Kuvio 1: Puhetta elokuvasta osa 1 kuuntelukerrat kuukausittain	23
--	----

# 1 JOHDANTO

Suoritin työharjoittelua Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemia viestinnässä keväällä 2015. Taideakatemia ulkopuolinen viestintä tapahtuu suurelta osin oppimisympäristö Meedion kautta. Meediossa viestintää hoitaa yhden henkilön sijaan useampi opiskelijaharjoittelija viestintävastaavan opastuksella.

Ensimmäisten työviikkojen aikana meiltä harjoittelijoilta tiedusteltiin, mitä uusia aiheita tai tapoja viestiä haluaisimme nähdä ja toteuttaa jo käytössä olevien työkalujen lisäksi. Turun ammattikorkeakoulun verkkosivut sekä tärkeimmät sosiaalisen median väylät, Facebook, Twitter ja Instagram, oli jo otettu Meediossa käyttöön kiitettävästi. Visuaalinen puoli oli mielestäni melko hyvin edustettuna ja videoitakin oli jo tuotettu.

Musiikin ja radion ystävänä pohdin, millaisia ”radionomaisia” tapoja voisi käyttää hyödyksi pääasiassa internetissä tapahtuvaan viestintään. Sellaisia kun ei kuvan ja videon lisäksi vielä ollut käytössä. Koska Turun ammattikorkeakoululla ei työharjoitteluaikani ollut kampusradiota, ei suora radiolähetys onnistuisi. Oli siis tyydyttävä etukäteen äänitettyyn, suoran lähetyksen omaiseen keskusteluun.

Syntyi Taideakatemia Tiskin alta -konsepti: podcast-mallinen keskusteluohjelmasarja, jossa Taideakatemia asiantuntijat (lehtorit, alumnit, opiskelijat) keskustelevat muiden alan asiantuntijoiden kanssa vaihtuvista taiteeseen tai mediaan liittyvistä aiheista. Sarjan ideana oli nimenomaan tuoda esille Taideakatemian löytyvää tietotaitoa ja osaamista taiteen, sirkuksen ja median saralla ja näin ollen vahvistaa Taideakatemia asemaa uskottavana kulttuurialan toimijana ja asiantuntijana.

Sarjaa kokeiltiin pilottijaksolla, jonka aiheeksi valikoitui elokuva ajankohtaisuutensa vuoksi, sillä Oscar-gaala oli jaksoa valmistellessa juuri tulossa. Ensimmäisen jakson jälkeen Tiskin alta sai Meedion ja Taideakatemia päällystön hyväksynnän ja sarjaa päätettiin jatkaa. Tällöin päätin ottaa Tiskin alta -keskustelusarjan myös opinnäytetyöni aiheeksi.

Opinnäytteeni koostuu tuoteosasta ja kirjallisesta osasta. Opinnäytteen tuoteosa on neliosainen podcast-sarja, joka julkaistiin Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemia Soundcloudissa ja myöhemmin Youtubessa. Ensimmäinen kaksiosainen jakso ilmestyi keväällä 2015, viimeinen kolmeosainen jakso syksyllä 2015.

Opinnäytetyön kirjallisessa osiossa avaan lukijalle Taideakatemia viestinnän oppimisympäristö Meediota sekä kerron askel askeleelta, miten Tiskin alta -sarjaa tehdään. Opinnäytteeni päätutkimuskysymys on, miten hyvin sarja saavutti sille asetetut tavoitteet ja vaatimukset. Lisäksi pohdin, miten se tukee Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemia viestintää ja sen tavoitteita Meedion kontekstissa.

Kirjallinen osa pureutuu tapaustutkimuksellisesti podcast-sarjan tekoon tekijän näkökulmasta ja sen vaiheisiin Tiskin alta -keskusteluohjelman kautta. Sen tueksi käytetään lisäksi alan kirjallisuutta. Ohjelman tavoitteiden täyttymistä tarkastellaan ja pohditaan ohjelman jakelukanavista saatujen tilastojen sekä Taideakatemia viestinnän yleisiin tavoitteisiin peilaten.

Opinnäytetyöstäni saa hyvän pohjan omien podcast-lähetysten ja keskusteluohjelman tekemiseen ja äänittämiseen sekä niiden jakamiseen. Oma tuoteosani on tehty Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemialle, mutta samoja perusajatuksia ja ideoita voi hyvin soveltaa muillakin aloilla ja koulutusohjelmilla.

## 2 PODCAST

Podcast on tietoverkossa jaettava äänite, jonka käyttäjä voi ladata omalle koneelleen tai MP3-soittimeen. Podcastille tunnusomaista on sen jakelutapa: podcast-lähetykset jaetaan tilattavan syötteen kautta, jolloin käyttäjä saa automaattisesti tiedon uudesta podcast-lähetyksestä. Normaalisti podcast-tallenne pakataan, jotta tiedoston siirtäminen verkon yli on nopeaa ja vaivatonta. Yleisin pakkausmuoto on MP3, mutta käytössä on muitakin muotoja, esimerkiksi Ogg Vorbis (Starak 2016). Pakattuihin tallenteisiin liitetään yleensä tiedot tekijästä ja ohjelmasta, eli tunniste tai tagi.

Termiä podcast käytettiin ensimmäistä kertaa The Guardian -lehden nettiradioita ja netin kautta tapahtuvaa tallenteiden jakelua koskevassa artikkelissa 12. helmikuuta 2004. Podcastin etymologia juontaa Applen kannettavasta iPod-soittimesta ja sanasta broadcast eli lähettää. Koska podcasteja voi kuunnella myös muillakin kuin Applen soittimilla, on myös esitetty, että pod on tässä tapauksessa akronyymi sanoille Portable On Demand. (Hammersley 2004.)

Kuten Reetta Isoviita (2012, 18) pro gradussaan kertoo, Podcastien isänä pidetään MTV-kanavan entistä video jockeyta Adam Curryä, joka loi yhdessä RSS-syötteen (Rich Site Summary tai Really Simple Syndication) kehittäjän Dave Winerin kanssa työkalut äänitallennesarjojen lataamiseen Internetistä.

RSS on tekniikka, jonka avulla on mahdollista levittää esimerkiksi uutisia ja blogikirjoituksia reaaliajassa ympäri Internetiä. Käyttäjä tilaa syötteen haluamaltaan sivustolta, jolloin syöte päivittyy automaattisesti, kun uutta materiaalia ilmestyy. Käyttäjän ei tarvitse siis erikseen hakea sivustolta päivitettyä materiaalia. RSS mahdollistaa näin useamman kanavan reaaliaikaisen seuraamisen yhtäaikaaisesti. (Sauers 2010, 137-138.)

Podcastit muistuttavat tavallisia radio-ohjelmia, ja puolestaan monet radiot jakavat ohjelmiaan myös verkossa ohjelmavirrasta irrotettuina erillisinä tallenteina. Tästä syystä ero podcastin ja erityisesti verkkoradion välillä on usein hyvin häilyvä (Isoviita 2012, 16). Lisäksi määrittelyä sekoittaa liikkuvaa kuvaa sisältävät tallenteet, joita voidaan jakaa podcastien tavoin syötteen kautta. Joissain tapauksissa näistä videotallenteista käytetäänkin erotukseksi nimitystä vodcast (Isoviita 2012, 17).

Reetta Isoviita (2012, 12) on Vain radioleikkiä? Podcastaus suomalaisen harrastajan näkökulmasta pro gradu -tutkielmassaan lajitellut podcast- ja radiotoiminnan eroja taulukon 1 kuvailemalla tavalla.

Taulukko 1. Podcast- ja radiotoiminnan eroja. (Isoviita 2012, 12.)

	Podcast	Radio
Muoto	Tallenne	Suora/Tallenne, jolla on sovittu pituus
Viralliset luvat	Ei tarvita	Tarvitaan
Peittoalue	Koko maailma	Lähettimen alue
Ylläpito	1-N henkilöä	Vaatii yleensä tiimin
Kustannukset	Ei välttämättä mitään, jos tekijällä on jo internet-yhteys ja mikrofonilla varustettu tietokone	Useita tuhansia, jos palkat ja musiikin tekijänoikeusmaksut lasketaan mukaan
Ohjelmakonsepti	Vapaa	Kanavaprofiiliin sovitettu
Laitteet	Digitaaliset	Digitaaliset/Analogiset
Vaatimukset kuulijalle	Internet-yhteys ja käsitys siitä, kuinka podcast-tiedosto ladataan kuuntelulaitteeseen	Radiovastaanotin ja käsitys siitä, kuinka se käynnistetään ja säädetään tietylle kanavalle
Kuunteluajankohta	Milloin kuulijalle sopii	Milloin asemalla oletetaan ja toivotaan kuulijan kuuntelevan

Kuten taulukosta 1 nähdään, ovat podcastin erot radio-ohjelmiin selvät. Podcast on halpaa, jopa ilmaista ja niin sanotusti matalan kynnyksen toimintaa. Podcastaaja ei ole rajoitettu toimimaan tiettyyn aikaan, eli silloin, kun kuuntelijat ovat reaaliaikaisesti läsnä eikä podcastaajan kuulijakuntaa rajoita radion lähettimen peittoalue. Podcastaajan ei tarvitse hankkia podcastaamista varten toimilupia tai arvokkaita lähetinlaitteita, vaan hän voi aloittaa oman podcastinsa äänittämisen vaikka vain mikrofonin ja kaiuttimet sisältävällä kannettavalla tietokoneella, joka on liitetty Internet-yhteyteen. Podcastaaja tarvitsee myös tietokoneeseensa ohjelman, jolla ääntä voi tallentaa ja muokata, sekä näille tallenteille Internetin kautta saavutettavissa olevan tallennuspaikkan. Lisäksi hänen on ilmoitettava tallenteiden verkko-osoite yleiseen tietoon, jotta kuka tahansa voi halutessaan tilata ja kuunnella hänen tuotoksiaan. (Isoviita 2012, 12.)



## 3 KESKUSTELUOHJELMA OSANA TAIDEAKATEMIAN VIESTINTÄÄ

### 3.1 Taideakatemia ja Meedio

Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemiassa opiskelee yhteensä noin 600 opiskelijaa neljässä koulutuksessa. Näitä ovat esittävän taiteen, kuvataiteen, media-alan ja musiikin koulutukset. Lisäksi Taideakatemia tarjoaa kulttuurialan täydennyskoulutusta, yhteisöjen ja yritysten kanssa toteutettavia tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoimintoja, palvelutoimintoja. (Turun ammattikorkeakoulu 2016.)

Meedio on Taideakatemian viestinnän oppimisympäristö, jossa työharjoittelua tai projektiopintoja suorittavat opiskelijat hoitavat ulkoista viestintää viestintävastaavan organisoimana ja valvomana. Meedion pääasiallinen viestinnällinen kanava on Turun ammattikorkeakoulun verkkosivut<sup>1</sup>, jonne Meedio tuottaa uutisia, artikkeleita ja tapahtumatiedotteita. Lisäksi Meedio kirjoittaa mediatiedotteita ja -kutsuja, jotka jaetaan valtakunnallisesti ePressi-palvelun kautta.

Meedio on nykypäivän vaatimusten mukaan myös näkyvästi sosiaalisessa mediassa. Meedion vastuulla on Taideakatemian viralliset tilit Facebookissa, Twitterissä, YouTubeessa, Instagramissa ja Periscopessa. Meedio hallinnoi myös Taideakatemian virallista Soundcloud-tiliä, joka valittiin Tiskin alta -keskusteluohjelman ensisijaiseksi levityskanavaksi.

Suorittaessani työharjoittelua keväällä 2015 Meediossa toimi parhaimmillaan neljä, loppuvaiheessa kaksi harjoittelijaa eri pituisissa harjoittelujaksoissa. Syksyllä 2015 harjoittelijoita oli vaihtelevasti eri viikkoina kolmesta kuuteen.

### 3.2 Taideakatemian viestinnän tavoitteet ja sosiaalinen media

Meedion tavoitteena on näyttää Taideakatemia luovana, elävänä, houkuttelevana, osaavana, osallistavana ja osallistavana. Meedion tehtävä on auttaa Taideakatemian eri koulutuksia, opiskelijoita ja hankkeita saamaan viestinsä kuuluviin (Kokkola 2016).

---

<sup>1</sup> <http://www.turkuamk.fi/>

Eri sosiaalisille medioille on Meediossa määritelty omat tavoitteensa, sillä toiset alustat soveltuvat paremmin tietynlaiseen viestintään kuin toiset alustat.

Twitter<sup>2</sup> on lyhyiden, maksimissaan 140 merkkiä sisältävien viestien jakamiseen tarkoitettu sosiaalisen median kanava. Palvelua käyttää aktiivisesti 320 miljoonaa ihmistä kuukaudessa (Twitter 2016). Taideakatemia Twitterissä jaetaan omien uutisten, artikkeleiden ja tiedotteiden lisäksi muiden keskustelunaiheita ja uutisia taiteen, median ja markkinoinnin kentältä. Painopiste on omassa osaamisessa, kuten opin- näytetöissä, hankkeissa ja julkaisuissa (Kokkola 2016).

Instagram<sup>3</sup> on puhelimeen ladattava applikaatio, jolla käyttäjä voi jakaa kuvia ja lyhyitä, muutaman sekunnin videoita seuraajilleen ja kaikkien muiden Instagram-käyttäjien nähtäville (Instagram 2016). Instagram on tunnepohjainen kanava kuvareportaaseihin ja ”kulissien takana” -tyyppiseen viestintään. Erityisesti kuvataiteen koulutuksen tuotokset sopivat kuvapalveluun hyvin (Kokkola 2016). Instagramissa on julkaistu esimerkiksi tanssinopiskelijoiden kuvareportaaseja opintomatkoilta.

Facebook<sup>4</sup> on suurin sosiaalisen median kanava ja ensisijainen markkinointiväylä. Facebookissa jaetaan kaikki Turun ammattikorkeakoulun verkkosivuille tuotettu materiaali. Tavoitteena on sitouttaa ihmisiä Taideakatemia toimintaan Facebook-tykkäyksillä ja -jaoilla. Tällä pyritään osallistamaan ja aktiiviseen viestintään (Kokkola 2016).

Videota käyttävät välineet, kuten Youtube ja uusimpana omalla älypuhelimella kuvatavat suorat lähetykset mahdollistavat Periscope<sup>5</sup>, tuovat viestintään uuden ulottuvuuden. Niiden tarjoamia mahdollisuuksia tulee hyödyntää enemmän markkinoinnissa ja viestinnässä tulevaisuudessa. Puhuvien päiden sijasta Taideakatemia pitäisi video- medioissa näkyä aktiivisen tekemisen kautta (Kokkola 2016). Taideakatemialla ei ole omaa Youtube-kanavaa, vaan videot ladataan Turun ammattikorkeakoulun Youtube-kanavalle<sup>6</sup>.

---

2 <https://twitter.com/taideakatemia>

3 <https://www.instagram.com/taideakatemia/>

4 <https://www.facebook.com/Taideakatemia>

5 <https://www.periscope.tv/taideakatemia>

6 <https://www.youtube.com/user/TurunAMK>

Soundcloud on sivusto, jonne käyttäjä voi ladata äänitiedostoja muiden kuunneltavaksi. Soundcloud mahdollistaa myös RSS-syötteen tilaamisen, jolloin syötteen tilaaja saa automaattisesti tiedon sivustolla ladatuista uusista tiedostoista. Lisäksi Soundcloud on linkitettävissä muihin sosiaalisiin medioihin kuten Facebookiin ja Twitteriin. Soundcloudia käyttävät pääasiassa muusikot ja yhtyeet muiden suoratoistopalvelujen, kuten Spotifyn tapaan. Soundcloudiin voi kuitenkin liittyä ja ladata materiaalia kuka tahansa ja sen käyttö on ilmaista.

Ennen opinnäytetyöni tuoteosaa Tiskin alta -keskusteluohjelmaa Taideakatemia Soundcloud-tilillä<sup>7</sup> ei ollut Juulia Soidinahan taiteellista opinnäytetyötä lukuunottamatta muuta sisältöä, joten sarjalla pyrittiin myös tuomaan eloa tähän kanavaan.

### 3.3 Taideakatemia Tiskin alta - konsepti ja jaksot

Keskusteluohjelmiksi kutsutaan ohjelmia, jossa toimittajalla on useampi kuin yksi vieras. Puhetapa on spontaania, mikä näkyy takerteluna, sanojen toistamisena, keskeytyksinä ja päälle puhumisena. Kun keskusteluun osallistuu useampi vieras yhtä aikaa, painottuu toimittajan rooli keskustelun johtamiseen. (Isotalus 1996, Vinnin 2011, 6 mukaan.)

Opinnäytteeni tuoteosa, Taideakatemia Tiskin alta, on lähtökohdiltaan perinteisen podcast-lähetyksen määritelmiin mahtuva keskusteluohjelmasarja, jonka syötteen voi tilata omalle koneelleen tai soittimelleen. Tilaaaja saa näin ilmoituksen uusista jaksoista niiden ilmestyttyä ja ladattuaan ne kuunnella niitä milloin haluaa. RSS-syötteen saa tilattua Taideakatemia Soundcloud-tililtä, jonne jokainen jakso ladataan.

Jokaisessa jaksossa on vaihtuvat puheenaiheet ja keskustelijat. Puheenaiheet liittyvät johonkin Taideakatemiassa opetettavaan ainekokonaisuuteen, kuten journalismi, elokuva ja animaatio, kuvataide, sirkus ja niin edelleen. Jokaisessa jaksossa on juontajan lisäksi kahdesta kolmeen keskustelijaa, joista vähintään yksi esiintyy Taideakatemia edustajana. Tavallisesti näitä ovat Taideakatemia lehtorit. Mukaan on valittu myös muita alan asiantuntijoita muista korkeakouluista, yrityksistä tai yhdistyksistä.

Tiskin alta noudattaa talk show -ohjelmille ominaista tietyn tyyppistä sarjallisuutta: ohjelma toistuu suunnilleen samanlaisena (Nuolijärvi, Tiittula 2000, Vinnin 2011, 8

---

<sup>7</sup> <https://soundcloud.com/taideakatemia>

mukaan). Jokaisen jakson ensimmäinen osa alkaa samalla tunnussävelmällä ja jokaisen jakson viimeinen osa päättyy samaan tunnussävelmään. Näin osat muodostavat selvän kokonaisuuden, ja saman tunnussävelen käyttäminen luo tunteen jatkuvuudesta ja sarjamaisuudesta.

Taideakatemia Tiskin alta -sarjaa tehtiin keväällä 2015 kolme jaksoa ja syksyllä 2015 yhden jakson verran. Jokainen jakso kestää keskimäärin 38 minuuttia, ja jaksot on jaettu kahdesta kolmeen osaan kuuntelukokemusta keventämään.

Ensimmäisen jakson otsikko on Puhetta elokuvasta<sup>8</sup>. Keskustelemassa ovat Taideakatemia eläkkeelle jäänyt elokuvan lehtori Risto Hyppönen ja tuotantoyhtiö New Dawnin toinen perustaja Jirka Silander. Hyppönen ja Silander keskustelevat jaksossa elokuva-alasta Suomessa ja Turussa. Jakso kestää noin 33 minuuttia, ja se on jaettu kahteen osaan. Puhetta elokuvasta julkaistiin 20.2.2015.

Toisen jakson otsikko on Puhetta suomalaisesta ja afrikkalaisesta mediasta<sup>9</sup>. Keskustelemassa ovat Taideakatemia journalismin yliopettaja Pirita Juppi, Namibian yliopiston journalismin lehtori Hugh Ellis ja Pohjois-Afrikan medialaitoksen Tansanian puhemies Simon Berege. Keskustelukielenä jaksossa on englanti ja aiheina ovat sananvapaus ja sosiaalinen media Suomessa ja Afrikassa. Jakso kestää noin 38 minuuttia ja se on jaettu kahteen osaan. Puhetta suomalaisesta ja afrikkalaisesta mediasta julkaistiin 6.3.2015.

Kolmannen jakson otsikko on Puhetta luovuudesta<sup>10</sup>. Keskustelemassa ovat Taideakatemia lehtorit ja taiteilijat Eero Merimaa ja Renja Leino sekä Turun yliopiston luovan kirjoittamisen opettaja Niina Repo. Keskustelun aiheena on luovuus; mitä luovuus on ja miten sitä voidaan opettaa. Jakso kestää 40 minuuttia ja se on jaettu kahteen osaan. Puhetta luovuudesta julkaistiin 14.5.2015.

Neljännän jakson otsikko on Puhetta animaatiosta<sup>11</sup>. Keskustelemassa ovat Taideakatemia lehtori Eija Saarinen, Pyjama Films -animaatiostudion tuottaja Terhi Väänänen ja Turun Anikistit ry:n puheenjohtaja Antti Laakso. Keskustelun aiheena on suomalainen ja turkulainen animaatio – miten se on muuttunut viimeisen 10 vuoden

---

8 <https://soundcloud.com/taideakatemia/sets/taideakatemia-tiskin-alta-1>

9 <https://soundcloud.com/taideakatemia/sets/tiskin-alta-2>

10 <https://soundcloud.com/taideakatemia/sets/tiskin-alta-luovuus>

11 <https://soundcloud.com/taideakatemia/sets/tiskin-alta-animaatio>

aikana ja miltä alan tulevaisuus näyttää. Jakso kestää noin 44 minuuttia ja se on jaettu kolmeen osaan. Puhetta animaatiosta julkaistiin 7.12.2015.

#### 3.4 Keskusteluohjelman tavoitteet

Tiskin alta -ohjelman tavoitteena on antaa ääni Taideakatemiaan asiantuntijoille ja asiantuntevuudelle, eli Taideakatemiaan tekijöille. Siksi jokaiseen jaksoon valitaan vähintään yhdeksi keskustelijaksi Taideakatemiaan henkilökuntaa, yleensä tietyn alan lehtori jakson puheenaiheen mukaan. Tiskin alta lisää osaltaan Taideakatemiaan ja sen eri koulutusten tunnettuutta.

Yleisesti ottaen Tiskin alta on suunnattu kulttuurista ja mediasta kiinnostuneille ikään ja sukupuoleen katsomatta. Koska sarjaa tehdään Taideakatemiaan nimissä, sen pääasiallinen yleisö löytyy Turun ammattikorkeakoulun henkilökunnasta ja opiskelijoista, sekä muista kulttuuri-instansseista.

Puheohjelma vaatii kuuntelijalta aikaa ja keskittymistä, joten ohjelmaa tehdään lähtökohtaisesti niille, joita käsiteltävät asiat ja keskustelijat kiinnostavat ennestään. Tavoitteena on vahvistaa asiaan vihkiytyneen yleisön sitoutumista Taideakatemiaan viestintään ja vahvistaa positiivista ja ammattimaista mielikuvaa.

Taideakatemiaan Soundcloud-tilillä on vähän sitoutuneita seuraajia, joten se ei yksinään riitä vaan tarvitsee tuekseen muita sosiaalisen median kanavia. Soundcloud toimiikin Youtuben tavoin nimenomaan julkaisualustana, johon Twitterissä, Instagramissa ja Facebookissa voidaan linkittää ja viitata.

Teknisen toteutuksen tavoitteena on tehdä ammattimainen, radiohaastattelua muistuttava keskustelu, jota on miellyttävä kuunnella. Tähän päästään äänittämällä keskustelu hyvällä äänenlaadulla, poistamalla taustakohinat ja ylimääräiset äänet sekä selkeyttämällä puhetta taajuuskorjaimen avulla jälkikäsitelyssä. Myös jaksosten visuaaliseen puoleen kiinnitetään huomiota julkaisualustasta riippuen. Ohjelmalla on oma logonsa, joka sopii Turun ammattikorkeakoulun visuaaliseen linjaan. Lisäksi keskustelijoista pyritään ottamaan kuva markkinointia ja muita sosiaalisen median kanavia kuten Instagramia varten.

## 4 TISKIN ALTA – NÄIN SE TEHDÄÄN

### 4.1 Alkuvalmistelut

Huolellinen valmistautuminen on tärkeää onnistuneen keskusteluohjelman teko-prosessissa. Kaikki lähtee aiheesta ja teemasta. Sen jälkeen hankitaan vieraat, varataan tarvittavat tilat ja kalusto. Lisäksi haastattelija perehtyy itse aiheeseen ja vieraisiin, jotta pystyy viemään keskustelua sujuvasti eteenpäin.

Koska kyseessä on Taideakatemia ohjelmasarja, teeman tulee liittyä jollain tavalla kulttuuriin, taiteeseen tai mediaan. Siis sellaiseen aiheeseen, jota Taideakatemiassa voi opiskella. Tämä myös siksi, että keskustelijat Taideakatemiasta on helpompi löytää.

Vaikka ohjelmaa voidaan ladata ja kuunnella Internetissä ympäri maailmaa, on se lähtökohtaisesti paikallinen. Esimerkkeinä käyvät Tiskin alta jaksot Puhetta elokuvasta sekä jakso 4 (Turku animaatiokaupunkina). Ajankohtaiset aiheet kiinnostavat, joten se on hyvä lähtökohta aihetta pohtiessa. Esimerkiksi jaksoon 1 valikoitui aiheeksi elokuvat ohjelman tekoaikana lähestyneen Oscar-gaalan vuoksi, ja Oscareista myös keskusteltiin vieraiden kanssa.

Koska Tiskin alta on kulttuuri- ja taideohjelma, voivat aiheet olla myös abstrakteja. Esimerkiksi jakson 3 pääkysymys on, voiko luovuutta opettaa. Vähemmän konkreettisista aiheista puhuttaessa täytyy keskustelijat valita myös tarkkaan sen mukaan, miten hyvin he pystyvät puhumaan abstrakteista asioista. Tällaiset aiheet vaativat myös haastattelijalta parempaa ennakkovalmistautumista ja perehtymistä, mutta niistä syntyvä keskustelu on parhaimmillaan todella kiinnostavaa kuunneltavaa.

Aiheita voi löytää myös oman yhteisön tapahtumista, kuten seminaareista ja vierailijoista. Tiskin alta -sarjan toisen jakson teema rakennettiin Taideakatemiassa vierailulla olleiden ulkomaalaisten journalismin lehtorien ympärille. Jakson aihe syntyi siis poikkeuksellisesti vieraiden perusteella, eikä toisin päin.

Kun keskustelun teema ja pääkysymys on päätetty, on aika valita ja kutsua vieraat keskustelemaan ohjelmaan. Kun vieraiden aikataulut ovat selvillä, keskustelua varten tarvitaan sopiva tila ja äänittämiseen soveltuva kalusto. Näistä puolestaan tarkemmin luvussa 4.3. Lopuksi haastattelija perehtyy valittuun aiheeseen ja vieraisiin ennakkoon ja laatii kysymykset.

## 4.2 Haastateltavien valinta

Jokaisessa jaksossa valitusta aiheesta on keskustelemassa kaksi tai kolme vierasta, joista vähintään yksi edustaa tavalla tai toisella Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemiaa. Tavallisesti tällaisia henkilöitä ovat opettajat ja lehtorit. He eivät kuitenkaan esiinny ohjelmassa nimenomaan lehtoreina, vaan oman alansa asiantuntijana ja tekijänä. Esimerkiksi Puhetta luovuudesta -jaksossa Taideakatemiassa opettavat Eero Merimaa ja Renja Leino eivät ole ohjelmassa titteleiltään opettajia, vaan taiteilijoita. Toki yhteys Taideakatemiaan kerrotaan myös avoimuuden vuoksi. Taideakatemian edustajat voivat olla myös johtoportaan jäseniä (esimerkiksi koulutusjohtaja tai koko ammattikorkeakoulun toimitusjohtaja-rehtori) tai Taideakatemiasta valmistuneita, alan työelämässä toimivia alumneita. Aiheen niin vaatiessa voidaan haastateltavaksi valita Taideakatemian opiskelija tuomaan oman näkökulmansa, vaikkei olisikaan vielä valmistunut. Tärkeintä on, että valituilla haastateltavilla on tietoa käsiteltävästä aiheesta ja teemoista.

Mistä sitten oman yhteisön, kuten tarkastelemani tuoteosan tapauksessa Taideakatemian ulkopuolisia vieraita kannattaa etsiä? Asiantuntijuutta on monenlaista, ja aiheesta riippuen vierasta kannattaa etsiä eri paikoista. Liike-elämän asiantuntijat, kuten työllistyneet alumnit viestivät hyvin omasta ammattikunnastaan ja asiantuntevuksistaan. Yksi asiantuntevuksen laji on kokemusasiantuntevuus, jota löytyy esimerkiksi järjestöistä (Järvi & Vainikainen 2010, 13). Kuten Järvi ja Vainikainenkin (2010, 20) toteavat, asiantuntijat ovat persoonia, joilla on erilaisia valmiuksia julkiseen asiantuntijatyöhön. Toinen on parempi puhuja, toinen parempi kirjoittaja.

Tiskin alta -ohjelmassa haastateltavat ovat usein taiteilijoita. Saksalan (2012, 67) mukaan taiteilijat antavat mielellään haastatteluja varsinkin silloin, kun heillä on jokin ajankohtainen esitys, jota markkinoida. Hän myös muistuttaa, että monet taiteilijat eivät kuitenkaan ole innostuneita selittämään työstään tai avautumaan median edessä, ja se koetaan taakkana (Saksala 2012, 67). Tiskin alta -ohjelman tarkoitus ei ole markkinoida kenenkään yksittäisen taiteilijan työtä, vaan puhua valituista aiheista yleismaailmallisesti. Haastateltava voi luonnollisesti käyttää omia töitään esimerkkinä eikä juuri ilmestyneen tai ilmestymässä olevan työn mainostaminen ole kiellettyä.

Vierasta valitessa kannattaa ottaa huomioon myös, miten usein joku asiantuntija on äänessä muissa medioissa. Tutut nimet voivat kiinnostaa yleisöä, mutta liian usein

toistuessaan hyviinkin puhujiin voidaan kyllästyä. Koska kyseessä on radionomainen puheohjelma, myös vieraan puheääneen ja -tapaan täytyy kiinnittää huomiota. Huonosti artikuloivaa tai vaikkapa voimakkaalla nasaalilla puhuvaa vierasta on raskasta kuunnella, vaikka asiasisältö olisikin ensiluokkaista. (Beaman 2000, 68.)

Omaa verkostoa kannattaa käyttää hyödyksi tässäkin asiassa. Jokaisessa teke-mässäni Tiskin alta -ohjelmassa oli haastateltavien joukossa vieraita, joita olin haastatellut aiemmin toisessa asiayhteydessä. Mainittakoon esimerkkinä ensimmäisen jakson vieraat Risto Hyppönen ja Jirka Silander. Elokuvan lehtori Hyppönen jäi eläkkeelle Taideakatemiasta ja tein hänestä lyhyen henkilökuvan ja haastattelun Turun ammattikorkeakoulun verkkosivuille<sup>12</sup>. Jirka Silander oli puolestaan ollut vuotta aiemmin vieraanani Turun ammattikorkeakoulun journalistiopiskelijoiden opiskelijaradio Tutkassa.

Kuten jo luvussa 4.1 mainitsin, sarjan toisen jakson vieraat valittiin poikkeuksellisesti jo ennen varsinaista aihetta. Hugh Ellis, Simon Berege ja Pirita Juppi olivat viikon vierailulla Taideakatemiassa, joten aikataulujen sovittaminen oli helppoa. Toki tällai- sessa menettelyssä on omat riskinsä. Puhujat eivät välttämättä ole radioystävällisiä, tai vierailun luonteesta riippuen vierailulla on osaamista ja tietoa liian erilaisista aiheista. Tiskin alta -sarjan tapauksessa kaikille vieraille oli kuitenkin yhteistä ulkomailla toimi- minen journalismin ja median parissa, joten heistä sai vaivattomasti keskustelijat media-aiheiseen jaksoon.

Sopivin määrä keskustelijoita on kolme. Keskusteluun riittää kaksikin, erityisesti jos keskustelijoiden on tarkoitus opponoida toisiaan. Kolmen henkilön keskustelua on vielä helppo seurata pelkän äänen perusteella, ja kaikille keskustelijoille voi antaa aikaa kommentoida ilman, että keskustelu venyy liian pitkäksi. Koska jaksojen ilmestymis- aikaa ei ole sidottu sovittuihin aikatauluihin, voi vieraiden hankkimisessa ja äänitysten aikatauluttamisessa lisäksi nähdä tavallista enemmän vaivaa. Näin kolmenkin vieraan aikataulujen sovittaminen onnistuu helpommin. Lisäksi jos yksi kolmesta vieraasta estyykin viime tipassa, voidaan sovittu haastattelu vielä toteuttaa kahden vieraan voimin.

---

12 <http://www.turkuamk.fi/fi/artikkelit/539/elokuvan-moniottelija-risto-hypponen-siirtyy-elakkeelle/>



### 4.3 Tilat ja laitteisto ohjelman tallentamiseen

Keskustelun tulee tapahtua tilassa, johon vieraat mahtuvat ja jossa taustamelu on tarpeeksi vähäistä. Tilaa valitessa tulee siis ottaa huomioon esimerkiksi akustiikka, sähkölaitteiden tai ilmastoinnin tasainen hälyääni sekä muut häiriötekijät.

Äänityskalustoa on Tiskin alta -sarjaa tehtäessä ollut käytössä kahdenlaista: Zoom-nauhureita tai mikseriin liitettyjä mikrofoneja. Zoom-nauhurit ovat hyvä hätävara ja niiden kanssa haastattelija voi äänittää yksin ilman äänitarkkailijaa, mutta laadullisesti parempaa jälkeä saadaan, kun jokaisella keskustelijalla on oma mikrofoninsa ja äänitarkkailija voi säätää äänentasoja jo äänitysvaiheessa. Jälkimmäinen tapa vaatii vähintään kaksi tekijää, eli haastattelijan ja äänitarkkailijan, sekä paljon enemmän teknistä osaamista.

Kaikki tekemäni neljä Tiskin alta -jaksoa on äänitetty Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemian äänitysstudioissa Linnankadulla. Jaksot yksi ja neljä on äänitetty kahdesta neljään Zoom-nauhurilla, jaksot kaksi ja kolme äänitarkkailijan kanssa suoraan Pro Tools -raituriin.

Zoom-nauhureilla äänittäessä keskustelijat istuvat saman pöydän ympärillä ja jokaisella puhujalla on oma Zoom-nauhurinsa. Nauhurin mikrofonin herkkyyttä on säädetty puhujan mukaan: hiljaisemmille puhujille mikrofonin herkkyyttä nostetaan, voimakkaammin ja bassovoittoisemmin puhuville herkkyyttä lasketaan.

Mikrofonien ja äänipöydän kanssa äänittäessä keskustelijat voivat istua hieman kauempana toisistaan, kuitenkin niin, että jokaisella on katsekontakti toisiinsa. Jokaiselle puhujalle asetetaan oma mikrofoni. Äänityksissä on käytetty kondensaattorimikrofoneja, jotka ovat herkkiä ja tallentavat puheäänit dynaamista mikrofonaa kauempaa. Näin mikrofonit voidaan asettaa noin metrin päähän puhujasta, eikä hänen tarvitse erikseen puhua mikrofoniin. Äänitysten aikana äänitarkkailija säätää jokaisen mikrofonin äänenvoimakkuuden erikseen puhujan mukaan.

### 4.4 Keskustelu

Keskusteluohjelmina voidaan pitää monenlaisia puheohjelmia: haastatteluja, kahden- ja monenkeskisiä keskusteluja, talk show -ohjelmia. Ne voivat olla asia- ja viihde-

ohjelmia tai näiden sekamuotoja. (Nuolijärvi, Tiittula 2000, Vinnin 2011, 8 mukaan). Haastatteluksi sanotaan vuorovaikutustilannetta, jossa on vähintään kaksi osapuolta: kysyjä ja vastaanottaja. Haastattelussa on yleensä tarkka rakenne ja puheenvuorot vaihtuvat ennustettavissa olevalla tavalla (kysymys – vastaus – tarkennuskysymys – täsmentävä vastaus). Haastattelulla pyritään esimerkiksi hankkimaan tietoa, kartoittamaan asenteita ja mielipiteitä, välittämään informaatiota tai viihdyttämään ja luomaan henkilökuva (Hyvärinen, Väisänen 2002, Vinnin 2011, 6 mukaan). Tiskin alta -ohjelma etenee kysymys – vastaus -rakenteella, ollen näin jotakin haastattelun ja keskusteluohjelman välimaastosta.

Kujala, Lahti ja Tamminen (1998, 54, 61) jakavat haastattelut kahteen kategoriaan: tietoa tai kannanottoa hakeviin sekä kokemuksiin ja mielipiteisiin pohjautuviin haastatteluihin. Ensin mainittua käytetään tyypillisimmillään uutis- ja ajankohtaislähetyksissä. Talk show'lle on tyypillistä ihmisten väliset ristiriidat, opponointi, konkreettisuus sekä haastattelutaidon ja näkökulman korostuminen. Tiskin alta -ohjelman konseptissa keskustelijoilla on kokemusta ja mielipiteitä, jotka nojaavat tietoon ja alan asiantuntemukseen. Ristiriitoja ei Tiskin alta -sarjassa pyritä tietoisesti luomaan, vaan mahdollinen opponointi syntyy luonnostaan. Haastattelija voi kuitenkin esittää kiperiäkin kysymyksiä ja haastaa vieraitaan.

Muuten keskusteluun pätevät samat lainalaisuudet kuin missä tahansa radiohaastattelussa. Keskustelussa tulisi muistaa katsekontakti ja sanaton viestintä: hymyile, nyökkäile (Beaman 2000, 87). Haastattelijan on pyrittävä välttämään jatkuvaa hymähtelyä ja turhia täytesanoja, kuten "aivan" tai "joo". Tiskin alta -sarjan opinäytteessä käsiteltävät osat ovat edenneet 'aikaa on' -haastattelutekniikkaa käyttäen, eli haastateltaville, tässä tapauksessa keskustelijoille, tehdään tilaa ja haastattelija, tässä tapauksessa juontaja, vetäytyy syrjään (Kujala, Lahti, Tamminen 1998, 54).

Ennen äänityksen aloittamista on hyvä muistuttaa haastateltavia keskustelun luonteesta sekä pyytää asettamaan puhelimet lentotilaan tai sulkemaan ne kokonaan. Kannattaa myös tarkistaa, ettei keskustelijoilla ole esimerkiksi kovaäänistä rannekelloa tai koruja, jotka kilisevät. Keskustelun aikana haastattelija seuraa ylimääräisten äänien syntymistä, kuten tuolien natinää. Tarvittaessa haastattelija voi keskeyttää ja pyytää kohteliaasti aloittamaan kommentin alusta. Keskeytykset saa leikattua pois jälkikäsitelyssä (Beaman 2000, 72).

#### 4.5 Jakson jälkikäsitely

Kun ohjelma on äänitetty, alkaa äänen jälkikäsitely eli editointi. Käytin jaksojen editoimiseen ilmaista Audacity-ohjelmaa, mutta käytännössä mikä tahansa moniraita-ohjelma käy, jos sillä pystyy tekemään tarvittavat jälkikäsitelyt. Zoom-nauhureilla äänittäessä kaikki raidat tuodaan Audacityyn ja niistä valitaan soimaan se raita, jossa kulloinkin äänessä olevan puhujan ääni kuuluu lähtökohtaisesti parhaiten. Mikrofonein ja Pro Toolsin kanssa äänitetty keskustelu voidaan käsitellä samalla tavalla raita kerrallaan tai miksata raidat suoraan yhdeksi stereo- tai monoraidaksi jo Pro Toolsissa.

Editointiin kuuluu pari pakollista vaihetta, riippuen millä kalustolla keskustelu on tallennettu: äänentasojen balansoiminen, taustakohinan ja hälyäänien poisto, leikkaaminen ja tunnusmusiikin lisääminen. Tarvittaessa ääntä voi muokata paremmaksi esimerkiksi taajuuskorjaimilla ja kompressoimalla. Äänipöydän kautta äänitetyt jaksot vaativat vähemmän muokkausta, eikä niitä tarvinnut esimerkiksi kompressoida tai taajuuskorjata erikseen. Zoom-nauhureilla äänitetyt jaksot kävivät läpi kaikki edellä mainitut vaiheet äänentasojen balansoimisesta taajuuskorjaukseen ja kompressoimiseen. Tärkein jälkikäsitelyvaihe on äänenvoimakkuuden säätäminen niin, että kaikki vieraat kuuluvat yhtä voimakkaasti, varsinkin, jos äänenvoimakkuutta ei ole säädetty äänitysvaiheessa. Äänenvoimakkuuden lisääminen jälkikäteen nostaa myös taustakohinan määrää, joten sitä tulee tarvittaessa vähentää. Äänenvoimakkuuden lisäksi puhetta voi parantaa taajuuskorjaimilla. Taajuuskorjauksessa kiinnitin huomiota erityisesti ylä- ja alataajuuksien leikkaamiseen sekä keskiäänten korostamiseen. Erityisesti Zoom-nauhureilla äänitetylle puheelle on hyvä korostaa tiettyjä taajuuksia ja saada puheesta näin selkeämpää.

Tutkimusten mukaan miehen äänenkorkeus vaihtelee noin 90 hertsin ja 180 hertsin välillä. Naisten perusäänenkorkeus vaihtelee noin 160-240 hertsin välillä. Ihmisen puheessa vokaalit sijoittuvat suunnilleen taajuuksille 350-2 000 hertsiä ja konsonantit 1,5-4 kilohertsin alueelle. (Kujala, Lahti, Tamminen 1998, 187.)

Puheen selkeyttä voi yrittää parantaa korostamalla hieman keskiääniä. Monen ääni selkiytyy, kun 7 kilohertsin aluetta hieman korostetaan. Normaali naisääni voi parantua huomattavastikin poistamalla matalia taajuuksia (Kujala, Lahti, Tamminen 1998, 187). Suhisevaa ässää voi korjata vähentämällä noin 8 kilohertsin taajuuksia (Kujala, Lahti, Tamminen 1998, 188).

Vaikka Tiskin alta -konseptiin kuuluu lopputuloksen olevan hyvin suoran lähetyksen kaltainen, on hyvä leikata ylimääräisiä taukoja ja tiivistää ohjelmaa leikkauspöydällä. Opinnäytetyön tuoteosuuteen tekemäni Tiskin alta -jaksot kestävät keskimäärin 38, pisimmillään lähes 50 minuuttia. Näin pitkät jaksot on jaettava pienempiin osiin, jotta kuuntelija voi helpommin palata jakson pariin myöhemmin. Harva kuuntelija jaksaa keskittyä yli seitsemän minuuttia kestävään audioon (Safko 2000, 206). Lisäksi tietyistä kysymyksestä kiinnostunut kuuntelija löytää näin helpommin ja nopeammin häntä erityisesti kiinnostavan kohdan keskustelusta, eikä hänen tarvitse kuunnella koko jaksoa kerralla. Tämä onnistuu myös tagien avulla jakson julkaisun yhteydessä.

Kun jaksoon on tehty tarvittavat muokkaukset ja se on jaettu osiin, ensimmäisen osan alkuun lisätään Tiskin alta -tunnusmusiikki tai jingle. Samaa tunnusmusiikkia käytetään myös viimeisen osan lopussa. Näin osat muodostavat kokonaisuuden, jossa on selvä alku ja loppu. Lisäksi jokaisessa jaksossa käytettävä sama tunnusmusiikki yhdistää jaksot toisiinsa ja osoittaa kyseessä olevan nimenomaan puheohjelmien sarjan.

Mikäli ohjelmalle tehdään erityinen jingle, on siinä otettava huomioon tekijänoikeudelliset seikat. Podcastin tekijän tulee käyttää vain Teosto-vapaata tai Creative Commons -lisenssillä vapaaseen käyttöön annettua musiikkia tai vaihtoehtoisesti itse sävellettyä musiikkia, mikäli se on mahdollista. Tiskin alta -jingleä varten olen käyttänyt vapaan käytön ja levityksen mahdollistavalla Creative Commons -lisenssillä varustettua Ben Soundin kappaletta Jazzcomedy. Tästä syystä Ben Sound on mainittava jokaisen jakson synopsiksen yhteydessä. Synopsiksesta lisää seuraavassa luvussa.

#### 4.6 Jakson julkaiseminen ja markkinointi

Ensimmäiset kolme jaksoa julkaistiin ilmaisessa Soundcloud-palvelussa, koska se mahdollistaa RSS-syötteen kautta seurattavat podcastit. Lisäksi jaksot ja niiden osat on helppo liittää toisiin sivuihin Soundcloudista saatavan upotuskoodin (embed code) avulla. Soundcloudin lisäksi neljäs jakso, ja sen yhteydessä kolme aiempaa jaksoa, ladattiin myös Youtubeen käytännön syistä: Youtube on palveluna tunnetumpi ja käytetympi kuin Soundcloud, Soundcloudiin voi ladata vain rajatun määrän audiota ja Youtuben jakomahdollisuudet ovat Soundcloudia monipuolisemmat.

Jokainen jakso ja osa nimetään samalla periaatteella: ”Tiskin alta: Puhetta x”, jossa x korvataan käsiteltävällä aiheella. (Esimerkiksi puhetta elokuvasta, puhetta ani-

maatiosta, puhetta luovuudesta ja niin edelleen). Jokaiseen jaksoon ja osaan kirjoitetaan lyhyt synopsis, joka jaetaan osan kuvauksessa Soundcloudissa ja Youtubessa.

Synopsiksessa kerrotaan lyhyesti sarjan konsepti, jakson aihe, pääkysymys sekä muutama keskustelijoilta kysytty kysymys. Lisäksi synopsiksessa esitellään jakson vieraat lyhyesti. Sekä Soundcloudissa että Youtubessa tärkeitä ovat myös tagit, eli tunnisteet, joilla käyttäjä löytää jakson hakutoiminnolla. Jokaisella jaksolla on tietyt vakiotunnisteet, kuten Turun AMK, Taideakatemia, Tiskin alta, keskusteluohjelma ja podcast. Lisäksi on suositeltavaa käyttää teemaan liittyviä tunnisteita, kuten elokuva, journalismi, media, sananvapaus, luovuus ja niin edelleen.

Kun uusi jakso on ladattu Soundcloudiin ja Youtubeen, siitä tiedotetaan Taideakatemia viestintäkanavissa. Tiskin alta -ohjelmalle on oma artikkelinsa Turun ammattikorkeakoulun verkkosivuilla<sup>13</sup>. Uusin jakso on artikkelissa aina ensimmäisenä, ja sen alla vanhat jaksot vanhimmasta uusimpaan omilla välilehdillään. Artikkeleihin kirjoitetaan jakson synopsis ja lisätään jakso Youtubesta tai Soundcloudista saatavalla upotuskoodilla.

Sosiaalisen median kanavista Twitteriä on käytetty Tiskin alta -ohjelman markkinointiin jakamalla uusien jaksojen kuuntelulinkit palvelussa. Lisäksi Twitterissä on mahdollista merkitä toisia Twitter-käyttäjiä, joten jaksoja mainostaessa niihin on voinut merkitä jakson vieraat, mikäli nämä löytyvät myös Twitteristä. Instagramiin on laitettu kuva tuoreeltaan ennen nauhoituksia tai nauhoitusten jälkeen. Tämä on yleensä ensimmäinen virallinen mainos tulevasta jaksosta. Instagram-päivitykset on myös mahdollista jakaa suoraan Twitterissä ja Facebookissa, jolloin samalla kertaa voi markkinoida useammassa eri kanavassa.

#### 4.7 Julkaisuaikataulu ja kuuntelukerrat

Opinnäytetyön kirjallista osaa työstettäessä opinnäytteen tuoteosaa, eli Tiskin alta -keskusteluohjelmasarjan jaksoja, on kuunneltu taulukon 2 mukaisesti

---

13 <http://www.turkuamk.fi/fi/artikkelit/567/taideakatemia-tiskin-alta/>

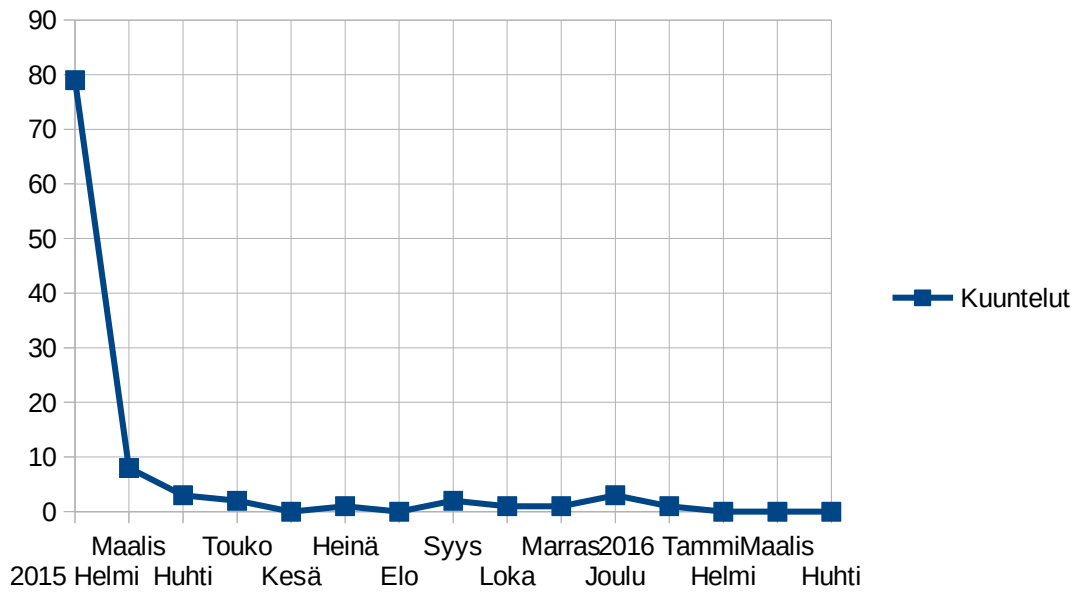
Taulukko 2. Tiskin alta -kuuntelukerrat Soundcloudissa ja Youtubessa 16.4.2016

Jakson nro / osan nro	Julkaistu Soundcloudissa	Soundcloud -kuunteluja	Soundcloud-latauksia	Julkaistu Youtubessa	Youtube-katselut
1 / 1	20.2.2015	101	3	22.10.2015	42
1 / 2	20.2.2015	29	2	22.10.2015	18
2 / 1	6.3.2015	87	6	30.11.2015	9
2 / 2	6.3.2015	35	2	30.11.2015	3
3 / 1	14.5.2015	55	14	30.11.2015	24
3 / 2	14.5.2015	25	7	30.11.2015	9
4 / 1	7.12.2015	17	0	14.12.2015	58
4 / 2	7.12.2015	11	5	14.12.2015	36
4 / 3	7.12.2015	8	0	14.12.2015	22

Soundcloudin kuunnelluin osa on sarjan ensimmäisen jakson ensimmäinen osa, jota on kuunneltu yhteensä 101 kertaa. Kuvio 1 näyttää osan kuukausittaiset kuuntelukerrat. Kuvioista nähdään, miten osaa on kuunneltu eniten sen julkaisun aikaan (yhteensä 79 kuuntelukertaa), jonka jälkeen se on saanut enää yksittäisiä kuunteluja kuukaudessa. Jokaisen osan kuuntelukäyrä noudattaa kuvion 1 mukaista kuuntelukäyttäytymistä. Youtuben analytiikkapalvelun perusteella myös Youtubessa jokaisen osan katselukerrat noudattavat kuvion 1 mukaista kaavaa.

Tästä voidaan päätellä, että jaksoja selvästi kuunnellaan heti niiden ilmestyttyä, mutta niiden pariin ei enää löydetä myöhemmin. Pienet piikit kuuntelukerroissa sijoittuvat niihin päiviin, kun jaksot ovat olleet esillä Taideakatemian Facebookissa tai Twitterissä. Tämä on hyvä osoitus siitä, miten tärkeä rooli markkinoinnilla ja sosiaalisella medialla on.

Jaksoja markkinoitaessa kannattaisi pohtia, missä muualla niitä voisi mainostaa, kuin vain Taideakatemian omissa kanavissa. Onko aiheeseen tai vierailijoihin liittyviä kanavia, jota kautta tavoitettaisiin kohdennettua yleisöä?



*Kuvio 1: Puhetta elokuvasta osa 1 kuuntelukerrat kuukausittain*

Soundcloudin ja Youtuben kuuntelukerrat eivät ole täysin vertailukelpoisia, sillä jaksot ovat olleet Youtubessa huomattavasti lyhyemmän ajan kuunneltavissa kuin Soundcloudissa. Poikkeuksena neljäs jakso, joka ladattiin Youtubeen ja Soundcloudiin lähes samanaikaisesti.

Youtubessa osat ovat kuitenkin keränneet lyhyemmässä ajassa enemmän kuunteluja kuin Soundcloud. Tästä voidaan päätellä satunnaisten Youtube-käyttäjien löytävän helpommin Tiskin alta -ohjelman.

## 5 POHDINTAA SARJAN ONNISTUMISESTA JA TULEVAISUUDESTA

Reetta Isoviita (2012, 17) toteaa Pro gradu -tutkielmassaan, ettei podcastia voi määritellä sen perusteella, että sen tekijä kutsuu tuotantoaan podcastiksi. Podcastiksi voidaan kuitenkin kutsua sellaista viestintää, joka mahdollisimman monella alueella (sisältö, millä laitteella kuunnellaan ja missä, kuka tekee) poikkeaa perinteisestä radio- tai televisiolähetystä.

Tiskin alta ei ole podcast siksi, että tekijät ovat näin päättäneet. Sarjan lähtökohtana oli tuottaa podcastin kaltainen keskusteluohjelmasarja. Podcastin kaltaisen siitä tekee sen alkuperäinen jakelutapa: jaksot ladataan Soundcloudiin, jonka RSS-feedin tilannut kuulija saa automaattisesti ilmoituksen uudesta jaksosta ja pystyy sen lataamaan itselleen.

Opinnäytetyön kirjallista osiota kirjoittaessa Tiskin alta -jaksoja on Soundcloudissa ja Youtubessa kuunneltu taulukossa 2 kuvatulla tavalla. Soundcloudin ja Youtuben tilastot eivät määrittele uniikkien kuuntelijoiden määrää, ainoastaan montako kertaa mikäkin osa on klikattu soimaan. Kuten taulukosta 2 voidaan nähdä, jakson ensimmäinen osa kerää eniten kuunteluja ja jälkimmäiset osat selvästi vähemmän. Haasteena onkin saada kuuntelijat jatkamaan ensimmäisen osan kuunneltuaan myös seuraavan osan pariin. Vaihtoehtona on pitää jaksot yhtenä kokonaisuutena. Tällöin kuitenkin jakson kokonaispituus täytyy pitää nykyistä lyhyempänä.

Lon Safko (2010, 206-207) luettelee teoksessaan The Social Bible podcastaamisen 10 käskyä:

- |                                 |                                     |
|---------------------------------|-------------------------------------|
| 1. Podcastaa                    | 6. Jaa podcastit iTunesissa         |
| 2. Muista tekijänoikeudet       | 7. Pidä podcastit lyhyinä           |
| 3. Editoi                       | 8. Muista formaatti (MP3)           |
| 4. Älä käytä rahaa turhaan      | 9. Kiinnitä huomiota tiedostokokoon |
| 5. Jaa podcastit RSS-syötteessä | 10. Ole luova                       |

Ensimmäiset viisi käskyä sekä kahdeksas käsky toteutuvat Tiskin alta -sarjan kohdalla. Podcastien jakaminen iTunesissa olisi suotavaa, sillä iTunesin laajassa käyttäjäkunnassa on valmiiksi juuri podcasteihin ja keskusteluohjelmiin erikoistunut yleisönsä.



Ensimmäisten Tiskien alta -jaksojen alustaksi valittiin kuitenkin Soundcloud jo valmiiksi olemassa olleen Taideakatemian tilin ja sen helppouden vuoksi.

RSS-syötteen kautta jaettavien podcastien formaattiin kiinnitettiin huomiota alusta saakka ja lähes jokaisella käyttäjärjestelmällä ja ohjelmalla avautuva MP3 oli luonnollinen valinta. Itse tiedostojen kokoon ei valmiissa tuotteessa kiinnitetty kuitenkaan huomiota. Tiedostokooltaan pienin Tiskin alta -osa on noin 28 megatavua, suurin noin 50 megatavua. Tiedoston kokoon vaikuttavat osan kesto sekä pakkausformaatti. MP3-tiedostoon pakatessa äänenlaatuun pystyy vaikuttamaan näytteenotto-taajuudella (bit rate). Mitä suurempi taajuus, sen vähemmän äänestä häviää tietoa pakatessa eli äänenlaatu on parempaa. Samalla myös tiedostokoko kasvaa.

Yhden podcast-lähetyksen suositeltava tiedostokoko on alle 10 megatavua. Näin tiedosto latautuu nopeasti myös niille käyttäjille, joilla on hitaampi nettiyhteys. Pelkkää puhetta sisältävän ohjelman voi pakata pienelläkin näytteenottotaajuudella äänenlaadun kärsimättä. Näin pitkästäkin ohjelmasta saadaan pienikokoinen tiedosto. (Safko 2010, 190).

Miten Tiskin alta onnistui tukemaan Taideakatemian viestintää? Mielestäni formaatti antaa vapaammat kädet ja mahdollisuuden syventyä tarkemmin valittuun aiheeseen. Vaikka podcastin tekeminen vaatiikin alkuvalmisteluja, on se muuten tekijälleen melko vaivaton tapa viestiä, eikä se välttämättä vaadi jälkikäsitteilyä mikäli se on teknisiltä lähtökohdiltaan tehty hyvin. On helpompaa kutsua haastateltavia keskustelemaan aiheesta, kuin haastatella jokaista vierasta erikseen ja sen jälkeen kirjoittaa pitkä artikkeli aiheesta. Eli se on oiva ja luonnollinen jatke artikkeleille, ja toimii symbioosissa sosiaalisten medioiden kanssa: podcasteista saa materiaalia sosiaaliseen mediaan ja sosiaalisen median kautta markkinoidaan uusia jaksoja.

Taideakatemian jo käytössä olevien sosiaalisen medioiden kanavissa Tiskin alta näkyi jo nyt melko hyvin, mutta parantamistakin on. Etrityisesti suorat videolähetykset mahdollistavan Periscopien käyttöä sopii harkita myös Tiskin alta -ohjelman yhteydessä. Tiskin alta voisi formaattina siirtyä lähes sellaisenaan Periscopien, eli äänittämisen yhteydessä mukana olisi kuvaaja, joka kuvaa koko keskustelun sellaisenaan Periscopien. Periscope mahdollistaa myös interaktiivisuuden katsojien kanssa, joten katsojakysymykset vieraille voisi toteuttaa myös tällä tavalla. Koska Periscope-lähetykset ovat katsottavissa ainoastaan 24 tuntia lähetyksen päätyttyä, toimisi

Soundcloudiin ja Youtubeen myöhemmin ladattava Tiskin alta ikään kuin jälkilähetksenä, jonka pariin pääsee vielä myöhemminkin.

Tiskin alta -formaatti istuu myös sellaisenaan suoraan radioon, joten se olisi luonnollinen ohjelma suunnitteilla olevaan Turun ammattikorkeakoulun kampusradioon.

Podcastin toteuttaminen vie jonkun verran aikaa, mutta on teknisesti melko helppoa, varsinkin kun tekemiseen syntyy rutiini. Valmiiksi mietitty konsepti ja työvaiheet antavat hyvät raamit tehdä uusia jaksoja keskusteluohjelmasarjaan. Isoin ongelma on saattaa potentiaaliset kuulijat podcastien ääreen vielä julkaisupäivän jälkeenkin.

Uuden jakson ilmestyessä aiemmatkin jaksot saavat yleensä satunnaisia lisäkuuntelukertoja. Tästä syystä keskusteluohjelmasarjan jaksoja on suositeltavaa julkaista tiheämmin, esimerkiksi kerran kuukaudessa. Tuoteosuus valmistui nyt työharjoittelun ohessa, silloin kun sattui olemaan ylimääräistä aikaa. Sarjatuotanto vaatii sitoutumista, jotta siitä saa vakiintuneen, yleisölle tutun tuotteen. Tiheämpi ilmestymistähti helpottaa myös jälkimarkkinointia.

Julkaisualustaa sopii myös pohtia. Youtubella on yli miljardi käyttäjää ja joka päivä katsotaan satoja miljoonia tunteja videota (Youtube 2016). Statistiikkaan perustuen Youtubessa on siis helpompaa tavoittaa satunnaisiakin kuulijoita. Soundcloudissa on 150 miljoonaa rekisteröityä käyttäjää (Walker 2015), joten satunnaisia palvelun käyttäjien joukosta podcastit löytäviä on Youtubea vähemmän, vaikka onkin kasvava palvelu. Sekä Youtubella että Soundcloudilla on yksi iso miinuspuoli jakelua miettiessä: kumpikaan ei ole podcasteihin varsinaisesti erikoistunut. Molemmissa toki on podcasteja ja niitä seuraavia, mutta Youtube on ensisijaisesti videoille ja vodcasteille sopiva alusta, kun Soundcloud puolestaan on musiikkiin painottunut. Myös Spotifyn kautta on nykyään mahdollista kuunnella podcasteja ja yhtiö on solminut jo lukuisia yhteistyösopimuksia podcasteja tarjoavien tahojen kanssa (Billboard 2016). Mutta Spotifykin on lähtökohtaisesti musiikin suoratoistopalvelu. Jos halutaan podcastit todella uskottavaan julkaisualustaan, joka on erikoistunut podcastien jakamiseen ja jonka käyttäjäkunnasta löytyy podcastien kuuntelijoita, iTunes on paras ratkaisu.

Hyväkään julkaisualusta ei kuitenkaan merkitse paljoa, jos jakson markkinointi ei ole kunnossa. Markkinointi sosiaalisessa mediassa on ehdottoman tärkeää, varsinkin tuoteosaan valitut julkaisualustat huomioon ottaen. Kun sekä tuote eli podcast-keskusteluohjelma että markkinointipuoli on kunnossa, on se mainio lisä tukemaan ja syventämään muuta viestintää.

## LÄHTEET

Beaman, J. 2000. Interviewing for radio. New York: Routledge.

Billboard 2016. Spotify Has Video and Podcasts Now: Here's What You'll See and Hear. Viitattu 20.4.2016. <http://www.billboard.com/biz/articles/news/digital-and-mobile/6859213/spotify-video-and-podcast-partners-revealed>.

Hammersley, B. 2004. Why online radio is booming. The Guardian 12.2.2004. Viitattu 9.2.2016. <http://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>.

Hyvärinen, M-L. & Väisänen, K. 2002. Puhetta viestinnästä. Puheviestinnän opetusmateriaalia. Kuopion yliopiston kielikeskus.

Instagram 2016. Frequently asked questions. Viitattu 16.4.2016. <https://www.instagram.com/about/faq/>.

Isotalus, P. 1996. Toimittaja kuvaruudussa. Televisioesiintyminen vuorovaikutuksen näkökulmasta. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Isoviita R. 2012. Vain radioleikkiä? Podcastaus suomalaisen harrastajan näkökulmasta. Kulttuuritutkimuksen koulutusohjelman Pro gradu. Turun yliopisto. <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe201207106190>.

Järvi, U, Vainikainen, T. 2010. Asiantuntijan mukaan – Viestintäopas media-ajan asiantuntijoille. Turku: Enostone.

Kokkola, J. 2016. Meedio – Taideakatemia viestinnän oppimisympäristö. Prezi-esitys 9.2.2016. Viitattu 16.4.2016. [https://prezi.com/het\\_wz\\_exhb\\_/meedio-taideakatemia-viestinnan-oppimisymparisto/](https://prezi.com/het_wz_exhb_/meedio-taideakatemia-viestinnan-oppimisymparisto/).

Kujala, T, Lahti, J, Tamminen H. 1998. Radiotyön perusteet – johdatus suoran lähetyksen tekemiseen. Tampere: Gaudeamus.

Nuolijärvi, P. & Tiittula, L. 2000. Televisiokeskustelun näyttämöllä, Televisioinstitutionaalisuus suomalaisessa ja saksalaisessa keskustelukulttuurissa, Helsinki, Suomalaisuuden Kirjallisuuden Seura

Safko, L. 2010. The Social Media Bible. John Wiley & Sons Inc., New Jersey. <https://www-dawsonera-com.ezproxy.turkuamk.fi/abstract/9780470912683>.

Saksala, E. 2012. Ammattina juontaja. Helsinki: Like.

Sauers, M. 2010. Blogging and RSS: A Librarian's Guide. Information Today Inc., New Jersey. <http://site.ebrary.com.ezproxy.turkuamk.fi/lib/turkuamk/detail.action?docID=10492824>.

Siltanen, V. 2015. Elokuvan moniottelija Risto Hyppönen siirtyy eläkkeelle. Turun AMK 9.2.2015. Viitattu 18.4.2016. <http://www.turkuamk.fi/fi/artikkelit/539/elokuvan-moniottelija-risto-hypponen-siirtyy-elakkeelle/>.

Starak, Y. What is a podcast?.Entrepreneurs-Journey. Viitattu 1.5.2016. <https://www.entrepreneurs-journey.com/230/what-is-a-podcast/>.

Tiskin alta 2015. Turun ammattikorkeakoulu. Päivitetty 14.12.2015. Viitattu 21.2.2016. <http://www.turkuamk.fi/fi/artikkelit/567/taideakatemia-tiskin-alta/>.

Turun AMK:n Taideakatemia 2016. Soundcloud. Viitattu 16.4.2016. <https://soundcloud.com/taideakatemia>.

Turun AMK:n Taideakatemia 2016. Turun ammattikorkeakoulu. Päivitetty 1.4.2016. Viitattu 1.5.2016. <http://www.turkuamk.fi/fi/turun-amk/yksikot-ja-kampukset/taideakatemia/>.

Turun ammattikorkeakoulu. 2016. Youtube. Viitattu 16.4.2016. <https://www.youtube.com/user/TurunAMK>.

Twitter. About company. Viitattu 16.4.2016. <https://about.twitter.com/company>.

Vinni H. 2011. TV-keskusteluohjelma Atra – Kuinka ideasta rakentuu ohjelma?. Viestinnän koulutusohjelman opinnäytetyö. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu. <http://www.theseus.fi/handle/10024/33900>.

Walker, R. 2015. Can SoundCloud Be the Facebook of Music? Bloomberg 10.7.2015. Viitattu 20.4.2016. <http://www.bloomberg.com/news/features/2015-07-10/can-soundcloud-be-the-facebook-of-music->.

Youtube. 2016. Statistics. Viitattu 20.4.2016. <https://www.youtube.com/yt/press/en-GB/statistics.html>.