



# Tiedon kerääminen ja välittäminen podcastin muodossa

Miten tehdä informaatiosta kiinnostavaa

Sebastian Pidone

OPINNÄYTETYÖ  
Toukokuu 2019

Media-alan tutkinto  
Äänisuunnittelu

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Media-alan koulutus  
Äänisuunnittelu

PIDONE SEBASTIAN:

Tiedon kerääminen ja välittäminen podcastin muodossa  
Miten tehdä informaatiosta kiinnostavaa

Opinnäytetyö 30 sivua, joista liitteitä 2 sivua  
Toukokuu 2019

---

Tässä opinnäytetyössä tarkasteltiin podcastin luomista sekä podcastissa käsiteltävän aiheen taustatiedon ja haastattelun hyödyntämistä sisällöllisesti kiinnostavalla tavalla. Tarkoituksena oli etsiä keinoja, miten podcastista voisi saada houkuttelevamman ja kiinnostavamman viestintämuodon. Opinnäytetyön tavoitteena oli opastaa käytännön esimerkkien kautta, kuinka luoda podcast ja hyödyntää haastattelua muun muassa luontevan keskustelun aikaan saamiseksi. Opinnäytetyön tietoperusta rakentui aihetta käsittelevistä lähteistä ja käytännön esimerkkeihin liittyvistä haastatteluista sekä tilastotiedosta.

Opinnäytetyön tuloksena koottiin tietoa ja ohjeita siitä, kuinka aloittelija voi valmistautua ja varustautua podcastin tekemiseen, millaisia asioita on hyvä ottaa huomioon tekniikan, sisällön, haastattelun, mainonnan ja julkaisun kannalta. Opinnäytetyössä todettiin, että podcast voi olla haastattelun muodossa, mutta se voi sisältää myös muita elementtejä, joista haastattelu on vain yksi.

Opinnäytetyö avaa näkökulmia podcastin mahdollisuuksiin yleisesti sekä esittelee keinoja luoda kiinnostavaa sisältöä esimerkiksi haastattelua hyödyntäen. Aiheesta tarvitaan kuitenkin tätä opinnäytetyötä laajempaa tutkimusta, jotta podcastien houkuttelevuuteen ja kiinnostavuuteen vaikuttavista keinoista voidaan vetää yleisempiä johtopäätöksiä.

---

Asiasanat: tallennus ohjelma, metadata, miksaaminen, informaatio, podcast

## **ABSTRACT**

Tampereen Ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Culture and Arts, Film and Television  
Sound Design

**PIDONE SEBASTIAN:**

Collecting Information and Projecting it in the Form of a Podcast  
How to Make Information Interesting

Bachelor's thesis 30 pages, appendices 2 pages  
May 2019

---

This thesis explored the creation process of a podcast and the usage of information and background research in order to create an engaging product of entertainment. The goal was to find different ways as to how to make a podcast a more dynamic and interesting form of media. The thesis aimed to act as a way to guide such information collection through examples like the steps on how to create a podcast and using an interview to the advantage of the interviewer for a more natural form of conversation. The base of the information presented in the thesis was built from different sources that expand on the theme of the thesis and with practical examples like interviews and graphical data.

To achieve the wanted result of the research, information and instructions were compiled to create an outline for beginner podcasters regarding the type of gear needed to begin podcasting and the different situations to take note of when considering elements like interview techniques, content, promotion and releasing a podcast. After these steps were taken into consideration and used in the production of the thesis, it was deduced that a podcast can have forms ranging from interviews to fictional productions.

The thesis opens different angles in the possibilities of podcasting on a general scale and it also introduces different ways to create engaging content by interviewing or any other form of conversation. This, however, means that the subject needs a broader investigation than this thesis can provide so that the possibilities of podcasting could be charted out and have even more concrete results.

---

Key words: Recording program, metadata, mixing, information, podcast

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	6
2	PODCASTISTA .....	8
2.1	Podcastin synty.....	8
2.2	Tarvikkeet .....	8
2.3	Ohjelmat.....	10
2.4	Aikataulutus .....	14
2.5	Julkaisualustat lyhyesti.....	14
3	DATAN KERÄÄMINEN JA HAASTATTELU.....	16
3.1	Mistä aloittaa?.....	16
3.1.1	Rajaus ja teema.....	17
3.1.2	Valmistelu .....	17
3.1.3	Kysymykset.....	18
3.2	Haastattelut podcasteihin .....	20
3.2.1	Haastattelu: Rita Dahl.....	20
3.2.2	Haastattelu: Kasimir Högnäs.....	21
3.2.3	Haastatteluissa esille noussutta .....	22
4	JULKAISEMINEN .....	24
4.1	Podcastin julkaisu.....	24
4.2	Podcastin mainonta .....	24
5	POHDINTA .....	26
	LÄHTEET .....	28
	LIITTEET .....	29
	Liite 1. Haastattelukysymykset: Rita Dahl .....	29
	Liite 2. Haastattelukysymykset: Kasimir Högnäs.....	30

## ERITYISSANASTO

RSS-syöte	Rich Site Summary, eli verkkosyötemuoto jota käytetään päivittyvän digitaalisen sisällön julkaisemiseen
A/D muunnin	Laite joka muuttaa jatkuvan analogisen signaalin, esim jännitteen, digitaalseksi lukuarvoksi.
Kompressointi	Äänisignaalin dynamiikan pienentäminen kompressointiohjelman tai ulkoisen kompressointilaitteen kautta.
Äänikortti	Laite johon pystyy yhdistämään ulkoisesti mikrofonin ja jonka ansiosta pystyy tallentamaan mikrofonin saapuvaa signaalia.
XLR	Äänitekniikassa käytetty liitin jossa on kolme (3) napaa. Liittimellä kytketään mikrofonit miksereihin ja äänikortteihin.
Äänitysohjelma	Äänisuunnittelussa käytössä oleva ohjelma johon voidaan tallentaa ääntä ja miksata äänitiedostoja.
Metadata	Tiedostossa olevaa tietoa (huom. Tekstiä), joka selittää esimerkiksi tiedoston alkuperän ja sen luojan.
Masterointi	Äänituotannon jälkiprosessi, joka on äänimateriaalin loppuvaihe miksausprosessissa. Masteroinnissa muun muassa äänitiedoston äänitasot tasoitetaan yleisten standardien mukaisiksi.
Miksaaminen	Äänitteen tekoon liittyvä prosessi, jossa ääniraitojen voimakkuudet, ominaisuudet ja efektit muutetaan miksaajan omien näkemysten mukaan.
Binauraali	Toistoformaatti, jolla äänitetty ääni saadaan kuulokkeissa emuloimaan tilaa.
Vloggaaminen	Videopäiväkirja, mediamuoto jolla kuvataan ihmistä arkielämän olosuhteissa.
HTML5	Kieli, jolla kehitetään sivustoja. Kieli on otettu käyttöön vuoden 2014 jälkeen. Kyseinen koodauskieli on helppo oppia ja käyttää.

## 1 JOHDANTO

2000-luvun alussa syntynyt podcast on tiedonvälittäjänä hyvin nuori verrattuna televisioon, radioon ja elokuvaan. Kaikissa näissä on kuitenkin samoja haasteita: mistä voimme tietää, mikä tieto on totta? Entä miten käsiteltävästä aiheesta kerättyä informaatiota saadaan esitettyä luontevasti ja kiinnostavasti esimerkiksi keskustelussa?

Idean opinnäytetyöhöni sain, kun kuuntelin podcasteja eri lähteistä, kuten Soundcloudista ja Spotifysta. Huomasin, että suurin osa niistä oli enimmäkseen keskusteluja, jotka liittyivät haastateltavan omaan elämään ja hänen kokemuksiinsa. Asiapohjaisia, mutta tietoa tuovia podcasteja oli hyvin vähän. Opinnäytetyöni tarkoituksena oli etsiä keinoja, miten podcastista voisi saada houkuttelevamman ja kiinnostavamman viestintämuodon. Halusin kokeilla käytännössä, miten podcastiin voisi sisällyttää haastattelun avulla myös erilaista tietoa.

Opinnäytetyöni tavoitteena oli opastaa käytännön esimerkkien kautta, kuinka luoda podcast ja hyödyntää haastattelua muun muassa sujuvan dialogin ja luonnollisen keskustelutilanteen aikaan saamiseksi. Käytännön esimerkkini ovat podcasteja, joissa keskusteltiin muun muassa freelancerina toimimisesta media-alalla. Podcastien vieraina olivat kahta eri ammattikuntaa edustavat kirjailija Rita Dahl ja ohjaaja Kasimir Högnäs. Dahlilla on kokemusta freelancertyöstä eli freelanceroinnista 1980-luvusta lähtien ja Högnäsillä noin 10 vuotta. Erilaisista taustoista johtuen keskustelussa nousi esille erilaisia mielipiteitä ja aihe herätti erilaista keskustelua media-alasta sekä haastattelua varten kerätystä taustatiedosta.

Opinnäytetyöni tietoperusta rakentuu aihetta käsittelevistä lähteistä ja käytännön esimerkkeihin liittyvistä haastatteluista, tilastotiedosta sekä omakohtaisesta ammatillisesta kokemuksesta podcastien tekemisestä. Aiheen käsittely etenee podcastin teon perusasioista tiedonkeruuseen ja haastatteluesimerkkeihin, podcastin julkaisemiseen ja lopuksi pohdintaan. Tämä opinnäytetyö on suunnattu opiskelijoille ja aiheesta kiinnostuneille, jotka haluavat saada vinkkejä

podcastaamisen aloittamiseen sekä käsitystä siitä, miten haastattelua voi hyödyntää podcastissa kiinnostavalla tavalla. Opinnäytetyössä selitetään myös lyhyesti keskeisiä käsitteitä, jotka ovat arkipäiväisiä podcastaamisen maailmassa sekä esitellään eri ohjelmistoja sekä tarvikkeita, jotka ovat käteviä podcastaamisen aloittamiselle.

## 2 PODCASTISTA

Tässä luvussa käsittelen lyhyesti podcastin alkuperää sekä tapoja aloittaa podcastaaminen. Esittelen kenttä-äänityksessä ja internetin välityksellä tehtävässä äänityksessä tarvittavia laitteita ja tarvikkeita, joita hyödynsin opinnäytetyöni haastattelutilanteissa. Käyn myös läpi muutamia ohjelmia, joilla voidaan editoida podcasteja. Haastateltavikseni valikoitui kaksi erilaista media-alan osajaa, sillä tavoitteenani oli tehdä eriluonteiset haastattelut. Dahlin haastattelu tehtiin kenttä-äänityksenä ja Högnäsin internetin välityksellä. Haastattelut on julkaistu podcastin muodossa Soundcloud-sivustossa.

### 2.1 Podcastin synty

Podcast on saanut alkunsa 2000-luvun alussa, ja se syntyi sanoista broadcasting ja iPod. Tavalliseen radiolähetykseen verrattuna ideana oli, että podcastia ihminen pystyi kuunteleman missä ja milloin vain äänitiedostoa. Vuonna 2000 Dave Winer muokkasi RSS-syötteen koodia, jotta se mahdollistaisi suurempien mediatiedostojen jakamisen monesta lähteestä. Tämä mahdollisti MP3-tiedostojen jakamista blogeihin helposti ja nopeasti. Vuonna 2004 Dave Winer ja Adam Curry loivat *Daily Source Coden*, jota kutsutaan ensimmäiseksi podcastiksi. Se loi ohjenuoran nykyiselle tavalle tehdä ja jakaa podcasteja sosiaalisessa mediassa. (Podcast Bookers 2017.)

Podcast on siis esinauhoitettu haastattelu tai fiktiivinen tuotos, jonka tarkoituksena on tuoda radiolähetyksen tavoin kuuntelijoille informaatiota hyvin lyhyellä aikavälillä yleensä 30-60 minuutin jaksoilla.

### 2.2 Tarvikkeet

Ennen podcastin tekemistä on hyvä määritellä aihe, kohdeyleisö ja podcastin tarkoitus. Tekniikkaa ei tarvita paljoakaan. Harrastelijoille riittää pelkkä kuuloke mikrofoni äänittäessä. Ammattitasolla tarvitaan hieman vielä enemmän



tarvikkeita, kuten mikrofoneja, äänikortteja sekä ammattitason kuulokkeita. (McLean 2017.)

Podcastin äänityksessä tärkeimmät välineet ovat mikrofonit ja kuulokkeet. Halvat nappikuulokkeet ja USB-mikrofoni kelpaavat hyvin alkajaisiksi, pidemmällä tähtäimellä valinta saattaa kostautua, sillä USB-mikrofonien A/D muuntajien heikon laadun takia voi syntyä taustasärinää äänitiedostoon ja kompressiota.

Puheen tallennus vaatii ääniohjelman, jolla voi tallentaa puhetta ja muokata äänitiedostoa äänittämisen jälkeen. Yksi näistä ohjelmista on Audacity (kuva 1), jota valtaosa aloittelevista ja ammattitason podcastaajista käyttää. Jos aikoo tehdä podcastia enemmän kuin harrastemielessä, kannattaa harkita korkeamman budjetin ammattitason välineet. Mikrofonisiin tulee voida yhdistää XLR-kaapeli ja ulkoinen äänikortti.

Mikrofonin hankinnassa kannattaa olla tarkka, sillä mikrofoneja on erilaisia. Kondensaattorimikrofonit yleensä vaativat +48v phantom-virran, eli käyttöjännitteen jotta mikrofoni toimisi. Jotkut haastattelumikrofonit eivät tarvitse phantom-virtaa. Silloin pitää olla varovainen, ettei vahingoita mikrofonia. Nimittäin ylijännitetty mikrofoni, johon ei tarvitse phantom-virtaa saattaa sulattaa kapselinsa tai kapseliin yhdistyvät kuparilangat tuhoten samalla mikrofonin. Maailmanlaajuisesti ehkä suosituimpia USB-mikrofoneja ovat Blue Microphonesin Snowball ja Yeti mikrofonit, jotka ovat hyvin helppokäyttöisiä, sillä niiden A/D muuntajien ominaisuuksien ansiosta äänidata siirtyy suoraan USB-väylää pitkin. Ne voidaan yhdistää kiinni tietokoneeseen ja ottaa heti käyttöön ilman ylimääräisiä ohjelmistoja. (kuva 1).



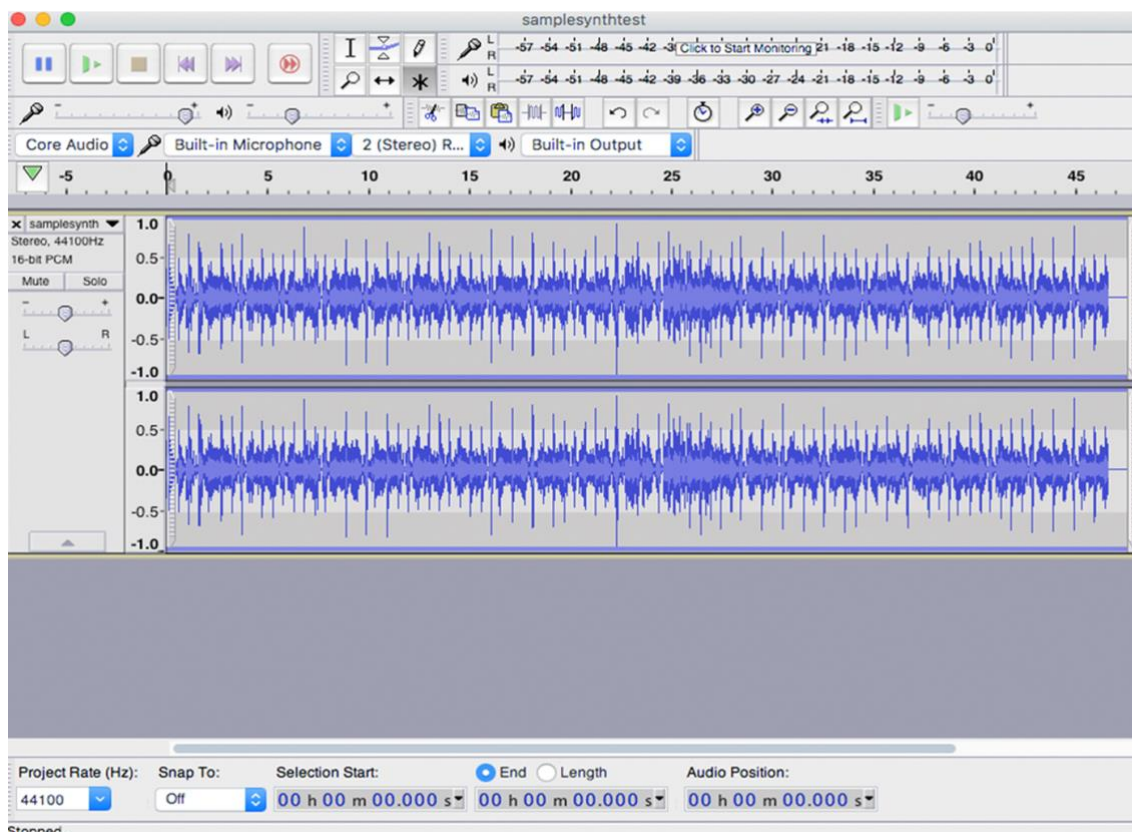
KUVA 1. Blue Snowball (vas.) ja Blue Yeti (oik.) (Kuva: Tris Hussey 2011)

Haastatteluja varten käytössäni oli NEAT Workerbee kondensaattorimikrofoni, Behringer Xenyx Q1002 mikseri äänikortti ja kuulokkeina haastattelutilanteessa toimivat suljetut nappikuulokkeet ja miksausvaiheessa Grado SR-16e. Tallennusvaiheessa kannattaa olla suljetut kuulokkeet, ettei haastattelujen aikana haastateltavan puhe vahingossa kuulu omaan ääniraitaan, joka on avoimien kuulokkeiden valitettava ongelma. Kyseiset tarvikkeet ovat erikseen hankittuja.

### 2.3 Ohjelmat

Jokaisen podcastaajan kannattaa ladata Audacity, joka on ilmainen ja myös ammattipodcastaajien käytössä oleva äänitysohjelma. (McLean 2017.) Ohjelmaa valitessa pitää ottaa huomioon oman työn (workflown) tavoite: Miten aikoo miksata ja masteroida? Mikä ohjelma voisi toteuttaa työkulun tavoitteen parhaiten? Miten nopeasti haluaa saada jakson julkaistua kuuntelijoille? Esittelen seuraavaksi neljä ohjelmaa, jotka olivat käytössä opinnäytetyössäni.

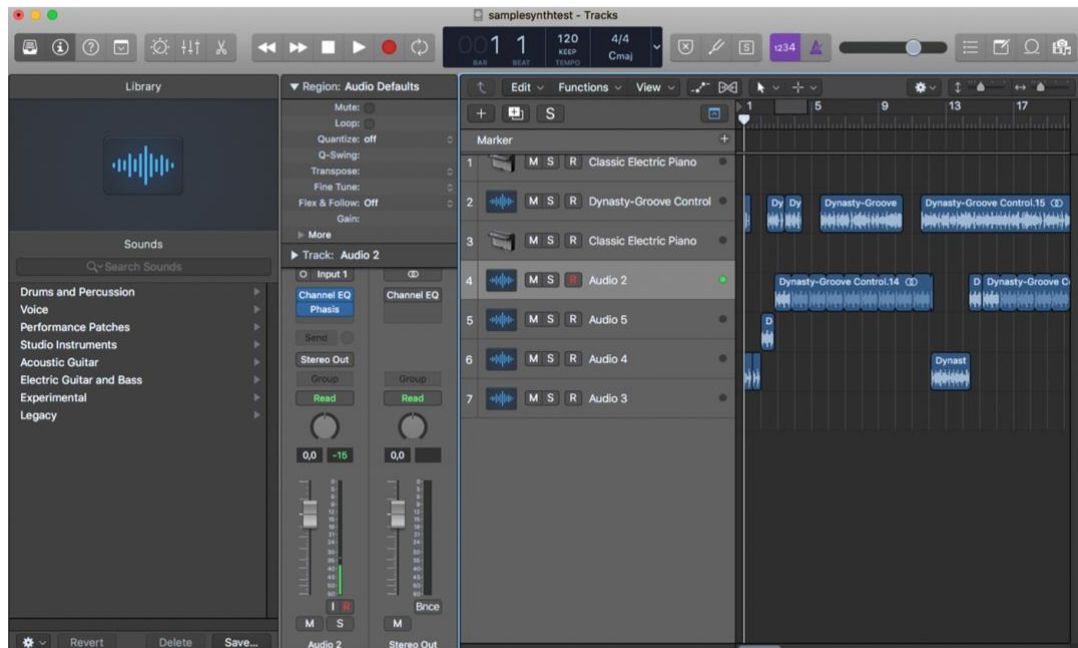
Audacity (kuva 2) on aloittelijaystävällinen äänitysohjelma ja monen podcastaajan mielestä yksi parhaimpia vaihtoehtoja, koska se on ilmainen ja sen käytön oppii helposti selkeän ulkoasun ja asetusten ansiosta. Sen kautta saa myös kirjattua äänitiedostoon metadatan eli äänitiedoston informaatiota, jolla avataan muun muassa äänitiedoston luoja ja miksaaja. Lisäksi metadatatassa käy ilmi tuotantofirma, jossa äänitiedosto on luotu sekä päivämäärä.



KUVA 2. Audacity ääniohjelma (Kuva: Sebastian Pidone 2018)

Logic Pro X (kuva 3) on Apple-koneille julkaistu ääniohjelma, jonka voi ostaa Applen App-Storesta. Sen eroaa Audacitystä merkittävästi. Käytössä on rajaton määrä audio-, MIDI- ja instrumenttiraitoja ja sen mukana tulee Applen kehittämiä ääniliitännöitä. Audacityyn verrattuna Logic Pro X vaatii enemmän osaamista. Ohjelmassa on mahdollista esimerkiksi luoda automaatioita ääniraitoihin ja se sallii kolmansien osapuolien ääniliitännöiden käytön, joka mahdollistaa vapautta ääniraidan miksausessa ja masteroinnissa. Logic Pro X on oivallinen audio-raidan hallinnassa antaen käyttäjälle työkaluiksi muun muassa

vaimenninkontrollin, työkaluja ääniraidan leikkaamista varten ja mahdollisuuden automatisoida ääniraidassa eri elementtejä, kuten panorointia ja äänentasoja.



KUVA 3. Logic Pro X ääniohjelma (Kuva: Sebastian Pidone 2018)

Mixbus v4 (kuva 4) on osa Harrison Consolesin ääniohjelmistoja, johon myös kuuluu Mixbus 32C. Mixbus v4 sallii yhtä syvän äänen editoinnin kuin Logic Pro X, erona on mahdollisuus emuloida analogisia elementtejä ääniraitoihin, simuloiden Harrisonin 80-luvun analogisten mikserien tuottamia äänityksiä. Samoin kuin Logic Pro X, Mixbus 4 sallii kolmansien osapuolien ääniliitäntöjä ja sen mukana tulee lite-versioita Harrisonin Xtools ääniliitäntöistä antaen jo heti kätevässä paketissa kattavan paketin miksaamisessa ja masteroinnissa.



#### KUVA 4. Mixbus 4. (Kuva: Sebastian Pidone 2018)

Kuten Audacity Mixbus 4 sallii myös perusteellisen metadatan muokkaamisen. Toisin kuin Logic Pro X Mixbus ei sisällä yhtä kattavaa työkaluvalikoimaa. Erillistä leikkaustyökalua ei ole, vaan jos haluaa omia työkalujaan ohjelmaan, täytyy Harrisonin foorumeiden kautta käydä tarkistamassa, miten ihmiset ovat koodanneet omilla tavoillaan uusia työkaluja ohjelmaan tai ladata itse koodiraidat. Tässä voi jo päätellä että verrattuna Logic Pro X:ään ja Audacityyn Mixbus 4 on vaikeampi oppia, joten kehotan, että tätä kyseistä ohjelmaa kannattaa käyttää vain, jos on jo vahvaa kokemusta ääniohjelmista.

Opinnäytetyötä varten käytössäni oli Logic Pro X ja Mixbus 4. Logic Pro X toimii miksausvaiheessa podcastin leikkausohjelmana. Miksausvaiheessa se sallii perusteellista ääniraitojen hallintaa ja leikkaamista. Logic Pro X sisältää smart-toiminnon joka helpottaa ääniraitojen editointia, mutta jos haluaa muokata yksityiskohtia, kannattaa toiminto ottaa pois päältä leikattaessa ja käyttää vasta silloin, kun alkaa sommitella ääniraitoja kuntoon. Kun jaksot oli editoitu, alustavasti miksatu ja tallennettu äänitiedostoihin (MP3 ja WAV), ne avattiin Mixbus 4 ohjelmassa, jota käytettiin äänitiedostojen masteroinnissa. Tässä vaiheessa ei enää editoida tiedostoja, vaan lisätään ääniliitännät efektointia ja lopullista versiointia varten, esimerkiksi opinnäytetyön haastattelujen kannalta lisättiin binauraaliset efektit ja saturaatiot, jotka mahdollistavat luontevan ja mukavan kuunteluelämyksen.

Skypen ja muiden soitto-ohjelmien äänityksessä käytössäni oli Rogue Amoeban Piezo (kuva 5), joka sallii soitto-ohjelman valinnan valikosta ja sen äänittämisen. Ohjelma on hyvin suoraviivainen. Piezolla valitaan ohjelma, jonka ulostulevaa audiota halutaan äänittää, jonka jälkeen äänitys käynnistetään painamalla tallennusnäppäintä (punainen näppäin keski-oikeassa reunassa) Piezossa pystyy minimaalisesti muokkaamaan metadataa. Siihen voi lisätä otsikon ääniraidalle ja lyhyen selitteen ääniraidasta.





KUVA 5. Rogue Amoeban Piezo (Rogue Amoeba 2018)

## 2.4 Aikataulutus

Haastattelulla on luonnollisesti paremmat edellytykset onnistua, kun haastateltava on pirteä ja aikatauluista on sovittu etukäteen yhdessä. Aiheen käsittelyn kannalta on tärkeää, että hän on saanut valmistautua etukäteen haastatteluun, eikä yllätyksiä tule.

Ennen varsinaista haastattelua käydään haastateltavan kanssa yhdessä läpi ohjelman sisältö. Etukäteen on hyvä käydä läpi kysymykset ja sopia mihin suuntaan keskustelua viedään. Sovitaan haastatteluajankohta. Sovittaessa eri aikavyöhykkeet pitää ottaa myös huomioon, jos haastateltava asuu eri aikavyöhykkeellä kuin haastattelija.

## 2.5 Julkaisualustat lyhyesti

Youtube on maailman suurin striimauspalvelu musiikille ja podcasteille. Soundcloud on päätoimisesti musiikin luojien julkaisualusta, jossa julkaistaan uutta materiaalia internetiin. Sitä käytetään myös vahvasti podcastien julkaisussa. iTunes nähdään podcastien pää-alustana. iTunes loi podcastien kannettavuuden iPodien kautta ja sen rooli podcastien pääjulkaisualustana jatkuu yhä nykyäänkin. Youtube eroaa Soundcloudista ja iTunesista videotoistosivustona. Youtube mahdollistaa vlogien toteutuksen, esimerkiksi sellaiset kanavat kuten komedikanava Sugar Pine 7 ja teknologiakanava Linus Tech Tips ovat hyviä esimerkkejä Youtube-kanavista, jotka käyttävät vlog-formaattia päätoimisena visuaalisena toteutuksena.

Wordpress antaa käyttäjilleen työkalut, joilla he voivat luoda omia blogejaan tai sivustoja, jotka voivat olla myös hyvin vapaasti muokattavia HTML5-sivustokoodauksen ansiosta. Se on käytetyin podcastaajien sivustojen luontityökalu helppokäyttöisyytensä ja ylläpitonsa helppouden ansiosta. Viime vuosina Wix on kasvanut monelle podcastaajalle uutena sivustojen luojana, joka mahdollistaa saman kuin Wordpress: helppokäyttöisyyden ja helpon ylläpidon. Opinnäytetyöni käytännöllistä toteutusta varten käytössäni oli Wordpress ja Facebook-sivu, jotka mahdollistivat sivuston kävijämäärän seurannan ja muita työkaluja, jotka antoivat tapoja jolla saada lisää analyttistä dataa muun muassa kuuntelukerroista ja klikkauksista. Soundcloud toimi äänitiedostojen julkaisualustana.

Podcastin teossa kannattaa siis noudattaa seuraavia pääperiaatteita: helppokäyttöisyys, käyttäjäystävällisyys sekä oman työnkulun optimointi. Wordpress, Facebook ja Soundcloud ovat omaan käyttöön täydellisiä alustoja, jotka mahdollistavat erittäin kompaktin tavan ylläpitää sivustoja sekä ääniraitoja ja niiden julkaisuja.

### 3 DATAN KERÄÄMINEN JA HAASTATTELU

Tässä luvussa avaan yleisellä tasolla haastattelun perusteita sekä muutamia tekniikoita, joita voi hyödyntää haastattelussa podcastia varten. Käyn läpi haastatteluihin liittyviä vaiheita taustoituksesta toteutukseen sekä omaa prosessiani liittyen tiedonkeruuseen ja haastattelutilanteiden työstämiseen. Opinnäytetyöni käytännön esimerkkejä käsittelen tarkemmin luvuissa 3.2.1 ja 3.2.2, ja niihin liittyvät haastattelukysymykset ovat liitteissä 1 ja 2. Haastattelut kysymyksineen toteutettiin englanniksi laajemman yleisön saavuttamiseksi, ja ne ovat kuunneltavissa Soundcloud.comissa (The Frequency Café Podcast Season 1 2018).

#### 3.1 Mistä aloittaa?

Podcastaaminen on jännittävä maailma, johon pitää sitoutua. On oltava henkisesti valmis sitoutumaan omaan podcastiin ja varautua tekemään paljon podcastin eteen, jotta se kehittyy ja laajenee kuuntelijakunnan mukana. Podcastin tuottaminen on kaikille mahdollista. Kuka vain voi aloittaa podcastin, kuka vain voi miksata podcastin. Podcastaajan on tiedettävä teema, aiheen rajaus ja kohdeyleisö. Tämä opinnäytetyö käyttää tutkimusmenetelmänään haastattelun ja kysymyslistan tekniikoita datan keräämiseen haastateltavilta. (Flynn 2017.) Flynn tarkoittaa tällä sitä, että podcastaaminen itsessään ei ole pelkkä radio-ohjelma tai uutislähde. Se on enemmän itsensä haastamista toimittajana sekä tuottajana. Kun Flynn (2017) puhuu sitoutumisesta podcastiin hän tarkoittaa sillä sitoutumista tuotannon laadun parantamiseen sekä omaan henkilökohtaiseen kasvamiseen. Tämä konkretisoituu parhaiten, kun huomaa, että vieraiden kanssa keskusteltavat aiheet muuttavat omia käsityksiä. Tällöin sitoutuminen podcastien tuottamiseen syventyy ja siitä saattaa tulla muutamille podcastien tuottajille jopa ura. (Flynn 2017.)



### 3.1.1 Rajaus ja teema

Rajattaessa pitää ottaa huomioon kohdeyleisö ja sen tarpeet. Teemanani opinnäytetyössä on freelancerit, rajauksenani on media-alan freelancerit. Ilman rajausta tutkittavaa dataa olisi aivan liikaa ja kohdeyleisö olisi yhdelle podcastaajalle mahdoton määrittää. Myös hyvin vapaamuotoisia rajoja on olemassa, hyvänä esimerkkinä tällaisesta on The Daily (2017) podcast, joka käsittelee laidasta laitaan uutisia pysyessään New York Timesin jatkeena ja toimien sen podcast-alustana.

Rajauksen avulla teema nousee selkeäksi. Podcastaaja saa siitä tarvittavaa materiaalia, mitä työstää. Esimerkiksi Welcome To Night Valen (2017) teema on salaliittoteoriat. Se parodioi niitä ja tekee niistä teoksen, joka on rajattu Night Valen fiktiiviseen kaupunkiin. Rajaukseni on suomalaiset freelancerit media-alalla, joten teemani on freelancerius Suomessa. Tällä voin taata itselleni selkeän kokonaisuuden ja tavan, jolla kerätä tietoa sekä löytää kohdeyleisö: podcast on media-alan opiskelijoille ja sen ammattilaisille.

### 3.1.2 Valmistelu

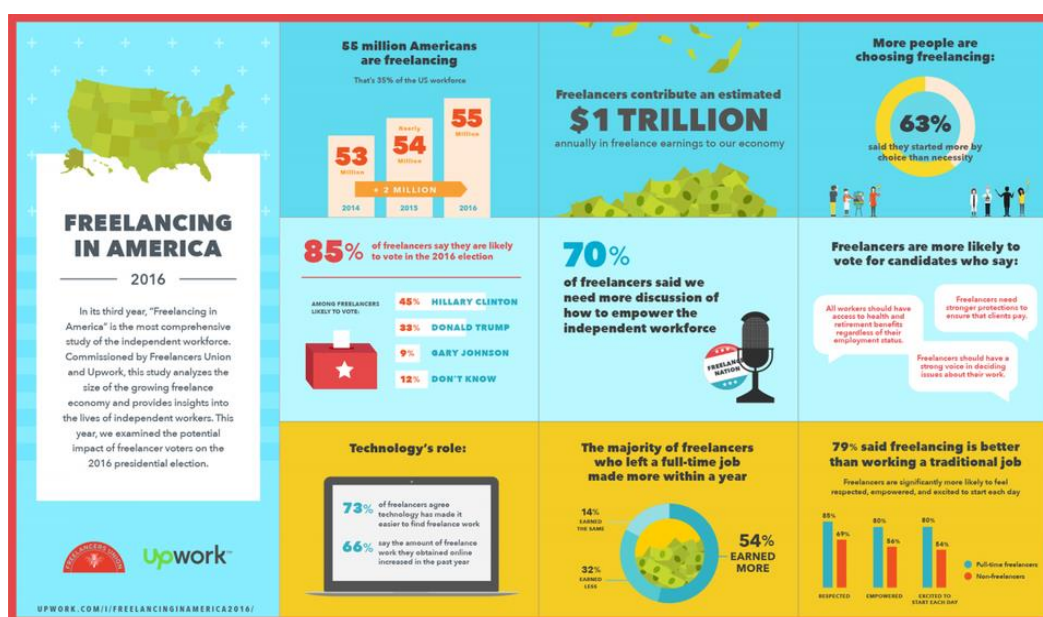
Haastateltavan valinta on tärkein osa koko haastatteluprosessin käynnistyksessä. Joissakin haastatteluissa on hyvä kysellä ennakkoon kysymyksiä ihmisiltä, joita aikoo haastatella, esimerkiksi lisää taustatietoa esimerkiksi heidän ammattitaidostaan. Kun on vakuuttunut kuulemastaan ja löytänyt hyvän haastateltavan, hänet kutsutaan haastatteluun. Ei kannata lannistua, vaikka täydellinen haastateltava ihminen sanookin ei, vaan jatkaa etsimistä, kunnes hyvä haastateltava löytyy. (Lloyd 2015, 50.)

Lloyd (2015) ohjeistaa kirjassaan, miten haastatteluprosessi kannattaa aloittaa. Kannattaa tutustua syvemmin henkilön saavutuksiin ja päätellä onko henkilö kiinnostava haastattelun kohde. Haastatteluun valmistautuessa pitää myös varautua siihen, ettei haastattelu onnistukaan sopivan henkilön löytyttyä, joten on hyvä kysellä alustavasti useammalta henkilöltä samoja kysymyksiä ja pitää heitä varalla. Ei haittaa, jos joutuukin perumaan sovitun haastattelun esteen

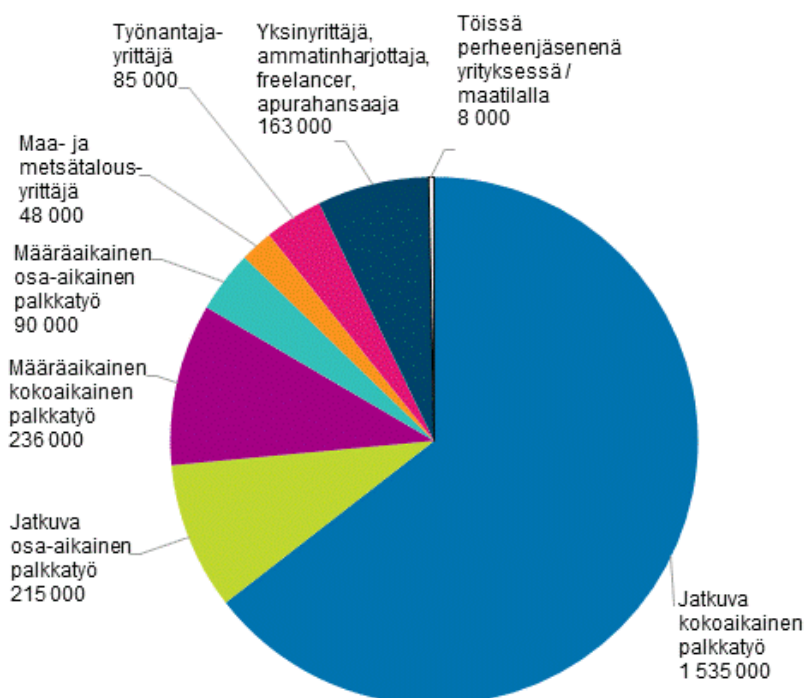
takia, vaan kyseisen vieraan voi varata toiseen jaksoon, ja tuoda siinä esille hänen kiinnostavan tarinansa. Valmisteluun kuuluu myös datan keräämistä ja kysymysten tekemistä haastatteluja varten. (Loyd 2015, 54.)

### 3.1.3 Kysymykset

Dahlin ja Högnäsin haastattelukysymykset (liitteet 1 ja 2) perustuvat Suomen Tilastokeskuksen ohjaamiin tutkimuksiin, joista osa perustuu UpWork USA:n ja Freelancer's Union USA:n tutkimuksiin (UpWork 2016). Kun data on analysoitu ja tutkittu, sen perusteella tehdään toimiva ja selkeä kysymyslista. Kysymykset esitetään haastateltavalle, ja hänen kanssaan keskustellaan muun muassa siitä, mihin hän voi vastata tai mistä hän uskaltaa keskustella. Tämä on erittäin hyvä vaihe myös tutustua haastateltavaan henkilökohtaisella tasolla. Parhaassa tapauksessa haastattelijan ja haastateltavan välille syntyy luottamus, mikä mahdollistaa sen, että haastattelun kulku on mahdollisimman luonteva. UpWorkin ja Freelancer's Unionin tutkimus (UpWork 2016) USA:n freelancereiden töistä selventää hyvin muun muassa Amerikan freelancertyön bruttotuloja sekä syitä freelancerina työskentelyyn (kuva 8). Verrattuna Tilastokeskuksen dataan erot ovat suuret (kuvat 9 ja 10). Tulojen määrä verrattuna ihmisten määrään oli hyvin dramaattinen, mikä yllätti haastateltavatkin, kun tilastotietoja käytiin läpi haastattelutilanteessa.



KUVA 6. Tilastotietoa freelancereista Amerikassa vuodelta 2016 (Upwork & Freelancer's Union 2016)



KUVA 7. Tilastokeskuksen vuonna 2016 tehdyn tutkimuksen data (Tilastokeskus 2016)

Taulukko 1.

15–64-vuotiaiden työllisten työnteon muodot vuosina 2000 ja 2010. Lukumäärä ja osuus työllisistä.

	2000	2010	2000	2010
			%	%
Jatkuva kokoaikainen palkkatyö	1 516 400	1 576 300	65,4	65,4
Määräaikainen kokoaikainen palkkatyö	254 100	241 600	10,9	10,0
Jatkuva osa-aikainen palkkatyö	162 900	201 300	7,0	8,4
Määräaikainen osa-aikainen palkkatyö	74 200	80 700	3,2	3,3
Muu (palkkatyö)	4 900	5 800	0,2	0,2
Maa-, metsä- tai kalatalousyrittäjät	87 500	61 200	3,8	2,5
Muiden alojen työnantajayrittäjät	86 500	90 300	3,7	3,7
Muiden alojen yksinyrittäjät	100 200	112 400	4,3	4,7
Muiden alojen ammatinharjoittajat ja freelancerit	19 900	31 000	0,9	1,3
Töissä perheenjäsenenä yrityksessä tai maatilalla palkatta	11 800	9 500	0,5	0,4
<b>Työlliset yhteensä</b>	<b>2 318 400</b>	<b>2 410 100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

KUVA 8. Tilastokeskuksen vuonna 2010 tekemä työvoimatutkimuksen tulokset (Tilastokeskus 2010)

## 3.2 Haastattelut podcasteihin

Haastattelujen tarkoituksena oli kartoittaa freelancereiden ja tuottajien omia kokemuksia ja miten he ovat edenneet urapoluissaan. Näistä henkilökohtaisista keskusteluista siirryttiin toiseen aiheeseen, joka perustuu kerättyyn dataan. Tästä avattiin keskustelua ja kerättiin mielipiteitä, jolloin saatiin kehitettyä podcastiin tapa, jolla ylläpitää kiinnostusta kuuntelijoilla. Saaranen-Kauppinen ja Puusniekan (2006) mukaan haastattelussa haastattelijalla ja haastateltavalla keskusteleminen on strukturoidusti aiheesta, johon kuuluu tutkimukseen perustuvaa tietoa. Tämä tutkimus voi olla haastateltavan omaan elämään liittyvää informaatiota tai johonkin toiseen aiheeseen liittyvää informaatiota, joka kattaa myös jollakin tavalla haastateltavan työnkuvaa. Haastattelu on aina ennalta suunniteltu ja sen laittaa alkuun haastattelijalla, jolloin on haastattelijan tehtävä ylläpitää haastateltavan motivaatiota vastata kysymyksiin tai avata käsitteitä. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Selvitin haastatteluja varten muun muassa Suomen freelancertyön ja muun keikkaluonteisen työn tietoja, kuten arvion alalla työskentelevien määrästä sekä vuosittaisesta yhtenäisestä bruttotulosta edellä mainituissa työkuviissa. Tarkkaa tietoa liittyen varta vasten media-alan freelancereihin ei löytynyt. Haastattelutilanteissa esitin haastateltaville kysymyspaperin, jonka jaoin kahteen osaan. Ensimmäisessä osassa oli kysymyksiä liittyen heidän uriansa freelancereina ja itsenäisinä tekijöinä, sekä toisessa osassa oli avattuna tilastoja sekä eri arvioita joita avasin dataan perustuvalla tiedolla.

### 3.2.1 Haastattelu: Rita Dahl

Ensimmäinen haastateltavani Dahl on tunnettu muun muassa kirjoistaan *Elämää Lagosissa* vuodelta 2008 ja *Itsensätyöllistävät Taiteilijat Suomessa* vuodelta 2017. Dahlin haastattelu tehtiin kenttä-äänityksenä Myyrmäessä Vantaalla 22.03.2018. Äänityksena toimi paikallinen pitseria, jossa haasteena oli taustamelu, jota syntyi ihmisten puheäänistä ja ambienttisista äänistä, kuten mikroaalto- ja pitsauuneista.

Haastattelu tehtiin käyttäen tallennusvälineenä Zoom H5 tallenninta, mikrofoneina toimivat Neat Workerbee mikrofoni haastattelijaa varten ja Shuren Beta 57A haastateltavaa varten. Neat Workerbee mikrofoniille piti erillisesti käynnistää phantom-virta kanavalle 1 Zoomissa ja Shuren Beta 57A oli puhemikrofoni johon phantom-virtaa ei tarvittu.

Haastattelu aloitettiin Dahlin henkilöön liittyvillä taustakysymyksillä. Tämän jälkeen kysymykset jakautuivat kahteen osaan. Ensimmäinen kysymyssarja kartoitti hänen kokemuksiaan freelancerina ja päätoimisena kirjoittajana aikakauslehdille ja blogeille. Toinen kysymyssarja perustui dataan Tilastokeskuksen tutkimuksista työvoimasta ja UpWorkin sekä Freelancer's Unionin tutkimukseen USA:n freelancer-työvoimasta (Tilastokeskus 2016; UpWork 2016). Molemmat tutkimukset ovat vapaamuotoisia ja perustuvat yleiseen freelancerkuntaan rajaamatta sitä eri työaloihin, esimerkiksi mediatyöntekijät ja rakennusalan työntekijät.

Haastatteluun varattiin tunti aikaa, jotta se sallisi vapaata keskustelua sekä tarpeeksi aikaa keskustella eri aiheista ja saada siten mahdollisimman paljon materiaalia kummastakin kysymyssarjasta. Materiaalia kertyi 63 minuuttia, joka editoinnin jälkeen supistui 36 minuuttiin.

Miksausvaiheessa painotin äänen selkeyttä ja mahdollisten taustakohinoiden editointia pois lisäämällä muun muassa limitointia, ekvalisointia ja gate-liitäntän. Nämä ääniliitännät olivat pääosin käytössä, jotta puheäänen sai selkeäksi. Muitakin yhdistelmiä voi käyttää, mikäli ne sopivat paremmin omaan työskentelyyn. Kun ääniraidat oli miksattu ja masteroitu, master-raidalle lisättiin binauraalinen liitäntä, joka simuloi kuulokkeissa tilan tunnetta siten, että kuuntelussa haastatteliija ja haastateltava tuntuisivat olevan osana kuuntelijan tilaa.

### **3.2.2 Haastattelu: Kasimir Högnäs**

Toinen haastateltavani Högnäs on ohjaaja, apulaisohjaaja ja käsikirjoittaja, joka on tehnyt muun muassa mainoksia Catmandoo-vaatemerkille ja Pelastakaa

Lapset Ry:lle. Hänellä on pitkäaikaista kokemusta myös lyhytelokuvista ja sarjoista, kuten *Kielletty Rakkaus* (2. Tuotantokausi 2017) ja *Lumienkeli* (2012). Högnäsin haastattelu tehtiin Skype-keskustelun välityksellä 12.04.2018, ja keskustelu tallennettiin Rogue Amoeban Piezo-ohjelmalla, joka mahdollisti äänityksen stereona, jossa haastateltavan sai sijoitettua oikealle ja haastattelijan vasemmalle raidalle. Dahlin tavoin, Högnäsin kysymyssarja jakautui kahteen osaan, omiin kokemuksiin sekä kerättyyn dataan liittyviksi. Erona oli lähinnä haastateltavien ammatilliset taustat, sillä Högnäsillä oli freelancertyökokemusta audiovisuaalisista tuotannoista, kun taas Dahl on toiminut kirjoittajana ja printtimedian freelancerina.

Högnäsin haastatteluun myös varattiin tunti aikaa, joka ylittyi noin 84 minuutiksi sisältäen yleistä keskustelua. Haasteena oli saada äänitetty stereoraita jaettua kahdeksi mono-raidaksi Logic Pro X -ohjelmassa. Siinä onnistuttiin jakamalla stereoraita Logic Pro X:n asetuksissa käyttäen Copy/Convert-toimintoa Project Audio Browserissa, joka jakoi tiedoston kahdeksi erilliseksi raidaksi. Lopuksi raidoille tehtiin panorointi vasemmalle ja oikealle. Nämä raidat piti jakaa monoksi erillisten äänenlaatuojen takia; Högnäsin puhe oli internetin välityksellä pakattua, joten sille piti lisätä de-noiseriä, joka poisti taustasta kohinaa ja lisäten sille miksauksessa lievää kaikua, jotta puheeseen tulisi tilan tunnetta.

Haastattelijan puhe oli selkeää erikseen, sillä puheen Piezo-ohjelma tallensi mikrofoniin tulevan äänen yhteen Skypesta tulevan äänen kanssa, luoden yhtenäisen stereo-raidan jossa mikrofoniin tullut ääni oli L raidassa ja Skypesta tullut ääni R raidassa. Haastattelijan ääntä ei tarvinnut paljoa miksatessa muuttaa, tarvittiin vain lievää ekvalisointia tilan äänen hallitsemiseksi ja puheäänien selkeyttämiseksi. Myös lievää reverberointia tuli lisättyä. Tätä miksauksessa binauraalinen prosessi jäi pois masterointivaiheesta, sillä panorointi molemmilla raidoilla edesauttoi jo haluttua efektiä.

### **3.2.3 Haastatteluissa esille nousutta**

Keskusteluissa ja tutkimuksissa on käynyt ilmi, että Suomen media-freelancerit ovat muuhun maailmaan verrattuna pieni mutta hyvin kontaktikeskeinen ryhmä.

Haastatteluista päätellen keskeisin ongelma on kontaktien ylläpito ja tasaisen rahoituksen saaminen projekteista sekä muista freelancereiden töihin liittyvistä keikoista.

Kysymyslista oli onnistunut ja sai keskustelua hyvin aikaiseksi. Kysymykset toivat esille asioita, joita haastateltavat eivät olleet tietoisia, joten heidän hämmästelynsä ansiosta keskustelu sai viihteellisen vivahteen. Dahlin haastattelussa pyrin lukemaan enemmän kysymyksiä listasta ja Högnäsin haastattelussa taas kysymykset tulivat keskustelun lomassa. Yleisin saatu palaute kysymyksistä oli, että niistä keskusteleminen tuntui luontaiselta ja sopivalta aiheeseen liittyen.

## 4 JULKAISEMINEN

Tässä luvussa käsittelen lyhyesti podcastin julkaisuun liittyviä vaiheita ja tuon esille, millä tavoin lähestyin julkaisua ja digitaalista markkinointia opinnäytetyöni podcasteissa. Opinnäytetyöni lähteistä sain hyödyllistä tietoa muun muassa siitä, miten podcasteja kannattaa jakaa ja mainostaa, ja mikä merkitys on esimerkiksi mainostekstin pituudella mahdollisen kuulijan kiinnostuksen herättämisessä.

### 4.1 Podcastin julkaisu

Podcastia julkaistaessa säännöllisyys on tärkeintä. Podcastin julkaisu suunnitellaan oman aikatauluun sopivaksi. Ajoituksessa otetaan huomioon editointiin tarvittava aika. Suurin osa podcasteista julkaistaan viikoittaisella aikataululla, josta tiedotetaan kuuntelijoille aikaisemmin sosiaalisen median eri alustoissa, kuten Twitterissä ja Facebookissa. Tällöin saadaan kuuntelijakunnalle tasaista sisältöä, jonka he odottavat ilmestyvän podcastin tuottajan lupaamina päivinä. (McLean 2017, 55)

Podcastini *Frequency Café* julkaisuajat ovat tähän tarkoitukseen epätasaiset. Syy tähän on podcastin luonne sekä kuuntelijakunnan koko, joka kohderyhmään nähden oli marginaalinen. Julkaisuajat keskittyvät iltamyöhään, noin kello 22-23 (Suomen aikaa) GMT +2. Kyseessä on strateginen valinta, sillä tähän aikaan tavoitetaan ihmisiä mahdollisimman monella aikavyöhykkeellä.

### 4.2. Podcastin mainonta

Podcastia varten loin Facebook-sivuston, Twitter-tilin ja Wordpress-blogin. Yleinen informaation jako tapahtui Facebookissa, jossa kirjoitin lyhyesti (n. 1-2 virkettä) mistä jaksossa oli kyse. Myös jakson nimen pitää liittyä podcastiin, esimerkiksi tietty keskustelunaihe haastateltavan kanssa saattaa toimia vahvana



kiinnostuksen herättäjänä. Kuuntelijan kiinnostus saadaan herätettyä luomalla jaksolle osuva otsikko, joka liittyy haastateltavan sanomaan kiinnostavaan asiaan (Lloyd 2015, 39). Esimerkiksi jakso 1 Frequency Café podcastistani oli otsikoitu liittyen Dahlin kokemuksiin vuoden 2008 laskusuhdanteessa, *Freelancing After The 2008 Recession*, mikä toivon mukaan herättää kiinnostuksen, sillä nuo ajat vaikuttivat myös Suomen freelancen maailmaan.

Podcastia mainostaessa on hyvä ajatella, miten aikoo ottaa kontaktia ihmisiin. Hyvä keino on hyödyntää Facebookin Page-ominaisuutta, jossa on helppo luoda oma Facebook sivu podcastia varten. Tämän ansiosta voi kirjoittaa lyhyitä selosteita podcastista, jotka herättävät lukijan kiinnostuksen heti luettua ja saavat heidät innostumaan kuuntelemaan tehty jakso.

Kun pitää selitteen maksimissaan kahdenkymmenen sanan pituisena, on se luettavuuden kannalta riittävän lyhyt antamaan mahdolliselle kuuntelijalle tietoa siitä, mistä kyseisessä jaksossa on kyse (Hanks 2015, 44). Hanksin ehdotuksia kuunnellen, olen ottanut itsekin käyttöön tämän säännön. Mainonnan on hyvä olla lyhyt ja ytimekäs, jotta se lisää mahdollisen kuuntelijan mielenkiintoa kuunnella uusi jakso loppuun. Mahdollisimman lyhyt teksti voi jo heti houkuttaa useita kuuntelijoita kerralla. Lisäksi julkaisun jakaminen helpottuu esimerkiksi Twitterissä, jonka sanakokonaisuus rajoittuu 120:een merkkiin. Tuotin projektin ilman budjettia, joten ulkoista rahoitusta tai sponsorointia ei ollut.

## 5 POHDINTA

Podcast on lyhykäisyydessään hyvin yksinkertainen median muoto, jossa äänitetään, keskustellaan, editoidaan ja julkaistaan. Pitää suunnitella monen viikon edestä ohjelmaa, sopia tapaamisia tai keskusteluja netin kautta, löytää haastateltava ja saada hänen kanssaan mahdolliset sopimukset kuntoon.

Monet siirtyvät podcastin maailmaan mielestäni liian nopeasti ajattelemta sen laajuutta ja sisältämiä mahdollisuuksia. Podcast ei ole pelkästään keskustelua, vaan myös tiedon välittämistä kuuntelijalle, omalle kuuntelijakunnalle ja mahdollisesti suuremmalle yleisölle maailmanlaajuisesti.

Näen, että podcast omassa muodossaan on alusta, jolla pyritään haastateltavan omalla keskustelumallilla saamaan aikaiseksi tapa, jolla voidaan saada dialogia, joka saisi kuuntelijat kiinnostumaan keskustelusta. Monet aloittelevat podcastaajat pysyvätkin haastattelun muodossa, mikä on yksi luontevimpia ja käytetyimpiä tapoja päästä tämän mediamuodon maailmaan. Se ei tietenkään tarkoita, että pyrkimyksenä olisi kehittää heti uusia tapoja kerronnalliseen tapaan tuottaa podcasteja eroavaisuuden takia. Se tarkoittaa sitä, että voi rakentaa olemassa olevan tekemisen mallin ympärille omaa tapaansa tehdä podcastia. Juontaja voi tuoda vaikutteita monesta lähteestä. Esimerkiksi joku pystyy luomaan kuuntelijalle maailman esittelemällä yleisölle haastateltavan taustaa, tai fiktiivisessä podcastissa rakentamalla yksityiskohtia keskustelun aikana, kuten avaamalla fiktiivisen maailman ympäristöä ja sen kulttuuria.

Juontajan tehtävänä on luoda maailma ja saada kuuntelija tarttumaan siihen kiinni. Universaalisena sääntönä journalismissa on, että ensimmäiset viisi sekuntia puhuessa päättävät pysyykö kuuntelijan kiinnostus yllä. Siksi ei kannata kertoa liikaa yksityiskohtia kuuntelijalle. Esimerkiksi ”On lämmin kesäinen päivä” kuulostaa uskottavammalta, toisin kuin ”Kuvittele lämmin kesäinen päivä”. Jälkimmäinen saattaa etäännyttää kuuntelijaa ja aiheuttaa kiinnostuksen hiipumista ohjelmaa kohtaan. ”Kuvittele” on kuin käskisit kuuntelijaa katsomaan sivusta tapahtumia, jos selität lyhyesti sen, minkälainen maailma on kyseessä,

kuuntelija on alttiimpi kuuntelemaan, ja kuvittelemaan että kuuluu siihen maailmaan. (Lloyd 2015, 128.)

Kuvittelemaan käskeminen voi olla yksi kerronnallinen virhe, mitä mediassa tapahtuu. Ei vain podcastissa, vaan myös mainonnassa, TV-ohjelmissa ja radiossa. Kuuntelijan mielenkiinto voi lopahtaa ohjelmaa kohtaan saatuaan käskyn kuvitella. Se on kerronnallisesti tapa, joka saattaa pakottaa kuuntelijan toimimaan tarinan sivusta katsojana, eikä varsinaisena tarinan hahmona. Ohjelma, joka saa kuuntelijan kiinnostuksen on yleensä sellainen, jossa kertoja keskustelee suoraan kuuntelijalle ja esittää tarinan maailman kuuntelijalle siten, että hän kokee olevansa osa uutta luotua maailmaa.

Uskon, että tehtävänäme media-alan työntekijöinä on saada luotua kohdeyleisöillemme mahdollisimman epätodellisen tuntuinen maailma. Ihmiset katsovat televisiota ja kuuntelevat radiota pääosin viihteen takia, he haluavat edes hetken päästä irti arkielämästään. Yleisö haluaa kokea uudenlaista maailmaa ja tuntea itsensä läheiseksi tähän luotuun maailmaan sen hahmojen keskellä. Tämä vaatii tarinankerroinnallista kykyä luoda uskottavaa dialogia, joka kuulostaa siltä, että kuuntelija on osa matkaa. Juontajan suurin haaste on kuulostaa uskottavalta. Kuten mikä tahansa muukin työ, se vaatii harjoittelua, hiomista ja taas harjoittelua.

Sanoisin, että nykyään podcast on kasvamassa entistä suuremmaksi ja keskeisemmäksi mediamuodoksi maailmassa. Me ihmisinä elämme yhä digitaalisempaa aikaa, pyrimme saamaan mahdollisimman paljon palveluja ja viihdettä internetiin. Me haluamme saada kaikille kompaktin tavan päästä käsiksi tietoon, ohjelmiin ja palveluihin netin välityksellä. Radion tulevaisuus tulee olemaan digitaalinen, ja on vain ajan kysymys, kun FM-AM taajuudet painuvat historiaan.

Uskoisin, että podcast kasvaa laajemmaksi ja suuremmaksi tavaksi jakaa informaatiota. Podcastien avulla yleisölle saadaan luotua vielä yksityisempi kokemus mediassa, enkä usko, että enää kauaa kestää ennen kuin podcast tulee kehittymään entistä vaikuttavammaksi mediamuodoksi.

## LÄHTEET

Lloyd, D. 2015. How To Make Great Radio: Techniques And Tips For Today's Broadcasters And Producers. Luettu 13.11.2017.

McLean, M. 2017. How To Start A Podcast. Luettu 11.10.2017.  
<https://www.thepodcasthost.com/planning/how-to-start-a-podcast/>

Micah, H. 2015. The Complete Guide To Maverick Podcasting: A Manual For Nonconformists. Luettu 23.12.2017.

Podcast Bookers. A Short History Of Podcasting And It's Effects On The Internet. Luettu 26.03.2018.  
<https://podcastbookers.com/history-of-podcasting/>

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkójulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. Luettu 10.03.2019.  
[https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6\\_3.html](https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3.html)

The Daily. Kuunneltu 08.12.2017.  
<http://podbay.fm/show/1200361736/e/1512730871?autostart=1>

The Frequency Café Podcast Season 1. 2018. Sebastian Pidone. Soundcloud.com. Julkaistu 19.9.2018. Kuunneltavissa:  
<https://soundcloud.com/ilbastian/sets/the-frequency-cafe-podcast-season-1>

Tilastokeskus. 2016. Työllisyys ja Työttömyys Vuonna 2016. Luettu 12.03.2018.  
[http://www.stat.fi/til/tyti/2016/13/tyti\\_2016\\_13\\_2017-04-12\\_kat\\_002\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/tyti/2016/13/tyti_2016_13_2017-04-12_kat_002_fi.html)

Upwork. 2016. Freelancer Union. New Study Finds Freelance Economy Grew To 55 Million Americans This Year, 35% Of Total US Workforce. Luettu 19.03.2018.  
<http://www.marketwired.com/press-release/new-study-finds-freelance-economy-grew-55-million-americans-this-year-35-total-us-workforce-2164446.htm>

Welcome To Night Vale. Jakso 1. Kuunneltu 25.10.2017.  
<https://soundcloud.com/nightvaleradio/1-pilot-1>

## LIITTEET

### Liite 1. Haastattelukysymykset: Rita Dahl

#### Freelance questions:

RITA DAHL

#### HENK. KOHT. KYSYMYKSET

- Show welcoming, initial talks about the set, some introduction.
- Rita Dahl, author, novelist and journalist, let's start with a classic and ask, what drove you to get into your current line of work?
- By all accounts, one could say that you are experienced in the world of Finnish literature. When the millennium changed, did you see a wave of changes happen in post-2000 media in Finland?
- Let's talk about your degrees a bit. So, a master's in philosophy and political sciences, and you are currently working on a third degree, correct? Why so many degrees? Did they somehow also change your way how you perceive the world of journalism?
- What kind of tip would you give to an aspiring journalist or novelist, should they just go for a few bachelor's degrees relating to media or branch out to a type of master's that dabbles in media?
- What we discussed during our interactions on Facebook was how the Great Recession of 2008 had a clear impact in the Finnish journalistic world and the sphere of novelists. What was the clearest change, after the recession, you noticed in your colleagues and fellow writers?

#### YLEISET KYSYMYKSET

- In 2010 a study conducted by Tilastokeskus was conducted and it was revealed that in Finland the amount of freelancers rose from 19 900 in 2000 to 31 000 in 2010, and after a later study in 2016 turns out the number is now at 163 000. Why do you think freelancing got such a massive increase? Is it in your opinion a good thing that freelancing is gaining so much momentum nowadays?
- Also according to Tilastokeskus, by 2016 the combined total percentage of freelance workforce makes about 8% male and 5% female of the Finnish population. Does it feel to you that the numbers match? Do you feel that the Finnish freelance community is big?
- At the other part of the spectrum, 67% of the male population and 62% of the female population have a full-time job. Do you see yourself, as a freelancer, gaining the possibility of joining these statistics?
- Through the study conducted by UpWork and Freelancers Union, the annual income of the American freelance community is around 1 trillion dollars, shared between about 55 million freelancers making 35% of the total US workforce. In contrast, the combined annual capital of Ukko Fi and Eezy in 2016 was 67,5 million euros, which could be thought as a medium for a freelancer in Finland, excluding untaxed work, give or take. That number is somewhat divided to about 163 000 freelancers in Finland, do you feel that the annual income of Finnish freelancers is higher than that? If you don't use Ukko or Eezy for your billing, how do you bill your clients?
- During your time as a freelancer, what do you think was the hardest part of that career path? And how did you manage to change from freelancing to a job that you gain a steady flow of income?

## Liite 2. Haastattelukysymykset: Kasimir Högnäs

### Freelance questions:

### KASIMIR HÖGNÄS

#### HENK. KOHT. KYSYMYKSET

- Show welcoming, initial talks about the set, some introduction.
- Kasimir Högnäs, you have experience as a director, assistant director, script writer... the list goes on. What led you to choose this path in the media industry? What form of projects have you been working on?
- From what I gathered, you have a very broad experience in all kinds of audiovisual projects like short movies and music videos, but you have been mainly doing commercials, as examples just recently you did a commercial for Catmandoo's winter wear and a few commercials for Pelastakaa Lapset Ry. Did you suddenly stumble onto the world of commercials or did you notice that it was a path that would lead you to something you enjoy?
- Another thing I saw was that some of your commercials have to do with children, as stated previously to Pelastakaa Lapset and one for Aamu Lasten Syöpäsäätiö. Are these commercials somewhat related to something in your personal life or do you love working with audiovisual productions that promote children's lives and security?
- Your work isn't only limited to Finnish productions, you also have an impressive resumé with international projects, some like the production "Black Widow" which was mainly done with a Scandinavian workforce, and "Bayoneta" which went as far as Mexico for its production. How did these productions affect your life? Was there some form of knowledge that you did not expect to gain with international partnerships?

#### YLEISET KYSYMYKSET

- In 2010 a study conducted by Tilastokeskus was conducted and it was revealed that in Finland the amount of freelancers rose from 19 900 in 2000 to 31 000 in 2010, and after a later study in 2016 turns out the number is now at 163 000. Why do you think freelancing got such a massive increase? Is it in your opinion a good thing that freelancing is gaining so much momentum nowadays?
- Also according to Tilastokeskus, by 2016 the combined total percentage of freelance workforce makes about 8% male and 5% female of the Finnish population. Does it feel to you that the numbers match? Do you feel that the Finnish freelance community is big?
- At the other part of the spectrum, 67% of the male population and 62% of the female population have a full-time job. Do you see yourself, as a freelancer, gaining the possibility of joining these statistics?
- Through the study conducted by UpWork and Freelancers Union, the annual income of the American freelance community is around 1 trillion dollars, shared between about 55 million freelancers making 35% of the total US workforce. In contrast, the combined annual capital of Ukko Fi and Eezy in 2016 was 67,5 million euros, which could be thought as a medium for a freelancer in Finland, excluding untaxed work, give or take. That number is somewhat divided to about 163 000 freelancers in Finland, do you feel that the annual income of Finnish freelancers is higher than that? If you don't use Ukko or Eezy for your billing, how do you bill your clients?
- During your time as a freelancer, what do you think was the hardest part of that career path? And how did you manage to change from freelancing to a job that you gain a steady flow of income?§