

Viihdyttävän radiojuonnon metsästys

Millaisista elementeistä viihdyttävä radiojuonto syntyy

Ville Eerikkilä

Kulttuurialan opinnäytetyö
Viestinnän koulutusohjelma
Medianomi (AMK)

TORNIO 2012

TIIVISTELMÄ

KEMI-TORNION AMMATTIKORKEAKOULU, Kulttuuriala

Koulutus ohjelma:	Viestinnän koulutusohjelma
Opinnäytetyön tekijä(t):	Ville Eerikkilä
Opinnäytetyön nimi:	Viihdyttävän radiojuonnon metsästys. Millaisista elementeistä viihdyttävä radiojuonto syntyy
Sivuja (joista liitesivuja):	39 (3)
Päiväys:	25.10.2012
Opinnäytetyön ohjaaja(t):	Mervi Saukko & Ari Alm
<p>Tutkin opinnäytetyössäni viihdyttävän radiojuonnon elementtejä. Mitä ne ovat ja mistä niitä voi löytää? Haluan selvittää, millainen juonto saa suurimman osan kuulijoista nauramaan ja viihtymään juontajan seurassa. Käsittelen myös radiojuontajan tehtäviä ja persoonaa. Lisäksi selvitän 15-29-vuotiaiden radionkuuntelijoiden radiokäyttäytymistä: mikä saa heidät vaihtamaan kanavaa tai millä tavoin he kuunneltavan kanavansa valitsevat?</p> <p>Opinnäytetyöni on jaettu neljään päälukuun. Ensimmäisessä luvussa käsittelen hieman radion historiaa ja sen paikkaa mediassa. Tässä luvussa käsittelen myös radion ohjelmatyyppejä. Toisessa luvussa käsittelen radiojuontajan työskentelytapoja ja persoonallisuutta, mutta myös parijuonnon ja yksinjuonnon eroja. Kolmannessa luvussa käsittelen radiojuonnon tekotapoja ja esittämistä suorassa lähetyksessä. Neljännessä luvussa selvitän, millaisista elementeistä viihdyttävä radiojuonto syntyy ja myös kuulijoiden radiokäyttäytymistä.</p> <p>Opinnäytetyöni perustuu omakohtaisiin kokemuksiini, joita olen saanut työskennellessäni YleX-radiokanavalla, kyselyyn, jonka teetin kuulijoille ja kotimaiseen ja ulkomaalaiseen kirjallisuuteen. Kyselyn teetin Kemissä kolmelle eri alan opiskelijaryhmälle. Vastanneiden ikä oli 16-52-vuotta.</p> <p>Opinnäytetyöstäni voi lukea, millaisia elementtejä radiojuonossa kannattaa käyttää, jotta siitä saa mahdollisimman viihdyttävän. Näiden viihdyttävien elementtien avulla kuulijan saa hyvälle tuulelle ja hän todennäköisesti jää kuuntelemaan seuraavankin juonnon. Työstäni käy myös ilmi se, että nykyään musiikilla on entistä suurempi osuus radiossa. Suurin osa kuulijoista valitsee kuunneltavan kanavan musiikin avulla ja kanava vaihtuu todella nopeasti, jos radiosta tulee musiikkia, joka ei ole kuulijan mieleen.</p>	
Asiasanat: radio, viihdyttävyys, radiojuonto, radiopersonallisuus	

ABSTRACT

KEMI-TORNIO UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, Communication

Degree programme:	Media Arts
Author(s):	Ville Eerikkilä
Thesis title:	Hunting for a entertaining radiospeak
Pages (of which appendixes):	39 (3)
Date:	25.10.2012
Thesis instructor(s):	Mervi Saukko & Ari Alm
<p>My thesis researched the most entertaining elements of a radio speak. I wanted to know what the most important elements were and how to find and learn them. The main objective of my work was to discover what type of radio speak will make most listeners laugh and feel good with the host of the show. I also wanted to find out what kind of habits radio listeners between the ages of 15 and 29 have when they listen to the radio, i.e. what makes them change the channel and how do they choose the channel they will eventually listen to.</p> <p>My thesis is divided into four chapters. In the first chapter I describe the history of the radio and its place in the world of media. I also discuss the different types of radio shows that exist. In the second chapter I focus on the radio host. I describe the work habits that a host must have and how the personality of the host comes out to the listeners through the radio. I also touch on the difference between hosting a show alone and together with another host. The third chapter focuses on the radio speak. I deal with the different ways hosts can make a good radio speak and how they can best perform that speak "On-Air". In the final chapter I discuss the most important elements necessary when a host wants to make a perfect, funny and entertaining radio speak.</p> <p>My thesis is based on my own experiences and knowledge which I have gained while working at a radio station called YleX. I also used information acquired from my interviews of three different groups of people, and information from domestic and foreign literature. The interviews were conducted in Kemi among three different groups of students. The respondents were between the ages of 15 and 52.</p> <p>From my thesis discusses elements needed for making the most entertaining radio speak. By using these entertaining elements hosts are able to tune listeners in a good mood and make sure that they will continue listening to the next speak after the songs. My thesis also shows that today it is the music that has the biggest influence on radio listeners. Most listeners choose the channel based on the genre of the music being played and they also change the channel if they do not like the music that is being played.</p>	
Subjects: radio, radio speak, entertaining, radio personality	

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ.....	2
ABSTRACT	3
SISÄLLYS.....	4
1 JOHDANTO.....	5
2 RADION PAIKKA MEDIASSA	8
2.1 Radion ero muihin joukkoviestimiin	8
2.2 Radion ohjelmatyypit	9
3 RADIO-OHJELMAN JUONTAJA.....	12
3.1 Juontajan tehtävät	12
3.2 Juontajan persoonallisuus	13
3.3 Parijuontaminen.....	17
4 RADIOJUONTO	19
4.1 Erilaiset juonnot.....	19
4.2 Juonnon suunnittelu.....	20
4.3 Juonnon esittäminen lähetyksessä	22
5 EMPIIRINEN TUTKIMUS: VIIHDYTTÄVÄ RADIOJUONTO	24
5.1 YleX Jatkot.....	24
5.2 Tutkimuksen neljä esimerkkijuontoa.....	26
5.3 Vastaajien radiokäyttäytyminen	27
5.4 Viihdyttävä radiojuonto	29
6 POHDINTA.....	33
LÄHTEET	35
LIITTEET	36

1 JOHDANTO

Muistan vieläkin hyvin erään automatkan Kemistä Tornioon. Kuuntelin radiosta YleX Iltapäivää, jota silloin juonsi jopa legendaarisesti tituleerattu juontajakaksikko Olli Junes ja Tuomas Rajala ja mietin, että miten ihmeessä he sen tekevät. Saavat minut hyvälle tuulelle, nauramaan lähes kokoajan ja janoamaan lisää tuota viihdyttävän jutustelun kuuntelua. Miten ihmeessä he sen tekivät? Kun pääsin perille Tornioon en halunnut poistua autosta, vaan halusin jäädä kuuntelemaan, mitä sanottavaa heillä seuraavan kappaleen jälkeen on. Autosta piti kuitenkin poistua, koska alkamassa oli ensimmäinen radiotyön peruskurssin tunti. Tuolloin en ikinä olisi voinut arvata, että muutamien vuosien päästä itse saatan aiheuttaa jollekin toiselle samanlaisia fiiliksiä.

Radio on median välineenä kaikkein henkilökohtaisin, koska kuunnellessaan radiota kuulijasta tuntuu monesti siltä, että juontaja puhuu juuri hänelle. Sen vuoksi monet kuulijat pitävätkin radiojuontajia jopa heidän kavereinaan. Tämä on ihan luonnollista, koska juontaja herää, keskustelee päivänpolttavista aiheista, kuuntelee musiikkia ja lopulta illalla pakkaa kimpsut ja kampsut ja lopettaa päivän kuulijan kanssa. Ja sama homma jatkuu heti seuraavana aamuna. Sen vuoksi onkin erittäin tärkeää, että radiojuontajan persoonallisuus on viehättävä, helposti lähestyttävä ja luotettava. Tämän lisäksi onkin erittäin tärkeää, että se mitä juontaja radiossa puhuu, on kuulijan mielestä viihdyttävää ja hauskaa, jotta hän jaksaa kuunnella juontajan juttuja päivästä toiseen.

Kun itse pääsin hyvin menneen harjoittelujakson jälkeen YleX:lle töihin juontamaan aivan uutta ohjelmaa nimeltä YleX Jatkot, oli minun pakko alkaa miettiä juontamiseen liittyviä asioita. Millainen juontajapersoonallisuuteni on? Millaiset jutut ovat kaikista hauskimpia ja viihdyttävimpiä kuulijoittemme mielestä? Millaisia juontoja ohjelmassamme tulisi tehdä? Ja ennen kaikkea miten niitä viihdyttäviä juontoja tehdään ja mikä saa kuuntelijan pysymään ohjelmamme parissa?

Tämän vuoksi halusinkin selvittää viihdyttävän radiojuonnon salaisuuden opinnäytetyössäni. Halusin etsiä ne tietyt elementit, jotka lähes poikkeuksetta toistuvat hauskoissa ja viihdyttävissä juonnoissa. Halusin selvittää oliko se hauskuus, spontaania

naurua, faktojen kertomista tai alapäähuumoria, jotta voin tulevaisuudessa tehdä työni radiossa mahdollisimman hyvin ja saada jollekin samanlaisen fiiliksen kuin itselläni oli kuunnellessani Olli ja Tuomasta. Yksi ongelma asian suhteen tietenkin on: kaikkia ihmisiä on mahdotonta naurattaa ja miellyttää yhtä aikaa. Ihmiset ovat erilaisia ja kaikilla on erilainen huumorintaju. Mutta halusin selvittää, mitkä asiat toimivat enemmistöön kuulijoista hyvin ja mitkä taas huonosti.

Tutkimustehtävänäni oli siis selvittää, millainen viihdyttävä radiojuonto on. Millaisia elementtejä siitä löytyy? Mikä naurattaa kuulijaa ja mikä ärsyttää? Omasta mielestäni paras tapa selvittää tätä asiaa oli tehdä teemakysely kuulijoille. Valitsin YleX Jatkot -ohjelmasta neljä esimerkkijuontoa, jotka kaikki poikkesivat tekoavoiltaan ja lähtökohdiltaan toisista. Kaikkien juontojen tarkoitus oli kuitenkin viihdyttää kuulijaa. Soitin nämä neljä pätkää kolmelle ryhmälle Kemin lyseon lukiossa ja Kemi-Tornion ammattikorkeakoulussa. Heidän piti arvostella kuulemansa juonnot ja kertoa, millainen se heidän mielestään oli. Tämän avulla löysin tiettyjä toistuvia elementtejä juonnoista, jotka olivat heidän mielestään eniten viihdyttäviä ja hauskoja.

Halusin myös selvittää 15 - 29-vuotiaiden kuulijoiden radiokäyttäytymistä. Koska itse olen aina valinnut kanavan jota kuuntelen pelkästään juontajien perusteella, niin halusin selvittää, kuinka monelle kuulijalle musiikki on puhetta tärkeämpi elementti radiossa. Halusin myös tietää millaisissa tilanteissa kuulija vaihtaa kanavaa. Tämän selvitin myös tekemäni kyselyn avulla.

Opinnäytetyöni koostuu neljästä pääluvusta, joiden kautta etenen kohti viihdyttävän radiojuonnon löytämistä. Ensimmäisessä osassa kerron hieman radion historiasta ja siitä, millainen paikka sillä mediassa on muiden joukkoviestimien joukossa. Toisessa osassa paneudun juontajan rooliin ja juontajan persoonallisuuteen. Kolmannessa osassa kerron, millä tavalla radiojuontoja voidaan tehdä, mistä ideat niihin tulevat ja millä tavalla ja konsteilla niitä On-Airissa esitetään ja kerrotaan. Viimeisessä luvussa selvitän viimein viihdyttävän juonnon salaisuuden. Mitkä tärkeät elementit on hyvä muistaa tehdessään viihdyttävää juontoa. Luvussa kerron myös 15 - 29-vuotiaiden kuulijoiden

radiokäyttäytymisestä. Mikä saa heidät valitsemaan kanavan, jota he kuuntelevat ja milloin he vaihtavat kanavaa?

Uskon, että opinnäytetyöni antaa hyvää osviittaa siihen millaista radiojuontojen tekeminen on ja millaiset juonnot herättävät tunteita ja viihdyttävät kuulijaa. Opinnäytetyöni avulla pystyn varmasti parantamaan omaa työskentelyäni jatkossa radiossa.

2 RADION PAIKKA MEDIASSA

2.1 Radion ero muihin joukkoviestimiin

Journalistista tietoa välittävät televisio, internet, lehdet, elokuvat ja radio. Samaan aikaan kun radiota uudemmat viestimet valtaavat markkinoita ja ovat koko ajan merkittävämpi tekijä ihmisten ajankäytössä, menestyy radiokin jo sata vuotta vanhana mediana edelleen. (Kujala, Lahti & Tamminen 1998, 7.) Radio tavoittaa päivittäin yli 3,7 miljoonaa suomalaista, jotka kuuntelevat radiota päivittäin noin kolme tuntia. (Finpanel.fi, hakupäivä 23.10.2012) Radion jatkuva suosio yhtenä suosituimmista joukkoviestimistä johtuu varmastikin sen helppokäyttöisyydestä. Radio poikkeaa edukseen erityisesti siksi, että se on helposti liikuteltava media. Se on helppo kuljettaa mukana ja sitä seurattessa on helppo tehdä mitä tahansa muutakin. (Kujala ym. 1998, 7.)

Radio on aina ollut individualisempi ja enemmän henkilöltä henkilölle väline kuin mikään muu joukkotiedostusväline. Uuden radion keskeinen ideologia on individualismi. (Äänipää.fi, 2012) Juontaja puhuu radiossa suoraan kuulijalle, ja se tekee radionkuuntelusta todella henkilökohtaista. Myös sillä on suuri vaikutus radion suosioon, että radio-ohjelmia on mahdollista tehdä melkein missä vain ja sen käyttäminen ei maksa käytännössä mitään. Ainoana ehtona on, että käyttäjällä on radiovastaanotin. Nykypäivän älypuhelimet ovat helpottaneet entisestään radion kuuntelua, koska radio kulkee puhelimen avulla ihmisen mukana joka paikassa.

Radion tuotannon ja jakelun digitalisoituminen on mahdollistanut radion monimediallistumisen viestintävälineenä osaksi sähköisen viestinnän integraatiota. 2000-luvun radio sisältää runsaasti oheispalveluja: äänen lisäksi informaatiota tuotetaan tekstinä, kuvana ja liikkuvana kuvana. (Kujala ym. 1998, 7.) Nykypäivän radiolähetysissä otetaan esille myös sosiaalinen media hyvin vahvasti. Se johtuu yksinkertaisesti siitä, että suurin osa kuuntelijoista käyttää sosiaalisia medioita päivittäin. Kaikki sosiaalisen median käyttöliittymät, kuten Facebook, Twitter, blogit tai chatit liittyvät jotenkin nykypäivän radioon.

Suurin valttikortti radiolla verrattuna muihin joukkoviestintävälineisiin on kuitenkin kuunteluelämyksellisyys. Radio mahdollistaa kuuntelijalle oman mielikuvituksen käyttämisen, jonka avulla kuuntelijalle syntyy kuulemastaan asiasta henkilökohtainen elämys. Yleensä radion kuuntelijoita on kahdenlaisia: passiivisia kuuntelijoita ja aktiivisia kuuntelijoita. Passiivinen kuuntelija puuhaa mielellään kaikenlaista muuta radiota kuunnellessaan ja pitää radiota mukavana seuralaisena muiden toimien taustalla. Aktiivinen kuuntelija sen sijaan keskittyy tarjontaan etsien sieltä henkilökohtaisia elämyksiä. Meissä kaikissa kuitenkin elää sekä passiivinen että aktiivinen kuuntelija, koska kuuntelutilanteemme vaihtuvat. (Kujala ym. 1998, 7.) Mutta suurin osa kuulijoista ovat passiivisia kuuntelijoita.

Mediana radio on voimakas ja muuntumiskykyinen. Sanomalehti ei aikanaan tappanut kirjaa eikä radio tappanut sanomalehteä. Televisiokaan ei tappanut radiota vaan radio löysi itselleen uuden, voimakkaan roolin. Perusmediat elävät ja kukoistavat, mutta ne ovat joutuneet muuttumaan, sopeutumaan toisiinsa ja kehittämään omia vahvuuksiaan. Miten ääniradio tulee pärjäämään joka puolella sen ympärillä kehittyvien internet- ja mobiilipalveluiden ristitulessa, selvinnee pikapuolin. (Kemppainen 2011, 293.)

2.2 Radion ohjelmatyypit

Tällä hetkellä Suomessa toimii kymmeniä kaupallisia kanavia. Näiden kaupallisten kanavien lisäksi Yleisradion tarjoamia kanavia on kymmeniä ja samoin löytyy myös kymmeniä koulujen ylläpitämiä radiokanavia. Tällä hetkellä Suomessa on mahdollista kuunnella siis lähemmäs sataa radiokanavaa. Kanavien tarjonta on tietenkin yksilöllistä, mutta jokaiselta kanavalta löytyy niin musiikkiohjelmia, makasiiniohjelmia kuin keskusteluohjelmiakin. Maamme radiotarjonnasta löytyy varmasti jokaiselle kuulijalle jotain.

Radioiden tarjonta ei ole ainoastaan summittain valittuja ohjelmia tai osasia sieltä täältä. Se on tarkkaan valittu sekoitus ohjelmia tietyille kohdeyleisölle, pitäen sen mielessä, että

kuulijoilla on tietynlainen tarve saada kuulla informaatiota ja viihdettä, sellaisessa suhteessa, että he eivät vaihda kanavaa. Tämän saavuttamiseen radiokanavat yrittävät sovittaa ohjelman tahdin, tyylin ja käsiteltävät asiat kuulijoiden päivittäiseen rytmiin. (Flemming 2002, 45.) Radion ohjelmatyyppejä löytyy monia. On musiikkiohjelmaa, haastatteluohjelmaa, keskusteluohjelmaa, puhelinkontaktiohjelmaa ja niin sanottuja makasiiniohjelmaa. Lähetysvirtaradion yksi peruspilareista on juurikin makasiiniohjelmat. Myöhemmin tässä opinnäytetyössä esittelemäni Yleisradion YleX Jatkot -ohjelma on juurikin edellä esittelemäni makasiiniohjelma.

Millainen perinteinen makasiiniohjelma sitten oikein on? Makasiiniohjelmaa kuvaa, ehkä parhaiten se, että se on radion sillisalaattia. Makasiini voi koostua kaikista mahdollisista radion äänellisistä elementeistä, kuten tehosteista, musiikista, raporteista, dokumenteista, juonnoista, haastatteluista ja kuunnelmista. Olennaista ohjelmatyypille on näiden elementtien lyhytmuotoisuus. (Kujala ym. 1998, 43.) Edellä mainittuja elementtejä rytmitetään musiikilla, jonka vuoksi varsinaiset juonto-osuudet ovat yleensä melko lyhyitä ja pintaraapaisuja puheenaiheista. Lähetysvirtafilosofiassa tämän uskotaan pitävän radion kuuntelijan kanavalla varmemmin. (Kujala ym. 1998, 44.)

Makasiiniohjelma on ehkä tutumpi käsite television puolelta, mutta monesti on todettu, että makasiiniohjelman kaltainen ohjelmamalli toimii huomattavasti paremmin radiossa. Se on helpompi saada toimimaan äänellisessä ympäristössä ja sillä on pitkät perinteet radion tuotantokulttuurissa. (Kujala ym. 1998, 42.) Vaikka makasiiniohjelmat ovatkin täynnä juontoja, kilpailuja ja haastatteluja, on erittäin tärkeää, että ohjelma on suunniteltu huolellisesti toimivaksi kokonaisuudeksi. Ilman persoonallisia juontajia ja ohjelman huolellisesti valmisteltua rakennetta kaikki radiokanavat kuulostaisivat täysin samoilta. Klassista musiikkia soittavat kanavat kuulostaisivat täysin samalta riippumatta siitä, olisiko kyseessä paikallinen tai maanlaajuinen kanava. Lähetyspäivät olisivat alusta loppuun täysin samanlaisia. Klassista musiikkia aamulla, klassista musiikkia päivällä ja klassista musiikkia illalla; ainoana erona olisi se, että kellonaika muuttuisi. (Shingler & Wieringa 1998, 30.) Niin kuin kaikkien muidenkin ohjelmatyypien ohjelmia myös makasiiniohjelmaa vie eteenpäin juontaja tai juontajat. Heillä on tärkeä rooli siinä, pysyykö kuuntelija kanavalla vai lähteekö hän kanavalta pois etsimään

mielekkäämpää kuunneltavaa. Juontajan roolista ja tärkeydestä kerron myöhemmin opinnäytetyössäni.

3 RADIO-OHJELMAN JUONTAJA

3.1 Juontajan tehtävät

Radio-ohjelmia vie eteenpäin yleensä juontaja, ellei kyseessä ole esimerkiksi pelkästään sketsipitoinen ohjelma, jolloin juontajia ei normaalisti ohjelmassa ole. Juontajan tarkoituksena on kuljettaa radio-ohjelmaa eteenpäin sen alusta loppuun saakka. Juontajan vastuulla on kokonaisuuden sujuminen ja viihdytys. (Saksala 2012, 12.) Radiojuontaja nitoo yhteen omilla juonnoillaan kaikki radio-ohjelman osaset, kuten musiikin, mainokset, kanavatunnukset, ohjelmaosioiden tunnukset, uutiset. Hän kuljettaa puheillaan kuulijaa tilanteesta, tapahtumasta tai asiasta toiseen. Juontaja on suoranylähetyksen keskeisin henkilö. Hänen varassaan muotoutuu radioaseman ilme. (Kujala ym. 1998, 87.) Kuitenkin juontajan työn tärkein tavoite ja tehtävä on saada kuuntelija pysymään kanavalla mahdollisimman pitkään. Tämän vuoksi juontajan pitää tuntea hyvin kanavan kohdeyleisö ja tarjota heille sopivaa juontomateriaalia.

Alun perin juontaminen on tarkoittanut ohjaamista, opastamista, jonon etenemistä tai tukkien vetämistä metsästä ajotien varteen. Karjalan kielessä juontoa-verbi on tarkoittanut 'kuljettaa', 'vetää perässään', koota yhteen paikkaan', 'tuoda', 'koota jatkuvasti'. Suomen kirjakielessä "juontaa" mainittiin ensi kertaa Juhana Ahlholmin laatimassa historian oppikirjassa merkityksessä 'johtua'. Verbi sai Hannes Tepon esityksestä vuonna 1951 uuden merkityksen, kun sitä alettiin käyttää tarkoittamassa radio-ohjelmien ja muiden esityksen vetämistä. (Saksala 2012, 12.) Radiossa juontaja puhuu suoraan kuuntelijalle ja on ikään kuin kuuntelijan paras ystävä. On tärkeää muistaa, että radiojuontajan ja kuuntelijan suhteen pitää olla tasavertainen. Tämä tarkoittaa sitä, että juontajan on oltava kuuntelijan kanssa samalla tasolla. Juontaja ei voi kuvitella asettuvansa kuulijan yläpuolelle "norsunluutorniin", josta jakelisi tavalliselle kuulijalle neuvoja tai tietoa. Parhaimmillaan ja pahimmillaan juontajan ja kuuntelijan välille kehittyy parasosiaalinen suhde. Vastaanottajasta alkaa tuntua, että hän tuntee juontajan – tuntee hänen käyttäytymispiirteitään, persoonallisuuttaan ja erilaisia yksityiskohtia hänen elämästään. Vastaanottajasta parasosiaalinen suhde tuottaa

mielihyvää, koska mediaesiintyjä saattaa vaikuttaa ihanneystävältä: hän on miellyttävä, luotettava ja ennustettava. (Kujala ym. 1998, 84.)

Radio- ja tv-juontajan ammatit ovat olleet jo pitkään yksi suosituimmista ja halutuimmista ammanteista, joihin nuoret haluavat tulevaisuudessa työskentelemään. Monet eivät kuitenkaan arvaa, kuinka rankasta ja vaikeasta työstä on kyse. Monet luulevat, että esimerkiksi radiojuontaja saapuu työpaikalle hiukan ennen lähetyksen alkamista, menee studioon, pistää luurit päähän ja alkaa puhua. Tämä on kuitenkin harhaluulo. Juontaminen vaatii tekijältään paljon niin henkisiä kuin fyysisiäkin voimavaroja. Se vaatii muun muassa itsensä alttiiksi panemista, itseensä kohdistuvan arvostelun kestämistä, ihmissuhde- ja kommunikaatiotaitoja, nopeaa reagointikykyä ja paineensietoa. (Kaivola & Paukkunen 2009, 11.)

Omat kokemukseni juontamisesta olen saanut koulumme radiotyökursseilla, työharjoittelusta kesällä 2011 YleX-kanavalla ja tammikuussa 2012 YleX:llä alkaneen työsuhteen myötä. Juontajaurani alkutaipaleella puhuin, puhuin ja puhuin vailla minkäänlaista päämäärää. Tavoitteena oli ainoastaan se, että suustani tuli mahdollisimman paljon sanoja, eikä niin sanottuja kuoppia ja hiljaisia hetkiä olisit tullut puhevirtaan. Eniten olen kuitenkin kehittynyt juontajana, kun olen kuunnellut muita juontajia työssään. Mitä enemmän juonsin suoria lähetyksiä ja mitä enemmän olen kuunnellut alan ammattilaisia lähetyksissään, sitä parempi minusta on tullut. Kun ”yrittäminen” loppuu, löytyy myös oma luontainen tapa toimia radiossa. Tästä voikin kasvu radiopersonaksi alkaa. (Kujala ym. 1998, 82.)

3.2 Juontajan persoonallisuus

Jokaisella radiojuontajalla on omanlaisensa persoonallisuus. Kaikki ovat juontajina erilaisia ja kaikilla on tietenkin omat hyvät ja huonot puolensa. Radiopersonallisuudella kuvataan toimittajan valmiutta ja kykyjä radiotyöskentelyyn. ”Kukaan ei ole seppä syntyessään”, sanoo suomalainen sananlasku. Sananlasku osuu hyvin myös tähän. Usein radiotyöläiseksi saapuva löytää oman radiopersonallisuuden

matkimisen ja kopioinnin kautta. (Kujala ym. ,82.) Jokainen juontaja kuitenkin joutuu hieman tutkimaan itseään löytääkseen vahvuutensa ja huomatakseen omat huonot puolensa radiojuontajana. Itsensä hyväksyminen vaatii paljon työtä omien vahvuuksien ja heikkouksien parissa. Minätietoisuus ja minän hyväksyminen ovat vahvasti persoonaan liittyviä asioita ja niiden työstäminen on itsestä kiinni. Ulkopuolinen voi korkeintaan hienovaraisesti ohjata tai toimia ikään kuin peilinä. (Kaivola & Paukkunen 2009, 28.) YleX Aamu -ohjelman juontaja Ilkka ”Ile” Uusivuori kertoo omassa opetusmateriaalissaan (2012), että ”radiopersoona perustuu tosiasioihin. Persoona tulee enemmän esiin näkökulmastasi, reagoimisestasi tai mokaamisestasi, kuin siitä, että puhut itsestäsi”.

Radiopersoonan vahvuuksia ja ominaisuuksia voidaan kuvata kahdeksan kohdan listan avulla. Radiopersoona ei välttämättä tarvitse olla vahva kaikilla osa-alueilla, mutta hänellä on oltava halu oppia jatkuvasti uutta sekä kehittyä tekemisessään. (Kujala ym. 1998, 82.) Nämä kahdeksan kohtaa ovat karisma, verbaalinen ja non-verbaalinen viestintä, tilanteiden hallinta, vahva yleistieto ja jonkin alan erikoistuntemus, haastattelutaidot, rohkeus lähetyksissä, dramaturgian taju ja elämäkokemus. Nostaisin näistä tärkeimmiksi kohdiksi karisman, elämäkokemuksen, dramaturgian tajun ja rohkeuden.

Karisma on ominaisuus, joka ihmisessä on oltava olemassa luonnollisesti. Karismaattiseksi henkilöksi ei voi opiskella. Kun karismaattinen henkilö astuu sisään huoneeseen, kaikki tuntevat hänen läsnäolonsa, vaikka hän ei sanoisi sanaakaan. Sosiologi Max Weber määrittelee karismaattisuuden ominaisuudeksi, jonka ansiosta ihminen erottuu joukosta. Karismaattisella ihmisellä on erityisiä voimia tai kykyjä, joiden vuoksi muut ihmiset kokevat hänet luontaisena johtajana. (Saksala 2012, 45.) Karismaattisesta ihmisestä hehkuu itsevarmuus, joka on mielestäni äärimäisen tärkeä osa omaa radiopersoonallisuutta.

Ilman tietynlaista elämäkokemusta radiojuontajan persoonallisuus on melko hataralla pohjalla. Tietokirjoista voi lukea faktat vaikka kaikista maailman asioista, mutta jos juontajalla on kerrottavana omia henkilökohtaisia kokemuksia vaikkapa kotiviinin

teosta, on se paljon arvokkaampaa tietoa kuin esimerkiksi juontajan internetistä löytämä kotiviinin resepti. Elämäkokemuksella ei kuitenkaan tarkoiteta radiopersonan ikää, vaan enemmänkin elämänsäntettä. (Kujala ym. 1998, 83.) Nuorellakin henkilöllä voi olla elämäkokemusta todella paljon, kunhan hän on vain osannut tarkkailla ympärillään tapahtuvia asioita eli pitänyt niin sanotusti silmät ja korvat auki, ja osaa lisäksi esitellä havaintonsa mielenkiintoisesti kuulijalle. Vaikkapa ruokakaupassa käymisestä voi saada erittäin paljon materiaalia radiojuontoihin, jos osaa hyödyntää kokemuksensa oikein. Voidaan esimerkiksi pohtia, ottaako hyllystä mukaansa kinkkupaketin, joka on rivissä ensimmäisenä, ja jos ei ota, niin miksi valitsee muun vaihtoehdon? Pistääkö ostoskoriinsa keksipaketin, jonka löytää hedelmien luota vai meneekö keksihyllylle ja ottaa samaisen paketin sieltä, mutta vain sen vuoksi, että paketti oli sille kuuluvalla paikalla. Tekemällä pieniä huomioita jatkuvasti, karttuu elämäkokemus enemmän kuin huomaatkaan.

Dramaturgian taju on hyvin tärkeä osa juontamista. Juontaja, jolla on hyvä ja mielenkiintoinen radiopersonallisuus, pystyy pitämään kuuntelijan mielenkiinnon koko ajan hereillä. Jos juontaja saa kuuntelijan pohtimaan juonnon jälkeen vaikkapa mitä seuraavaksi tapahtuu, missä tällainen paikka on tai mitä itse tekisi samassa tilanteessa, on hän onnistunut kertomaan tarinansa hyvin. Myös oikeanlaisen jännitteen rakentaminen juontoon on tärkeää. Juontajalle on erityisen tärkeää ymmärtää hyvän dramaturgian merkitys juonnossa. Hänen on pystyttävä kertomaan asiansa siten, että se noudattaa mahdollisimman paljon Aristoteleen runousoppia. Tällöin juonnossa on alku, keskikohta ja loppu. Alussa toimittaja voi sanoin kuvailla missä ollaan ja mitä on luvassa. Aloitusta voi olla maalailtava tai tiivis tilanneselvitys. (Saksala 2012, 224.) Loppua kohti mennessä on tärkeää, että juttu ei lässähdä kesken kaiken. Dramaturgisesti onnistuneen juonnon loppu kruunaa koko draaman kaaren, ja juontaja pystyy pitämään juonnon punaisen langan käsissään loppuun asti.

Omasta mielestäni rohkeus on kuitenkin yksi tärkeimmistä piirteistä, joka hyvällä radiopersonalla on oltava. Juontajalla pitää olla rohkeutta kokeilla kaikkea uutta ja sanoa asiat niin kuin ne omasta mielestä ovat. Tämä kaikki pitää kuitenkin tehdä hyvän maun rajoissa ja ilman, että asiasta syntyy mitään sen suurempia selkkauksia. Erityisen

rohkeat ja yltiöpäiset radiopersonallisuudet ovat aika ajoin koetelleet viestinnän säännöksiä ja yleistä mielipidettä. Tällaiset tilanteet ovat yleensä johtaneet näiden radiotyöläisten hyllyttämiseen ja työsuhteen purkuun. Lisäksi tapahtumat ovat paisuneet julkisuudessa todellisuutta suuremmiksi. Radioalan kannalta nämä tilanteet ovat olleet kuitenkin tarpeellisia. (Kujala ym. 1998, 83.) Vaikkakin tällaisiakin edellä mainittuja tilanteita on historian saatteessa ollut, omasta mielestäni anteeksipyytelevä asenne kuulostaa radiossa todella huonolta. Mielestäni persoonallisessa juontajassa on sitä niin sanottua ”munaa”.

Omat ensimmäiset henkilökohtaiset kokemukseni radiojuontamisesta sain koulumme ensimmäisellä radiokurssilla. Ennen ensimmäistä juontoani muistan miettineeni, millainen minun radiopersonani tulee olemaan. Silloin kuuntelin aktiivisesti YleX Iltapäivä -ohjelmaa, jossa juontajina toimivat Olli Junes ja Tuomas Rajala. Koska pidin erittäin paljon kuulemastani, päätin, että oma radiopersonani tulee olemaan samankaltainen: erittäin hauska ja rento.

Mennessäni työharjoitteluun YleX:lle, pääsin joitakin kertoja lähetyksissä ääneen. Jokaisella kerralla yritin olla mahdollisimman hauska. Ajan myötä huomasin, että ylyrittäminen on täysin turhaa, varsinkin kun ollaan vasta etsimässä omaa radiopersonallisuutta. Kun mieleton yrittäminen loppuu, löytyy myös oma luontainen tapa toimia radiossa. Tästä voikin kasvu radiopersonaksi alkaa. (Kujala ym. 1998, 82.) Kun ymmärsin, että ylyrittäminen ei johda mihinkään, aloin nostaa minussa jo olemassa olevia piirteitä esille. Ensimmäisenä mieleeni tullut asia oli se, että olen kotoisin pohjoisesta, ja puhun luonnollisissa tilanteissa omalla pohjoisen murteellani. Murteeni ei ole niin räväkkä, että se häiritsisi kuuntelijoita, mutta murre sanat siellä täällä tuovat todella paljon kontrastia ja väriä puheeseeni. Murteellinen puhuminen herättää toki muitakin mielipiteitä: esimerkiksi juontaessani YleX:n Oma Lista -ohjelmaa silloinen ohjelman tuottaja korosti sitä, että puheen pitää olla yleissuomea ja murre sanat pitää karsia minimiin. Huomasin kuitenkin, että kuuntelijat reagoivat erittäin positiivisesti siihen, että puheessani on jotain erilaista, joten päätin puhua niin kuin oikeasti puhun. Tuon hyvin usein esille tänäkin päivänä sen, että tulen pohjoisesta, ja se näkyy puhetyylini lisäksi myös puheenaiheissa. Toinen erittäin suuri tekijä

radiopersonallisuuteni löytymisessä on oma itsevarmuuteni. Huomasin, että ilman itsevarmuutta työstä ei tule mitään. Kuuntelija kyllä huomaa, jos en seiso sanojeni takana. Minun täytyy juontajana kuulostaa vakuuttavalta, puhun sitten mistä tahansa asiasta, kuten pullien leipomisesta tai teoreettisesta fysiikasta. Jos väitän osaavani leipoa pullia, sen tulee myös kuulostaa siltä, että oikeasti osaan tehdä pullaa, vaikka oikeasti minulla ei olisi asiasta mitään kokemusta. Kolmantena ja viimeisenä tekijänä oman radiopersonallisuuteni löytämisessä on hauskuus. Halusin olla mahdollisimman viihdyttävä ja hauska persoona. Väkisin väännetty hauskuus paistaa läpi heti, joten päätin olla omalla tavallani hauska, eli suoraan sanottuna olemalla oma itseni. Tällainen hauskuus omasta mielestäni kumpuaa suoraan omasta elämäkokemuksesta, ystävistä ja perheestä.

3.3 Parijuontaminen

Parijuontaminen on Suomessa melko uusi trendi. Se rantautui maamme radioaalloille kunnolla vasta 90-luvun lopussa, kun esimerkiksi Kiss FM-kanavalla parina juonsivat Henkka Hyppönen ja Jenni Pääskysaari ja YleX:llä kulttikaksikko Juuso ja Peltsi. Mallia otettiin Atlantin takaa Yhdysvalloista, jossa parijuontamisella on paljon pidemmät perinteet. Tämän vuoksi alan kotimaista kirjallisuutta kyseisestä aiheesta on erittäin vaikea löytää. Radiotyöskentelemiseen ja radiojuontamiseen liittyvät kirjat ovat hyvin usein teoksia, joissa käsitellään pitkälti ainoastaan radioasemien toimintaa. Teoksista kyllä löytyy hieman faktaa liittyen juontamiseen ja parijuontamiseen, mutta yleensä se on vain pieni pintaraapaisu aiheesta.

Nykyään todella monissa radio-ohjelmissa on kaksi juontajaa ja heidän lisäksi tiimissä voi olla myös kolmas juontaja, jonka rooli on toimia taustatoimittajana tai ”sidekick”-juontaja. Parijuontaminen eroaa hyvin paljon yksin juontamisesta, sillä studiossa on kaksi henkilöä, joiden tulee tulla toistensa kanssa toimeen ja heidän tulee myös osata reagoida oikealla hetkellä toistensa sanomisiin. Tämä on erittäin hankalaa ja vaatii oman aikansa, jotta juontajat niin sanotusti löytävät toisensa. Parijuontamisen edellytyksenä on myös se, että parin on pidettävä toisistaan. Juontajien keskinäinen

katsekontakti paljastaa kaikki antipatiat ja kilpailun elkeet. Juontajaparin ei tarvitse tulla keskenään parhaiksi kavereiksi, mutta työn on perustuttava luottamukseen, molempien on oltava jatkuvasti läsnä ja valppaana sekä pelattava samaan maaliin. (Saksala 2012, 158.) Parijuontaminen voi turhan helposti kääntyä sisäänpäin lämpiäväksi, jolloin kuuntelija jää helposti juonnon ulkopuolelle. Tämän vuoksi parijuontamisessa tulee aina muistaa, että samalla kun puhutaan juontoparille, puhutaan myös kuuntelijalle. Parijuontamisessa myös molempien juontajien roolit on hyvä selvittää heti alkuvaiheessa. Onko toinen juontajista selvästi vähempiarvoisen sidekickin asemassa ja toinen juontaja pääjuontaja? Ovatko molemmat täysin samanarvoisia? Monesti kuitenkin parijuontamisessa suuremman roolin ottaa ennalta sovittu lähetyksen ajaja, jonka on tiedettävä koko ajan, mitä lähetyksessä tapahtuu seuraavaksi.

Omat kokemukseni parijuontamisesta olen saanut työskennellessäni YleX-kanavalla YleX Jatkot -ohjelmassa. Mielestäni parijuontaminen toimii parhaiten silloin, kun molemmat juontajat ovat alusta alkaen samalla viivalla eli molemmat ovat ohjelman pääjuontajia. Tällöin minkäänlaista kaksintaistelua eikä kilpailutilannetta pääjuontajan roolista ei synny. Erittäin tärkeää parijuontamisessa omien kokemuksieni perusteella on se, että molemmilla juontajilla on sama päämäärä: molempien on tiedettävä, mihin jokainen juonto tähtää, eli millainen juonnon punchline tulee olemaan. Tällöin kumpikaan juontajista ei lähde viemään juontoa sivuraiteille, vaan pyrkii jatkuvasti kohti tiettyä päämäärää. Mielestäni on myös hyvin tärkeää, että juontajapari löytää yhteisen *flown*, ja että juontajat osaavat reagoida toistensa puheisiin juuri oikealla hetkellä. Flow-termin kehittäneen psykologi Mihaly Csikszentmihalyin mukaan flow on syvä keskittyneisyyden tila, jossa psyykinen energia kohdentuu tarkasti siihen, mitä ollaan tekemässä. Optimaalinen flow-kokemus syntyy, kun ihmisen taidot vastaavat käsillä olevaa haastetta sopivasti ja hän on siitä innoissaan. (Saksala 2012, 243.)

4 RADIOJUONTO

4.1 Erilaiset juonnot

Koska radio-ohjelmia on monenlaisia, on myös erittäin paljon erilaisia radiojuontoja. Erityyppisillä radiojuonnoilla voi olla hyvinkin erilainen tarkoitus. Juonnon tarkoitus voi olla vaikkapa informatiivinen, viihdyttävä tai infoa keräävä. Joka tapauksessa kaikkien juontojen päämäärä on se, että kuuntelija pysyy kanavalla vielä juonnon jälkeenkin, eikä lähde etsimään uutta kanavaa ja mielenkiintoisempaa kuunneltavaa.

Asiaohjelmien, kuten esimerkiksi YleX Etusivu –ohjelman, juontojen suurin päämäärä on aiheuttaa keskustelua ja kertoa faktoja asioista, jotka ovat sillä hetkellä pinnalla. Musiikkiohjelmien, kuten YleX:n Uuden Musiikin Iltavuoron, juontojen tarkoituksena on esitellä uutta ja tuoretta musiikkia sekä kertoa faktoja tuntemattomista ja uusista yhtyeistä. Yle Puheen Jääkiekkokierroksen juonnot ovat pääasiassa taas otteluselostuksia, joissa kerrotaan mitä lätkäkaukaloissa ympäri Suomea tapahtuu. Ohjelmatyypistä riippumatta kaikkien näidenkin ohjelmien aikana tapahtuvien juontojen tarkoituksena on se, että kuuntelija viihtyy kanavalla ja jatkaa sen kuuntelemista. Tässä opinnäytetyössä keskityn kuitenkin lähinnä niin sanotun huumoripitoisen radio-ohjelman juontojen suunnitteluun, esittämiseen ja onnistumiseen. Juontoihin, jotka saavat kuuntelijan repeämään naurusta.

Juontojen tekemistä huumoriohjelmaan ei ole juuri käsitelty muutamia sivuja enempää kotimaisia oppikirjoissa tai muissa teoksissa. Tässä opinnäytetyössäni kertomani asiat pohjautuvat lähes ainoastaan omiin ja muiden YleX-kanavan juontajien kokemuksiin. Oikeastaan en edes usko, että viihdyttävän ja hauskan juonnon tekemiseen on ainoastaan ja vain yksi tietty kaava, jota pitäisi noudattaa. Mielestäni juonnon hauskuus ja viihdyttävyys on monien asioiden summa. Juontajien persoonallisuus, heidän reagoitinsa toisiinsa ja käsiteltävään aiheeseen, aiheen kiinnostavuus, näkökulma, juonnon dramaturginen toteutus ja lopetus eli niin sanottu punchline ovat kaikki merkittäviä seikkoja viihdyttävän juonnon onnistumisessa. Eräs tärkeä fakta on myös se, että kaikkia radiokuuntelijoita ei yksinkertaisesti voi miellyttää, sillä toiset pitävät

toisesta ja joku jostain ihan muusta. Tässä opinnäytetyössäni pyrin kuitenkin etsimään ne juonnon elementit, jotka mahdollistavat viihdyttävän ja hauskan radiojuonnon. Ne elementit, jotka saavat ihmiset läikyttämään kahvia näppäimistöilleen, nauramaan ja hyvälle tuulelle.

4.2 Juonnon suunnittelu

Hauskan ja viihdyttävän juonnon suunnittelun voi aloittaa vaikkapa juuri tältä istumalta. Käsiteltäviä aiheita on joka puolella, kunhan vain osaa hyödyntää ympärillä olevia mahdollisuuksia. Tälläkin hetkellä joka puolella tapahtuu varmasti paljon erilaisia asioita: ikkunan takana kävelee ihmisiä kadulla, Facebookisi seinälle ilmestyy kaverisi mielenkiintoinen tilapäivitys, kännykkäsi soi ja siellä on lehtimyyjä, joka melkein pakottaa sinut ostamaan Tekniikan Maailma -lehden. Hauskan ja viihdyttävän radiojuonnon palaset ovat silmiesi alla: ne pitää vaan laittaa oikeaan järjestykseen ja mikä tärkeintä, etsiä aiheeseen näkökulma. On hyvä myös muistaa peruskomiikan alkuasetelmia eli niin sanotuista perusasenteista pääsee helposti hauskoihin tilanteisiin. Jos jokin asia pelottaa, on mielestäsi omituista, on erityisen vaikeaa tai tyhmää, johdattaa juonnon siihen suuntaan, että se on kiinnostava ja hauska.

YleX Aamun Ilkka ”Ile” Uusivuori (2012) kertoo omassa oppimateriaalissaan, että puheenaiheita löytyy joka puolelta. Omat mokat kannattaa kertoa, ja kavereiden tarinat on hyvä painaa mieleen. Omat havainnot, lehdet ja yksinkertaiset paikat ja aiheet ovat kaikki asioita, joista voi löytää hyvän puheenaiheen.

Juonnon aihetta kehitellessä tulee kuitenkin muistaa, että maailmassa on tehty radio-ohjelmia ja viihdettä jo aika kauan aikaa, joten monet aiheista voivat olla niin sanottuja ”hack-aiheita”. Hack tarkoittaa asiaa, joka on kuultu jo miljoona kertaa ja on aivan liian ennalta arvattava. Esimerkkinä toimii vaikkapa kysymys ”Miten naisilla voi kestää niin kauan laittautumiseen?”. Tätä kysymystä on varmasti suomalaisissakin radio-ohjelmissa puitu tuhannet kerrat, joten se on tyypillinen hack-aihe. Hack-aiheiden pyörittely ja

niistä puhuminen ei missään nimessä ole kuitenkaan kiellettyä, sillä jos kulutettuun aiheeseen löytää jonkin uuden näkökulman, voi siitä tulla todella hyvä ja hauska juonto.

Kun juonnon aihe on valittu, täytyy siihen löytää oikea näkökulma. Näkökulma määrää hyvin pitkälti sen, mihin suuntaan juontoa lähdetään viemään ja millainen siitä tulee. Esimerkkinä voisi toimia juonto, jonka aiheena on Kansallinen etätyöpäivä. Perinteinen näkökulma tähän aiheeseen olisi varmastikin se, että keskustelua käytäisiin siitä, kuinka hienoa olisi tehdä töitä kotoa käsin ja saisi pidennetyn viikonlopun melkein ilmaiseksi. Juontoon voidaan kuitenkin hakea täysin toisenlainen näkökulma, jossa mietitään vaikkapa sitä, ketkä joutuisivat tekemään hieman ponnisteluja etätyöpäivän toteuttamiseksi. Esimerkkihahmoksi otetaan suurtalouskokki, joka joutuisi omassa yksiossaan olevassa keittokomerossa kokkaamaan lihakeittoa 300 peruskoululaiselle. Näkökulman löytäminen ja vaihtaminen pois tyypillisestä kontekstista on siis erittäin tärkeää juonnon suunnitteluvaiheessa.

Ilkka Uusivuori (2012) mainitsee omassa opetusmateriaalissaan, että usein valmiiksi hauska aiheesta on paljon vaikeampi tehdä juontoa kun tavallisesta, jonka voi kääntää hauskaksi.

Radiojuonnon kokoamiseen on tietenkin olemassa myös joitakin perustyökaluja. Yksi ehkä yleisimmistä tavoista on ”vertailu-vastakohta -asettelu”. Tämä perustuu jokapäiväiseen ajattelutapaamme ja on siksi varsin tehokas juonnontekomuoto. Vertailemme asioita ja asetamme niitä mielellään vastakohtiksi: rikas – köyhä, meillä – muualla, kommunisti – porvari, edut – haitat. Toinen hyvin perinteinen tapa on ”tutusta-outoon -asettelma”. Kun aihe on vaikea ja sisältö outo, on hyvä aloittaa pehmeästi ja lähteä siitä, mikä on tuttua kuuntelijalle. Juontaja voi johdatella kuuntelijan vähitellen uusiin yksityiskohtiin ja kokonaisuuksiin. Kuuntelija pysyy mukana sekä kykenee vastaanottamaan uutta, ehkä vaikeaa tietoa. Myös toistettavuus lisää kuuntelijan ymmärrystä. (Kujala ym. 1998, 89.) Viimeisimpänä mainittu ”tutusta-outoon” on hieman samantyylinen kuin niin sanottu yksityisestä yleiseen - ja yleisestä yksityiseen - tyylinen juonnonkehittelykeino. Tämä kyseinen tuottamistapa on erittäin hankalaa, koska tällöin juonnosta tulee usein juontajan persoonaa korostava itsekeskeinen ”minä-

minä”-tyyppinen, jonka tiedetään olevan yksi eniten kuuntelijoita karkottavista tekijöistä.

Kun juonnon aihe on valittu ja näkökulma on löytynyt, on hyvä käydä juonto omassa päässään läpi ja tehdä siitä esimerkiksi ajatuskartta eli mindmap. Jos mindmap ei ole tuttu tapa työskennellä, kannattaa paperille kirjata juonnon pääkohdat ylös vaikkapa ranskalaisilla viivoilla. Paperiin ei kuitenkaan kannata kirjoittaa juontoa sanasta sanaan, sillä silloin luonnollisuus häviää puheesta. Hyvän juonnon suunnittelussa kannattaa jättää tilaa myös pienelle improvisoinnille, sillä se lisää puheen luontevuutta.

4.3 Juonnon esittäminen lähetyksessä

Monet juontajat sanovat, että radiojuontajan pitää ajatella puhuvansa äidillensä, elämänkumppanillensa tai ystävällensä ja ainoastaan heille. Jos juontamiseen on olemassa kultainen sääntö, niin se edellä mainittu. Mutta ei, juontajan täytyy tehdä muutakin. (Trewin 2004, 114.)

Radiolähetystä on hyvä ajatella baaripöytänä, jossa istuu kolme ihmistä: sinä itse eli juontaja, sinun paras ystäväsi ja henkilö, jota et tunne, eli siis tässä tapauksessa kuuntelija. Radiojuonto taas kannattaa ajatella juttuna, joka kerrotaan tässä kyseisessä baaripöydässä. Tällaisen ajattelutavan avulla voi sisällyttää omaan juuntoonsa kaikki tarvittavat elementit. Asiaa kerrotaan yhtäaikaisesti samalla parhaalle ystävällesi, mutta myös täysin tuntemattomalle henkilölle, joka ei välttämättä tiedä asiasta yhtään mitään. Tällöin juontajan pitää kertoa kaikki tarvittavat ja niin sanotusti tärkeimmät faktat, jotta myös asiasta tietämätön henkilö pysyy kärryillä. Esimerkiksi jos juonto koskee NASAA, voi olla että kuulolla on henkilö, joka ei tiedä mikä NASA on. Silloin on hyvä kertoa käsiteltävään aiheeseen liittyvä perustiedot, kuten että NASA on yhdysvaltain Ilmailu- ja avaruushallinto, ja se järjestää kaikki yhdysvaltalaisten tekemät avaruuslennot. Toinen tärkeä elementti baaripöytämielikuvassa on se, että kun pöydässä istuu myös paras ystäväsi, kerrotaan asia mahdollisimman luontevasti, eikä juttu ole väkisin väännetyn kuuloinen.

Juonnon pitää tietenkin kuulostaa mahdollisimman luonnolliselta, jotta kuulija jaksaa ja haluaa kuunnella sen loppuun asti. Ja aluksi on tietenkin vaikea kuvitella, että juontamistilanne oli täysin luonnollinen tapahtuma. Koska kaikki ympärillä tapahtuvat asiat huomauttavat siitä, että se ei ole sitä. Pienessä huoneessa, jossa ei ehkä ole edes ikkunoita, istuminen ja tuhansille ihmisille puhuminen ei ole missään tapauksessa luonnollinen tilanne. Tämä on ensimmäinen ajatus mikä kokemattoman juontajan mieleen tulee. Mutta kun ajattelee sitä hetkeä kun istui ensimmäistä kertaa ratin taakse autoon niin sekään tuskin tuntui heti täysin luonnolliselta tilanteelta. Mutta suurimmalle osasta ihmisistä auton ajaminen tai mikä tahansa muu tilanne, joka sisältää teknologiaa ja siihen tarvitaan niin fyysistä kuin henkistäkin tarkkaavaisuutta tulevat aiemmin tai myöhemmin tuntumaan yhtä luonnolliselta kuin hengittäminen. (Mills 2004, 37.)

Juonnon tärkeimpiä kohtia ovat aloitus ja lopetus. Aloitus saa kuuntelijan kiinnostumaan asiasta, ja lopetus jää parhaiten mieleen. Aloituksen tehtävä on murtaa jää juontajan ja kuulijan väliltä. Heti alussa täytyy tehdä selväksi, että juontajaa ja kyseistä radioasemaa kannattaa kuunnella. (Kujala ym. 1998, 90.) Juontotilanteessa omaan juontoon pitää uskoa, jotta se onnistuu parhaimmalla mahdollisella tavalla. Juonnon aikana tulevat spontaanit repeämiset ja naurukohtaukset kannattaa ja pitääkin antaa tulla ulos. Sillä fakta on se, että luonnollinen nauru tarttuu kehen tahansa. Jos juontaja nauraa luonnollisesti, nauraa melko varmasti myös kuulija. Kun tulee juonnon lopetuksen aika, pitää muistaa se, että juonto loppuu ainoastaan kerran. Kun juonnossa on tullut se viimeinen kliimaksi ja juontaja on sanonut oman punchlinensa, sen jälkeen puhuminen vain ja ainoastaan vesittää koko juonnon.

Radio on sellainen median väline, että se elää koko ajan hetkessä. Tällä tarkoitan sitä, että juonnon on loppuun soitettavan kanavatunnukseen eli SID:n ja seuraavan kappaleen jälkeen juontoa ei kannata sillä hetkellä jäädä miettimään. Sillä juontajan pitää sillä hetkellä jo tietää mitä seuraavaksi tapahtuu. Juontoja kyllä kannattaa myöhemmin kuunnella ja analysoida, sillä se kehittää huomattavasti. Mutta heti juonnon jälkeen sen analysointi ja siitä puhuminen on turhaa, sillä se mikä radiossa on mennyttä on mennyttä.

5 EMPIIRINEN TUTKIMUS: VIIHDYTTÄVÄ RADIOJUONTO

5.1 YleX Jatkot

YleX on yksi Yleisradio Oy:n tarjoamista suomenkielisistä kanavista, joka kuuluu Suomen jokaisessa kolkassa. Kanava tarjoaa nuorille ja nuorekkaille aikuisille viihdyttävää radiosisältöä ja tuoretta musiikkia. Kanavan kohderyhmä on 15–29-vuotiaat miehet ja naiset. YleX:n edeltäjänä toimi vuoteen 2003 asti Radiomafia. Kanavan lähetykset toteutetaan suurimmaksi osaksi lähetysvirtana. Lähetysvirtaperiaatteella toimivassa radiossa erillisiä ohjelmia ei sanan perinteisessä merkityksessä yleensä ole, vaan ohjelmisto muodostuu esimerkiksi makasiinilähetyksessä musiikista ja lyhyehköistä puheosuuksista, jotka muodostavat nopearytmisen vaihtelevan lähetyksjatkumon. Lähetysvirta voi olla myös jatkuvaa musiikkia tai puhetta, jolla on lähetyksessä sama ominaisuus kuin makasiinin puhe/musiikki-jatkumollakin: nopearytmisen uusiutuvuus ja reagointikyky, johon kuuntelijan on helppo tulla mukaan käytännössä missä tahansa lähetystunnin vaiheessa ilman, että hän tuntee tulleensa kanavalla kesken kaiken. (Kujala ym. 1998, 21.)

Tammikuussa 2012 YleX:n iltaohjelmistoon tuli suuri muutos, kun iltaisin radioaalloilla soineet musiikin erikoisohjelmat lopetettiin ja tilalle haluttiin helposti lähestyttävä primetime tyyppinen viihteellinen radioshow, jossa on kaksi juontajaa. Näin syntyi YleX Jatkot -niminen ohjelma, jonka juontajina toimivat Jani Nivala ja Ville ”Viki” Eerikkilä. Ohjelma tulee maanantaista torstaihin kello 19.00-22.00 ja sen lisäksi joka viikon sunnuntaina samaan aikaan tulee YleX Jatkot Remix, johon on koottu viikon parhaat palat. Jatkot koostuvat lähetysvirtaradion tapaan musiikista, juonnoista, kilpailuista ja sketseistä.

Opinnäytetyöhöni tekemäni tutkimuksen tarkoituksena on selvittää viihdyttävän radiojuonnon resepti. Tätä tutkimusta varten olen käyttänyt neljää erilaista juontoa edellä esittelemästäni YleX Jatkot -ohjelmasta. Selvitin tutkimuksessa myös hieman ihmisten radiokäyttäytymistä, eli muun muassa sitä, mikä saa heidät vaihtamaan kanavaa ja mikä vaikuttaa siihen mitä kanavaa he kuuntelevat. Tutkimukseni pohjana

on kysely, jonka uskoin olevan paras mahdollinen keino selvittää, minkälaisia juontoja ihmiset pitävät viihdyttävänä. Kysely tunnetaan survey-tutkimuksen keskeisenä menetelmänä. Englannin kielen termi survey tarkoittaa sellaisia kyselyn, haastattelun ja havainnoin muotoja, joissa aineistoa kerätään standardoidusti ja joissa kohdehenkilöt muodostavat otoksen tai näytteen tietyistä perusjoukosta. Kyselytutkimuksen etuna pidetään useasti sitä, että niiden avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto: tutkimukseen voidaan saada paljon henkilöitä ja voidaan myös kysyä monia asioita. Kyselymenetelmä on tehokas ja se säästää tutkijan aikaa ja vaivannäköä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 182. & 184.)

Tein kyselyn kolmelle ryhmälle, joissa kaikissa vastaajina oli niin miehiä kuin naisiaakin. Ensimmäinen ryhmä oli Kemin lyseon lukion toisen vuosikurssin opiskelijat, toinen ryhmä oli Kemi-Tornio Ammattikorkeakoulun kolmannen vuosikurssin medianomiopiskelijat, jotka ovat suuntautuneet monimediajournalismiin ja kolmas ryhmä oli Kemi-Tornion Ammattikorkeakoulun kolmannen vuoden sairaanhoitajaopiskelijat. Vastaajia oli yhteensä 58, joista miehiä 15 kappaletta ja naisia 43 kappaletta. Vastaajista nuorin oli 16-vuotias ja vanhin 50-vuotias.

Toteutin tutkimuksen eräänlaisena kyselynä: vastaajat valitsivat lomakkeesta itselleen parhaiten sopivan vaihtoehdon ja sen jälkeen täydensivät vastauksiaan omin sanoin perustellen. Soitin kaikille ryhmille yksitellen neljä juontoa samassa järjestyksessä. Jokaisen juonnon jälkeen ryhmän piti merkitä rastilla mikä antamistani adjektiiveista kuvaa parhaiten kyseistä juontoa. Vaihtoehtoina olivat viihdyttävä, tylsä, informatiivinen, selkeä, yllättävä ja ennalta arvattava. Jos mikään edellä mainituista ei vastaajan mielestä kuvannut spiikkiä, löytyi lapusta myös vaihtoehto ”jokin muu, mikä?”. Vastaaja sai rastittaa vaihtoehtoista korkeintaan kolme. Tämän lisäksi pyysin heitä kirjoittamaan perusteluita, siitä minkä vuoksi olivat valinneet kyseisen kohdan.

5.2 Tutkimuksen neljä esimerkkijuontoa

Valitsin tutkimukseni ja kyselyni pohjaksi neljä erilaista juontoa. Kaikkien juontojen on pohjimmiltaan tarkoitus olla viihdyttäviä, koska ne ovat viihteellisestä radio-ohjelmasta, mutta niiden lähtökohdat ovat hyvin erilaisia. Juonnot ovat poimittu YleX Jatkot -ohjelmasta toukokuun ja elokuun väliltä. Kaikki neljä esimerkki juontoa eroavat toisistaan ammattilaisen näkökulmasta katsottuna, mutta tavallinen radion kuuntelija ei välttämättä huomaa sitä asiaa, mikä juonnon takana on. Jokaisen juonnon kesto oli 4-5 minuuttia ja juonnon alkuun ja loppuun oli laitettu YleX:n kanavatunnus.

Ensimmäinen esimerkkijuonto käsitteli aihetta ”Jos maailmassa ei olisi aikuisia ollenkaan”. Idea kyseiseen juontoon tuli muusikko Jack Whiten Sixteen Saltines -kappaleen musiikkivideosta, jossa itse Jack White on ainoa aikuinen maapallolla ja kaikki muut ihmiset ovat lapsia tai teini-ikäisiä. Juonnon ideana oli miettiä huumorin kautta, millaista elämä maapallolla silloin olisi. Esimerkiksi millaista olisi vankilassa tai sakotettaisiinko polkuautolla ajamisesta, jos ajaja olisi sokerihumalassa?

Toinen juonto käsitteli Suomen tähtitieteellisen seuran URSA:n uutista, jonka mukaan perseidien tähdenlentoparvi voi havaita Suomen taivaalla. Kyseessä oli uutispohjainen juonto, jota käsiteltiin huumorin kautta. Kyseisessä juonnossa kuuntelija sai eniten faktatietoa tietoonsa, koska kyseisen juonnon pohjana oli verkosta otettu uutinen. Juontoa lähdettiin viemään siihen suuntaan, että pitävätkö URSA:n lupaukset ikinä paikkansa ja että kenelle lupauksien pettämisestä voi valittaa.

Kolmas esimerkkijuonto oli pääasiassa niin sanottu ”Elossa-juonto”, joka siis tarkoittaa sitä, että juontajat puhuvat omasta elämästään ja omista kokemuksistaan aiheeseen liittyen. Juonnon pohjana oli Neloselta alkanut uusi TV-ohjelma Master Chef Junior, joka siis on lasten kokkiohjelma. Juonnossa juontajat ihmettelevät miten alle 10-vuotiaat lapset voivat olla niin hyviä kokkeja ja vertaavat omia lapsuuden kokkauskokemuksia ohjelmassa nähtyihin tapahtumiin. Asiaa käsitellään tietenkin

huumorin pohjalla ja juuri tässä juonnossa omasta mielestäni tulee hyvin esille kuinka tärkeää on se, että juontaja pystyy nauramaan itselleen.

Neljäs esimerkkijuonto, minkä kyselyä tehdessä vastaajille soitin oli puhtaasti sketsi. YleX Jatkoilla kuullaan joka keskiviikko uutisia parodioiva ohjelma-osio nimeltä YleX Jatkojen Pikasähkeet. Pikasähkeissä kuullaan kaksi keksittyä uutista, joihin molempiin liittyy uutisen juonto ja uutismaailmasta tuttu sähkösatana. Esimerkkijuonnossa keksityt uutiset olivat otsikoiltaan: McDonalds hampurilaisketju laajentaa Marsiin ja 3D-ulostus yleisty. Molemmat uutiset olivat jonkin verran ajassa kiinni, sillä samalla viikolla Curiosity-luotain oli lähettänyt Marsista ensimmäiset kuvat maahan ja 3D-tulostustaminen oli monien iltapäivälehtien ja nettiuutisten otsikoissa. Ennen juonnon soittamista vastaajille kerroin, että kyseessä on juonto jokaviikkoisesta ohjelma-osiosta.

5.3 Vastaajien radiokäyttäytyminen

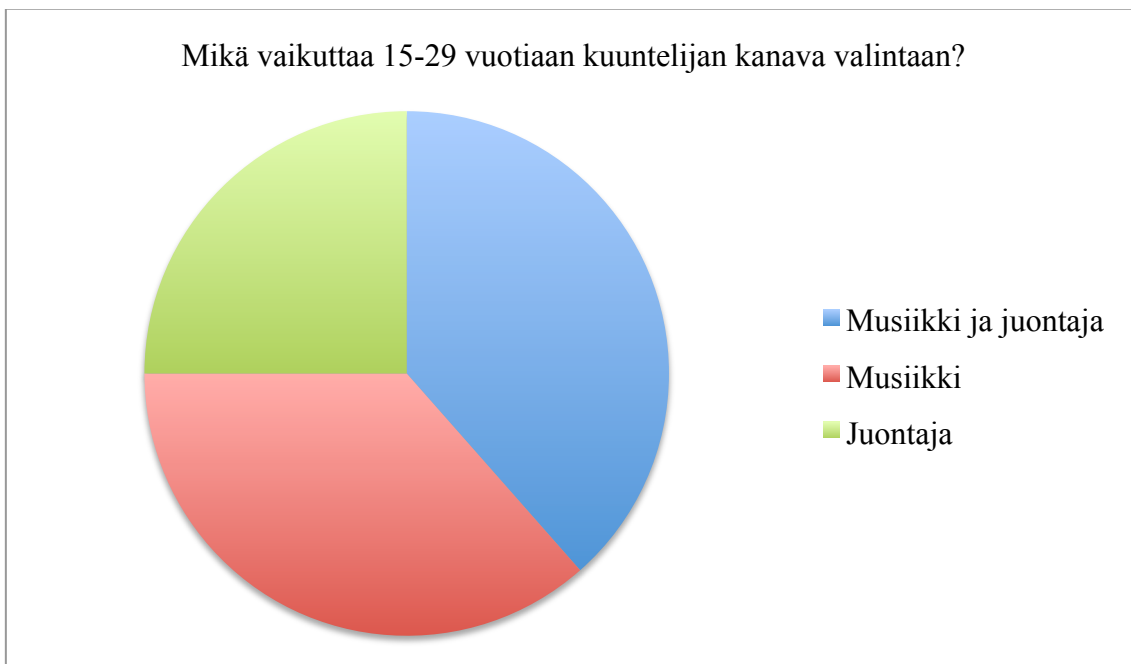
Halusin kyselyni avulla selvittää myös sen, että miten YleX:n kohderyhmään kuuluva kuuntelija käyttää ja kuuntelee radiota. Mikä saa hänet vaihtamaan kanavaa, minkä perusteella hän kuuntelemansa kanavan valitsee ja minkälaisissa tilanteissa hän radiota ylipäättensä kuuntelee. Koska YleX:n pääkohderyhmää ovat 15-29-vuotiaat miehet ja naiset, rajasin kaikki yli 29-vuotiaat vastaajat pois tätä asiaa selvittäessäni. Eli tässä kohtaa vastaajia oli 52.

Itse olen aina kuunnellut radiota sillä mentaliteetilla, että juontajat tulevat ensin ja perästä seuraa musiikki. Eli olen valinnut kuunneltavan kanavan aina juontajien mukaan. Jos juontajien jutut ja ääni ärsyttävät ja vaikka musiikki olisikin hyvää, en radion kuuntelusta nauti läheskään yhtä paljon kuin silloin kun juontajat ovat hyviä ja musiikki hiukan huonompaa. Uskon myös, että tutkimuksessani tulos on samankaltainen eli yli 50 prosenttia vastaajista kuuntelee radiota hyvien juontajien ja juontojen vuoksi.

Tekemäni tutkimuksen ja kyselyn perusteella kuitenkin käy ilmi, että 38,5 prosenttia 15-29-vuotiaista vastanneista kuuntelee valitsemaansa radiokanavaa molempien hyvän

musiikin ja viihdyttävien juontajien vuoksi. Ainoastaan 25 prosenttia vastaajista valitsee kanavansa juontajien perusteella ja noin 36,5 prosenttia hyvän musiikin perusteella. Tulos yllätti minut hiukan, sillä odotin juontajien yksinään vaikuttavan enemmän. Kyselyn perusteella voi myös melkein sanoa sen, että hyvä musiikki on kuulijoille tärkeämpää kuin hyvät juontajat.

”Sekä hyvä musiikki, että hyvät juontajat ovat tärkeitä. Hyvä radiokanava ei voi olla, jos toinen tästä parivaljakosta ei toimi.” 23-vuotias nainen



Tekemääni kyselyyn vastasi 29 alle 18-vuotiasta henkilöä, joista ainoastaan 17 prosentin mielestä hyvät juontajat ovat tärkeämpi asia radiokanavalla kuin hyvä musiikki. Ja noin 41 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä että, yksinään musiikki tai molemmat sekä musiikki, että juontajat ovat syy tietyn kanavan kuunteluun. Joten voidaan päätellä, että varsinkin nuoremmille kuuntelijoille hyvä musiikki näyttelee suurta roolia radiokanavan valinnassa.

”En kuuntele mitään kanavaa erityisen paljon. Kuuntelen kanavat läpi ja valitsen kanavan musiikin mukaan.” 16-vuotias tyttö

Kyselyssä kävi ilmi myös se, että suurin osa lähes 90 prosenttia vastanneista kuuntelee radiota silloin kun on liikenteessä eli autossa, pyöräillä tai lenkillä. Kotona radiota kuunnellaan kyselyn mukaan, silloin kun touhutaan samalla jotain muuta, esimerkiksi kotitöiden, ruuan laitton tai läksyjen ohella. Eli suurin osa vastaajista olivat niin sanotusti passiivisia kuuntelijoita.

Halusin selvittää myös suurimman syyn sille mikä saa kuulijan vaihtamaan kanavaa. Ennen kyselyn tekemistä arvioin suurimmaksi syyksi kanavan vaihtumiseen olevan mainokset tai oman musiikkimaun vastainen musiikki. Kyselyn mukaan arvioni osui melkein oikeaan, sillä mainoksien vuoksi kanava vaihtuu noin joka viidennellä vastanneista. Suurin syy kanavan hylkäämiseen ja uuden taajuuden etsimiseen on kuitenkin musiikki ja huonot tai ärsyttävät juontajat. Hieman alle puolet vastanneista olivat sitä mieltä, että jos radiosta tulee huonoa musiikkia tai juontajien jutut ovat ärsyttäviä niin kanava vaihtuu alta aika yksikön. Kaksi prosenttia vastanneista mainitsi myös, että liiallinen uutisointi vaikuttaa kanavan vaihtoon.

”Vaihdan kanavaa jos juontajat porisee kokoajan tai tulee paska biisi.” 25-vuotias nainen

Suurimalle osalle 15-29-vuotiaista vastaajista musiikki on selkeästi tärkein elementti radion kuuntelussa. He haluavat kuulla lähes kokoajan omia lempikappaleitaan ja valitsevatkin kanavat musiikin perusteella ja jos radiosta soiva musiikki ei heitä miellytä, he kääntävät raa’asti toiselle kanavalle.

5.4 Viihdyttävä radiojuonto

Faktahan on se, että kaikkia ihmisiä ei voi miellyttää ja naurattaa samaan aikaan. Yksinkertainen syy tähän on se, että kaikkien ihmisten huumorintaju on erilainen. Mutta tutkimuksessani halusin löytää ne tietyt viihdyttävät huumorin elementit, mitkä voisivat toimia suurimpaan osaan kuulijoista. Omasta mielestäni viihdyttävässä radiojuonnossa pitää olla mielenkiintoinen näkökulma, sen pitää olla yllättävä, saada minut nauramaan ja siinä pitää olla tarpeeksi napakka punchline.

Ennen kyselyn tekemistä olin itse aivan varma, että valitsemistani neljästä esimerkkijuonnosta viihdyttävin kuulijoiden mielestä olisi ensimmäinen. Mutta kun olin kuunnellut juonnot läpi muutamaan otteeseen huomasin sen olevan hieman liian pitkä ja paikallaan junnaava. Toinen huomio minkä tein itse kuunnellessani juontoja, oli se että itseironia ja itselleen nauraminen on oikeastaan tilanteessa kuin tilanteessa viihdyttävää. Kolmantena asiana minkä laitoin merkille, oli yksinkertaisuudessaan se, että spontaani nauru tarttuu ja viihdyttää kuulijaa. YleX Aamun Ilkka Uusivuorikin (2012), muistuttaa omassa opetusmateriaalissaan, ”Nauru on orgasmi. Naura jos naurattaa”.

Kyselyssä oli mahdollisuus laittaa raksi maksimissaan kolmen adjektiivin kohdalle, jotka kuvaavat juontoa. Jos katsotaan pelkästään sitä, että kuinka moni laittoi raksin vaihtoehtoon ”viihdyttävä”, niin tutkimuksen mukaan viihdyttävin näistä neljästä esimerkkijuonnosta oli juonto numero yksi. 96 prosenttia vastanneista piti juontoa viihdyttävänä. Seuraavaksi eniten rakseja ”viihdyttävä”-sarakkeeseen tuli juonnon numero kolme kohdalla, sitä viihdyttävänä piti 91 prosenttia. Kolmannen tilan vei neljäs juonto 67 viihdyttävyyden prosentilla ja vähintään viihdyttävänä pidettiin juontoa numero neljä, jonka 41 prosenttia vastanneista koki viihdyttävänä. Mutta koska monet olivat laittaneet raksin myös kohtaan ”tylsä”, en pysty vielä sanomaan oliko ensimmäinen loppujen lopuksi se kaikista viihdyttävin. Mutta sen voin jo tässä vaiheessa sanoa, että joko juonnoista numero yksi tai kolme löytyy vastaus etsimääni kysymykseen: millainen on viihdyttävä radiojuonto?

Joten kahdessa muussa juonnossa oli joitain sellaisia elementtejä joita vastaajat eivät pitäneet viihdyttävinä tai hauskoina. Juonto numero kaksi, joka koski URSA:n uutista oli 41 prosentin mielestä tylsä ja 70 prosentin mielestä informatiivinen. Uskon, että nämä kaksi kohtaa tekevät juonnosta vähiten pidetyn. Juontoa kuvailtiin myös yksipuolisena, omituisena ja rönsyilevänä. Viimeistä sketsimäistä esimerkkijuontoa 24 prosenttia vastanneista piti tylsänä ja 25 prosenttia ennalta arvattavana. Sitä kuvailtiin sekavaksi, ärsyttäväksi ja lapselliseksi. Näistä kahdesta juonnosta löytyy siis niin sanottuja ”ei viihdyttäviä”-elementtejä, joita ovat muun muassa liiallinen informatiivisuus ja ennalta arvattavuus. Radiojuonto ei ole viihdyttävä jos, sen aikana

luetaan tai kerrotaan mitä jossain lehdestä löydettyssä uutisessa lukee. Koska kuka tahansa voi itse myös lukea kyseisen uutisen kyseisestä lehdestä, kuulija haluaa kuulla asiasta mielipiteitä ja muiden ihmisten, tässä tapauksessa radiojuontajien ajatuksia ja tunteuksia aiheesta. Hyvässä ja viihdyttävässä radiojuonnossa pitää olla tietynlaista koukkua, jotta kuulija jaksaa ja haluaa kuunnella juonnon loppuun saakka. Kuulija ei siis saa arvata mihin suuntaan juontoa lähdetään viemään, jotta yllätysmomentti säilyy loppuun saakka.

Ensimmäisen esimerkkijuonnon kohdalla mielenkiintoista on se, että sen suosiosta huolimatta 12 prosenttia vastaajista oli laittanut raksin myös kohtaan ”tylsä”. Uskon, että tämä johtuu juonnon pituudesta. Alussa juonnossa on hyvä ”draivi” päällä ja hauskoja ideoita heitellään ilmaan, mutta loppua kohti juonto hieman lässähtää ja muuttuu hieman tylsäksi. Juonnossa on mielestäni hauska ja hyvä punchline, mutta se tulee auttamatta liian myöhään. ”Lopeta vain yhdesti”, näin kuuluu yksi radiojuontamisen kirjoittamattomista säännöistä ja mielestäni juonnon kohdalla on rikottu tätä sääntöä, joka tekee juonnosta asteen verran huonomman. Tästä juonnosta löytyy monia viihdyttävän radiojuonnon elementtejä, mutta myös sellaisia, jotka laskevat sen viihdearvoa.

”Jutut oli aluks ihan hauskoja, mutta vähän liian kauan kesti ja jutut meni jo yli. Ois voinu lopettaa aiemmin.” 18-vuotias tyttö

Kolmas esimerkkijuonto, joka käsitteli siis Master Chef Junior TV-ohjelmaa oli vastaajista viiden prosentin mielestä tylsä. Ja seitsemän prosenttia vastanneista piti sitä ennalta arvattavana. Molempien adjektiivien kohdalle tuli siis vähemmän rakseja kuin juonnossa numero yksi. Ja molempien niin sanottujen hyvin adjektiivien kohdalle, eli viihdyttävän ja yllättävän, rakseja laitettiin muutama prosentti vähemmän. Tämä kolmas juonto oli mielestäni tarpeeksi napakka, siinä oli paljon itseironiaa, spontaaneja naurunpyrähdyksiä, jopa hillitöntä nauramista ja hyvä lopetus. Uskon, että kyseiseen juontoon kuulija pystyi hyvin samaistumaan ja sen kuunteleminen sai jokaisen miettimään omia lapsuudenajan kokkauskokemuksia. Ja juuri tällaisia elementtejä hyvässä, hauskassa ja varsinkin viihdyttävässä radiojuonnossa pitää olla. Ja kun

muistelen ryhmiä, joille kyselyn teetätin, niin tämän kyseisen juonnon aikana ihmiset nauroivat ja hymyilivät eniten. Joten mielestäni esimerkkijuonnosta numero kolme löytyy eniten elementtejä, jotka viihdyttävät radiokuulijaa.

”Ei tarvitse sanoa muuta kuin, että se oli tosi hauska!” 18-vuotias tyttö

”Aitoa meininkiä. Tykkään kun nauru tulee noinkin luonnollisena. Nauru ei kuitenkaan nouse hallitsevana tekijänä, mikä häiritsisi kuulijaa. Hyvin rakennettu spiikki, mikä tekee siitä selkeän. Asia on hyvin hallussa omien kokemusten ja muun läpän heiton rinnalla.” 20-vuotias tyttö

”Juontajilla on hauskaa ja se tarttuu myös kuulijaan. Hyvää läppää! Juttua syntyy vaivattomasti! Tämä oli hervoton!” 21-vuotias tyttö

Tässä oli vain muutama monista muista samantyyppisistä kommenteista, joita tästä juonnosta oli kirjoitettu. Tästä kyseisestä juonnosta voi siis löytää kaikki tarvitsemansa elementit viihdyttävään radiojuontoon. Juonnon aiheen tulee olla mielenkiintoinen tai jos se aluksi sitä ole, pitää siitä tehdä sellainen. Juontajilla pitää olla aiheesta omia mielipiteitä tai kokemuksia, joka on vain entistä parempi asia. Juontajien täytyy uskaltautua heittäytyä juontoon mukaan ja se onnistuu ainoastaan olemalla täysin luonnollinen ja oma itsensä, sillä silloin kaikki persoonalliset piirteet juontajista kuuluvat myös kuulijan korvaan. Pitää uskaltaa myös paljastaa itsestään jotain hieman noloa, koska silloin kuulija ja juontaja ovat samalla tasolla. Juonnon aikana pitää nauraa jos naurattaa, tämä tarttuu poikkeuksetta myös kuulijaan. Lopetuksen pitää olla koko juonnon kliimaksi ja loppuhuipeennus. Kun kaikki nämä elementit löytyvät radiojuonnosta on radiojuonto onnistunut ja ollut viihdyttävä. Ja kun kanavatunnus on kajahtanut ilmoille ja seuraava kappale soi, pitää alkaa jo valmistautumaan seuraavaan juontoon ja saada siinä palaset paikoilleen yhtä hyvin. Sillä se mikä radiossa tapahtui hetki sitten on jo mennyttä ja on aika katsoa eteenpäin tulevaa.

6 POHDINTA

Lähtiessäni tekemään opinnäytetyötäni minulla oli monia kysymyksiä, joihin halusin löytää vastauksen. Millaisia työkaluja juontaja voi käyttää suunnitellessaan juontoja? Mikä saa kuulijan pysymään kanavalla? Kumpi on kuulijalle tärkeämpää musiikki vai juontajan jutut? Minkä vuoksi kuulija vaihtaa kanavaa tai lähtee surfailemaan kanavoille? Ja ennen kaikkea minkälaisista elementeistä koostuu mahdollisimman viihdyttävä ja hauska radiojuonto?

Lähtiessäni tekemään opinnäytetyötäni olin työskennellyt YleX:llä yhteensä noin vuoden ajan, joten olin radiotyön suhteen vielä melko kokematon. Mutta opinnäytetyöprosessin aikana olen omasta mielestäni saanut paljon lisää tietoutta, mielenkiintoista infoa ja myös kokemusta tehdessäni kyselytutkimusta kuulijoille. Olen kasvanut radiojuontajana tai ainakin astunut taas muutaman portaan korkeammalle.

Lähtiessäni miettimään parasta tapaa selvittää kuulijoiden radiokäyttäytymistä ja viihdyttävän radiojuonnon saloja, oli minusta paras vaihtoehto tehdä kyselytutkimus täysin tuntemattomille ihmisille. Päädyin siis tekemään kyselyn kolmelle ryhmälle, jotka kaikki koostuivat eri alojen opiskelijoista. Yhdessä ryhmässä oli lukiolaisia, toisessa sairaanhoitajia ja kolmannessa media-alan opiskelijoita. Näin ollen otantaan tuli mukaan niin miehiä kuin naisiaikin ja ikähaitari oli tarpeeksi suuri 16 vuotiaasta aina 52-vuotiaaseen.

Ennen kyselyä oletin, että suurin osa kuulijoista olisi itseni kanssa samoilla linjoilla eli he kuuntelisivat radiota juontajien takia eivätkä niinkään musiikin. Hyvin äkkiä kyselyn purkutilanteessa kävi kuitenkin ilmi se, että musiikki on se mikä ratkaisee. Ainoastaan 25 prosenttia vastanneista kuuntelee tiettyä radiokanavaa juontajien vuoksi. Oletin myös, että suurin osa kuulijoista olisi niin sanotusti kuuliaisista tietylle kanavalle. Mutta kyselyssä kävi ilmi, että enemmistö vaihtaa kanavaa heti jos radiosta tulee musiikkia josta he eivät pidä.

Viihdyttävän radiojuonnon elementtien löytäminen ja niiden rakentaminen valmiiksi juonnoksi olivat kuitenkin ne asiat, minkä vuoksi lähdin opinnäytetyötäni tekemään. En ollut aiemmin kovin paljoa miettinyt asiaa siltä kantilta, että millaiset asiat viihdyttävät kuulijaa mahdollisimman paljon. Mutta opinnäytetyöprosessin myötä mietin jokaisen juonnon nyt alusta loppuun ja ajattelen, että löytyykö siitä näitä elementtejä, jotka työssäni nousevat pintaan. Haasteellisen työstäni teki tietenkin se, että kaikkia kuulijoita ei yksinkertaisesti voi viihdyttää. Aina löytyy joku tai jotkut, joihin vitsi tai hyvä juttu ei iske. Halusin kuitenkin työssäni löytää ne elementit, jotka uppoavat mahdollisimman moneen.

Tekemäni kyselyn avulla selvisi, että esimerkkijuonnossa numero kolme oli eniten viihdyttäviä elementtejä. Juonto pohjautui Master Chef Junior -nimiseen tv-ohjelmaan, joka on siis lasten kokkauskisa. Juonnossa mietitään omia kokkaustaitoja ja -kokemuksia lapsuudesta. Juonto oli viihdyttävien monestakin syystä. Siinä naurettiin spontaanisti ja juontoon heittäydettiin mukaan, mikä tuo juontajien persoonat mahdollisimman hyvin esille: siinä uskallettiin nauraa myös itselle ja oltiin itseironisia. Tämän lisäksi juonto oli rakenteellisesti hyvä. Siihen oli löydetty hyvä ja mielenkiintoinen näkökulma, sen draamakaari oli hyvä, juonnon pituus ei venähtänyt ja juonto lopetettiin vain kerran hyvään punchlineen.

Uskon, opinnäytetyöprosessin myötä nyt löytäneeni työkalut siihen, että saan tamperelaisen Petterin tai vaikkapa keuruulaisen Minnan pysymään omassa autossaan pitempään, kun hän kuuntelee YleX Jatkoja. Tässä vielä yksi kommentti, joka oli kirjoitettu tuon Master Chef Junior -juonnon alle.

”Hahaha...Nauroin vatsalihakset kipiänä. En ollut ennen teidän ohjelmasta kuullutkaan, mutta tämän Master Chef jutun jälkeen haluan todellakin kuulla lisää” 18-vuotias poika.

LÄHTEET

- Finpanel.fi. Lehdistöiedotteet. Radiovuosi_2012.pdf. Luettu ja tallennettu 23.10.2012
<http://www.finnpanel.fi/lataukset/radiovuosi_2012.pdf>
- Flemming, Carole 2002. The Radio Handbook. Lontoo: Routledge.
- Hirsjärvi, Sirkka & Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2004. Tutki ja kirjoita. 10., osin uudistettu painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Kaivola, Marjo. & Paukkunen, Kari. 2009. Tahdon juontajaksi! Unelma-ammattiin ilman missikisoja. Helsinki: MediaCaoch Oy & KP-Mediat Oy.
- Kemppainen, Pentti 2011. Aina soi Sävelradio: Radiomusiikista musiikkiradioon. Vantaa: Avain.
- Kujala, Tapio & Lahti, Jari & Tamminen, Heikki 1998. Radiotyön perusteet – johdatus suoran lähetyksen tekemiseen. Tampere: Gaudeamus.
- Mills, Jenni 2004. The Broadcast Voice. Oxford: Elsevier.
- Saksala, Elina 2012. Ammattina juontaja. Helsinki: Like Kustannus Oy.
- Shingler, Martin & Wieringa, Cindy 1998. On Air: Methods and Meanings of Radio. Lontoo: Arnold.
- Trewin, Janet 2004. Presenting on TV and Radio – An Insider's guide. Oxford: Elsevier.
- Uusivuori Ilkka "Ile", juontaja, YleX Aamu, 2012, opetusmateriaali. Hauska radio – johdatus rentoon epäonnistumiseen.
- Äänipää.fi. Vanha ja uusi radiokulttuuri. Luettu ja tallennettu 23.10.2012
http://www.aanipaa.tamk.fi/radio_1.htm

LIITTEET

LIITE 1. Eerikkilä, kysely

Ville Eerikkilä Opinnäytetyö

Ikä, sukupuoli ja työ/opiskelu-paikka:

Spiikki 1 (Rastita maksimissaan 3 vaihtoehtoa)

Viihdyttävä :

Tylsä :

Informatiivinen :

Selkeä :

Yllättävä:

Ennalta arvattava:

Jokin muu adjektiivi mikä kuvaa spiikkiä:

Perustelut ja kommentit, minkä vuoksi valitsit jonkin yllä olevista adjektiiveista:

Spiikki 2 (Rastita maksimissaan 3 vaihtoehtoa)

Viihdyttävä :

Tylsä :

Informatiivinen :

Selkeä :

Yllättävä:

Ennalta arvattava:

Jokin muu adjektiivi mikä kuvaa spiikkiä:

Perustelut ja kommentit, minkä vuoksi valitsit jonkin yllä olevista adjektiiveista:

Spiikki 3 (Rastita maksimissaan 3 vaihtoehtoa)

Viihdyttävä :

Tylsä :

Informatiivinen :

Selkeä :

Yllättävä:

Ennalta arvattava:

Jokin muu adjektiivi mikä kuvaa spiikkiä:

Perustelut ja kommentit, minkä vuoksi valitsit jonkin yllä olevista adjektiiveista:

Spiikki 4 (Rastita maksimissaan 3 vaihtoehtoa)

Viihdyttävä :

