

Opinnäytetyö (AMK)

Journalismin koulutusohjelma

Turun AMK

2015

Samuel Nyman

# HERÄTTÄJIEN YLLÄTYKSELLINEN PAKKOSOITTO

– Analyysi Voicen Herättäjien Pakkosoitoista ja  
Erikoismies Samuel Nymanin roolista



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU  
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Nyman Samuel

# HERÄTTÄJIEN YLLÄTYKSELLINEN PAKKOSOITTO

Opinnäytetyö kertoo Voicen Herättäjät -nimisen aamuohjelman ohjelmaosiesta nimeltään "Herättäjien Pakkosoitto". Kyseessä oli pilapuhelu, jota tehtiin vuoden 2014 alusta, maaliskuuhun 2015. Pakkosoitto kuultiin radiokanava Voicen aamuissa, joka arki-aamu kello 8.30. Pakkosoitto on tämän opinnäytetyöntekijän kehittämä ohjelmaosio Voicen Herättäjien aamuohjelmaan. Kyseisestä ohjelmaosiesta tuli suosittu osa Voicen Herättäjiä. Opinnäytetyössä tullaan tutkimaan sitä, mikä teki Pakkosoiton suosittuja, sekä esittelemään Pakkosoiton tekovaiheita.

Pakkosoitoista tuli suosittuja, koska Pakkosoittoja jaettiin sosiaalisessa mediassa paljon, sekä kuunneltiin huomattavasti muita audiota enemmän Voicen internetsivuilla. Pakkosoitosta tuli suosittu, koska se yhdisti kuulijan mukaan osaksi lähetystä ja jokainen Pakkosoitto oli uudella tapaa yllätyksellinen vaikka se noudatti joka kerta samaa kaavaa.

Opinnäytetyö on osaksi produktio, eli journalistinen tuote. Toinen osa opinnäytetyöstä koostuu kirjallisesta osasta, joka sisältää analyysin siitä, kuinka Herättäjien Pakkosoitto muovautui elementtiinsä vuoden 2014 aikana. Opinnäytetyön kirjallisen osan lisäksi, opinnäytetyö sisältää kymmenen kappaletta valmiiksi editoituja Pakkosoittoja.

Opinnäytetyötä varten olen käyttänyt aineistoa alan kirjoista, sekä tehnyt haastatteluja työtäni varten. Haastateltavat koostuivat pääosin Voicen työntekijöistä, jotka ovat olleet mukana Voicen Herättäjien aamuohjelman tekemisessä.

## ASIASANAT:

Radio, Voice, Aamuohjelma, radio-ohjelma, Herättäjät, Pakkosoitto, pilapuhelu, kaupallinen radio, podcast,

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Journalism

Spring 2015 | 30

Samuel Raunio

Nyman Samuel

## "THE VOICE" RADIO CHANNEL MORNING SHOW: UNEXPECTED PRANK CALL

The topic of this Bachelor's Thesis is the development process of "Herättäjien Pakkosoitto" ("Prank Call by Herättäjät"), a daily radio show broadcasted on the Finnish "The Voice" radio station. The morning show started on January 2014, and "Pakkosoitto" aired as a part of it until March 2015. The prank call section aired every weekday morning at 8:30. The "Pakkosoitto" section was developed by the author of this thesis when working at The Voice. The Prank Call section became one of the most popular parts of The Voice morning show when measured by online listener numbers and its podcasts were widely shared in the social media. This thesis sets out to study what made the Prank Call popular and to present the development phases of the section.

The thesis is partly a production, i.e. a journalistic product. The second part of the thesis consists of a written part, which includes an analysis of how "Herättäjien Pakkosoitto" was developed into its final concept during the year 2014. In addition to the written part of the thesis, this study contains ten pre-edited prank calls.

The background material for this thesis consists of relevant literature and interviews conducted by the author. The interviewees were all working as part of the "Herättäjät" team during the development of the show.

### KEYWORDS:

radio, voice, morning show, radio show, Herättäjät, Pakkosoitto, prank call, commercial radio, podcast

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>6</b>
<b>2 VOICEN HERÄTTÄJÄT &amp; ERIKOISMIES SAMUEL</b>	<b>9</b>
2.1 Juontajat ja roolit	10
2.2 Erikoismies Samuel Nyman & toteutukset	11
<b>3 PAKKOSOITOT</b>	<b>13</b>
3.1 Pakkosoiton toteutus	17
3.2 Esimerkkejä suosituista pakkosoitoista	19
<b>4 MIKÄ TEKI PAKKOSOITOSTA SUOSITUN</b>	<b>21</b>
<b>5 JOHTOPÄÄTÖKSET</b>	<b>27</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>29</b>

## KUVAT

Kuva 1. Herättäjien kannanotto tasa-arvoisen avioliittolain puolesta (Iltasanomat 2014).	12
Kuva 2. Kampanja eturauhassyöpää vastaan (Iltalehti 2014).	12
Kuva 3. Arman Alizad joutui pakkosoiton uhriksi. (Alizad 2015).	15
Kuva 4. Martina Aitolehti mukana vedättämässä Herättäjien Pakkosoitossa tuoretta Miss Helsinkiä 2015, Rosanna Kuljua. (Nyman, S. 2015)	15
Kuva 5. Jouni Aslakin Instagram-päivitys Herättäjien Pakkosoitosta. ”Voicen Herättäjät onnistuivat tehtävässään. Aamu-uniselle meni pilapuhelu täydestä”. (Aslak, J. 2015)	16
Kuva 6. Alkuperäinen nauhoitus vedätyksestä.	18
Kuva 7. Pakkosoitto editoituna. Kesto tasan kolme minuuttia.	18
Kuva 8. Pakkosoiton uhrin ystävä jakoi Facebookissa Pakkosoiton. (Kurikka, J. 2015)	23
Kuva 9. Suomalainen Dj HyKid joutui vedätetyksi. Hän jakoi pakkosoiton omassa Facebookissa heti julkaisun jälkeen. (Dj HyKid. 2015)	24

## TAULUKOT

Taulukko 1. Otanta ”muut audiot” vs. ”Pakkosoitot”. Kuuntelukertojen määrä. Voice.fi/audiot sivustolta vuonna 2015. (Voice.fi)	22
Taulukko 2. Kuuntelukerrat tunti julkaisun jälkeen 13.3.2015. (Voice.fi)	22
Taulukko 3. Viimeisimmät Yle Arenassa näkyvät YleX:n podcastit vs. Voice.fi podcastit. 10.4.2015.	25

# 1 JOHDANTO

Vuonna 2014 tammikuussa radiokanava Voicella alkoi uusi aamuohjelma, joka kantoi nimeä Voicen Herättäjät. Ohjelman tiimi koostui tuottaja Sini Koskensepistä, juontajista Anssi Honkanen ja Niina Backman sekä erikoismies Samuel Nymanista. Pääpaino ohjelmassa oli studiossa Anssi Honkasella ja Niina Backmanilla, mutta ohjelman yllätyksellisyys ja erikoistoteutukset olivat Erikoismies Samuel Nymanin vastuulla.

Ohjelman alusta lähtien Voicen Herättäjillä oli selkeä roolijako, jolla pyrittiin erottumaan suuresta joukosta aamuohjelmien saralla. Suomesta löytyy kymmeniä eri radiossa pyöriviä aamuohjelmia, ja kuuntelijoilla on varaa valita useista hyvistä oma lempiohjelma ja kanava. Mutta miten erottua joukosta? Miten juuri se yksi radion aamuohjelma jää mieleen?

Voicen Herättäjät yritti ratkaista tätä ongelmaa tämän opinnäytetyön tekijän avulla, ja vastuullani olivat ohjelman erikoiset ohjelmaosiot ja Pakkosoitot. Opinnäytetyössä keskityn erityisesti omaan rooliini Pakkosoittojen toteuttajana. Tässä opinnäytetyössä tutkitaan Pakkosoittojen suosiota ja pyritään selvittämään, miksi ne olivat suosittuja. Suosiota pystyy tutkimaan esimerkiksi podcastien klikkausten määrillä. Podcastillä tarkoitetaan äänitiedostoa, joka on laitettu radiokanavan internetsivulle. Kyseinen äänitiedosto on lähetyksestä irrotettu audio, jonka voi kuunnella koska vain jälkikäteen.

Pakkosoiton suosiota verrattiin tässä tapauksessa YleX-podcasteihin, koska Yleisradion podcastien kuuntelumäärät ovat julkisia. Kyseinen kanava on muutenkin musiikiltaan ja ohjelmakartaltaan melko samanlainen kuin radiokanava Voice. Kaupallisten radiokanavien podcasting-kuuntelumäärät eivät ole julkisia tietoja, joten siksi opinnäytetyössä radiokanavan Voicen podcastejä ei pysty vertaamaan kaupallisen kanavan podcastien kuuntelumääriin.

Herättäjien Pakkosoitto yhdisti kuulijat mukaan osaksi lähetysvirtaa, ja he saivat antaa ehdotuksiaan siitä, ketä he haluaisivat huijata. Esimerkiksi ystävää, työkaveria tai vaikka naapuria. Kuulijat ehdottivat aihetta ja kertoivat yksityiskohtai-

sia asioita vedätettävästä, josta erikoismies Samuel sai toteutettua Pakkosoiton. Pakkosoittoihin liittyvät ehdotukset lähetettiin Voicen Herättäjien sähköpostiin.

Pakkosoitoissa yritettiin huijata uhria niin, että hän olisi mahdollisimman häkeltynyt tilanteesta. Pakkosoiton tarkoituksena ei ollut aiheuttaa kenellekään pahaa mieltä vaan siinä pyrittiin tekemään viihdyttävää radiota ihmisten reaktioilla ja absurdeilla käänteillä hyvän maun rajoissa. Tällä pystyttiin erottumaan muista aamuohjelmista, sekä yritettiin saada Pakkosoitoista tunnettu.

Opinnäytetyön aihe on ajankohtainen, koska kaupallisilla radiokanavilla on paineita erottua joukosta ja kanavat kilpailevat samoista kuulijoista. On tärkeää kuunnella yleisöä, koska heille radiota tehdään. Radiontekijänä on hyvä saada kuva siitä, mitä yleisö haluaa. (Hyppönen 2005, 159). Pakkosoitto oli yksi konsepti, jolla pyrittiin saamaan kuulijat mukaan lähetysvirtaan ja menemään lähemmäksi kuuntelijoita.

Opinnäytetyö on suurimmaksi osaksi produktio, eli journalistinen tuote. Kirjallinen osa pitää sisällään analyysin siitä, miten Herättäjien Pakkosoitto on muokkautunut yhden vuoden aikana lopulliseen versioon. Vuoden aikana kyseinen Pakkosoitto-ohjelmaosio on kasvattanut suosiotaan. Opinnäytetyön tarkoituksena on kuvata sitä, miten Pakkosoitto on muokkautunut nykyiseen suosittuun malliinsa ja mitkä tekijät johtivat nykyiseen malliin. Opinnäytetyö rakentuu suurimmalta osalta omaan empiiriseen kokemukseeni, koska aiheesta ei ole kirjoitettu kovinkaan paljoa.

Opinnäytetyötä varten haastateltiin ohjelman silloista tuottajaa, Sini Koskenseppää, silloista kanavajohtajaa Rene Mäkistä sekä ohjelman juontajaa Anssi Honkasta. Haastattelut tehtiin yksilohaastatteluina maaliskuussa 2015 ja haastattelutilanteesta pyrittiin saamaan keskustelunomainen. Haastattelut nauhoitettiin ja niistä poimittiin olennaiset asiat kirjallisiksi muistiinpanoiksi. Haastattelussa ei käytetty haastattelurunkoa eikä valmiiksi mietittyjä kysymyksiä vaan ne pyrittiin tekemään teemahaastattelun tavoin. Teemahaastattelussa haastattelunnäkökulma ja keskusteltavat teemat oli valittu, mutta haastattelutilanteessa annettiin mahdollisuus sille, että haastattelussa voi nousta esiin uusia näkökulmia. Haas-

tattelussa pyrittiin siihen, että haastateltavat voivat vastata omin sanoin, ilman valmiita vastausvaihtoehtoja. (Hirsijärvi & Hurme 2008, 47).



## 2 VOICEN HERÄTTÄJÄT & ERIKOISMIES SAMUEL

Voicen Herättäjät on aamuohjelma, joka on osa radiokanava Voicen lähetysvirtaa. Voice on kaupallinen radiokanava, joka on osa SBS Discoveryä. SBS Discoveryyn kuuluu useita radiokanavia. Radiokanavat ovat The Voice, Iskelmä, Radio City ja Radio Pooki. SBS Discoveryyn radiokanavat ovat yksi isoimpia toimijoita Suomen radiokentällä. (Sbs Discovery Media 2015.) Voicen tärkein kohderyhmä on aktiiviset kaupunkilaiset naiset, jotka ovat iältään 20-39-vuotiaita (Radiomedia 2014).

Voicen Herättäjät aloitti lähetykset tammikuussa vuonna 2014. Herättäjät koostuivat Anssi Honkasesta, Niina Backmanista, ja Samuel Nymanista. Ohjelman tuottajana toimi Sini Koskenseppä. Voicen Herättäjien lähetyisaika on ollut joka arkiamu kello 6-10. Kyseisen aamuohjelman tarkoituksena on erottua muiden aamuohjelmien joukosta olemalla ennakkoluuloton, huumorintajuinen ja yllättävä. (Sbs Discovery Media 2014.)

Osalla ohjelman tekijöistä oli jo entuudestaan vankkaa osaamista radion tekemisestä. Anssi Honkasella oli kokemusta Radio NRJ:n aamusta. Myös tuottajalla Sini Koskensepällä oli vankka tausta radion tuottamisesta. Voicen Herättäjien ideologia oli, että olisimme pystyneet erottumaan muista aamuohjelmista. Vahvuutena tässä oli se, että tekijöitä oli neljä: tuottaja Sini Koskenseppä, juontajat Anssi Honkanen ja Niina Backman, jotka olivat kiinteästi joka aamu studiossa, sekä Erikoismies Samuel, joka pyrki toteuttamaan erikoistoteutuksia joka päivä lähetysvirtaan.

Erikoistoteutuksilla pyrittiin samaan lisää kuulijoita, ja voittamaan kuulijoita puolelleen, koska muilla radiokanavilla ei kyseisiä erikoistoteutuksia toteutettu. Tällä linjauksella radiokanava Voice ja erityisesti Herättäjät pyrki profiloitumaan muista ja pärjäämään kilpailussa. Kuulijoille yritettiin luoda ohjelmaosioita, jotka vastaisivat mahdollisimman monen kuulijan mieltymyksiä. Tarkoituksena oli voittaa myös suurempi kuulijamassa puolelleen. (Kujala ym.1998, 17).

## 2.1 Juontajat ja roolit

Parhaissa radio-ohjelmissä roolitus on viety huippuunsa. Jokaisella persoonalla pitää olla selkeä rooli ja tarkoitus. Jokaisen eri persoonan pitää pystyä puhuttelevaan yleisöä, mutta kuitenkin niin, että lopputulos pysyy tasapainossaan. Näin saadaan tavoitettua suurempi massa kuulijoita. (Johnson & Burns 2000, 8-9.) Ohjelmassa olevien jäsenten rooleja voi ajatella samalla tavalla kuin televisiosarjoissa. Jokaisella hahmolla on oma paikkansa ja jokainen hahmo tukee tarinaa. (Honkanen, Anssi, teemahaastattelu 19.03.2015).<sup>1</sup>

Voicen Herättäjät ohjelmassa roolijaottelu oli selkeä. Studioissa juontajina oli joka arki-aamu Anssi Honkanen ja Niina Backman. Erikoismies Samuel puolestaan pyrki olemaan paikassa jossa tapahtuu. Idea Herättäjissä oli olla koko ajan lähellä kuulijaa, siellä missä tapahtuu (Koskenseppä, Sini, teemahaastattelu 17.03.2015).<sup>2</sup>

Linkkinä ulkomaailmaan ja studioon toimi tuottaja, joka pystyi hallitsemaan tilannetta ja pitämään lähetysvirran selkeänä koko ohjelman ajan. Voicen Herättäjien juontajat ovat tasavertaisessa asemassa keskenään. Kuitenkin lähetysten teknillinen osuus oli Anssi Honkasen vastuulla, joka ns. ohjasi lähetystä.

Joka arki-aamu Erikoismies Samuel suunnitteli toteutuksia kyseiseen aamuun niin, että ne täyttäsivät ohjelman lupauksen, joka oli olla yllättävä ja hauska. Erikoismies Samuel pyrki tuomaan omalla tavalla lisäsisältöä lähetykseen, olemalla siellä missä kuuntelijat ovat, ulkomaailmassa. Haasteellisinta ulkokeikoissa oli tuoda jokaiseen toteutukseen informatiivista arvoa, koska sitä kuuntelijat joka aamu odotti. Jokaisessa ulkokeikassa piti pyrkiä siihen, että se sisältää tietoa, taitoa tai tunnepohjaista viestiä. (Hyppönen 2005, 133). Joka arki-aamu lähetykseen kuului myös suosittu etukäteen nauhoitettu ohjelmaosio ”Herättäjien Pakkosoitto”, jota Erikoismies Samuel toteutti.

---

<sup>1</sup> Jatkossa (Honkanen 2015).

<sup>2</sup> Jatkossa (Koskenseppä 2015).

## 2.2 Erikoismies Samuel Nyman & toteutukset

Opinnäytetyön tekijä on vastannut Herättäjien aamuohjelman erikoistoteutuksista. Heti ohjelman alettua tähän keksittiin sopiva ”roolinimi”, Erikoismies Samuel, jolla pystyttiin viestittämään, että mahdollisesti jotain yllättävää tai erikoista voisi olla luvassa.

Sain ohjelmaan omat kanavatunnisteet, joita käytettiin aina, kun olin tekemässä sisältöä lähetykseen. Työn tarkoituksena oli tuottaa sisältöä lähetykseen studion ulkopuolelta. Tällä tavalla pystyttiin ottamaan myös kuulijoita paremmin lähetykseen mukaan. Ohjelman tavoitteena oli, että ohjelmalla olisi toimittaja, joka pystyi vastaamaan ohjelman sloganiin ”Voicen Herättäjät, yllätyksiä luvassa”. Heti uuden ohjelman alettua tätä ideologiaa lähdettiin ajamaan vahvasti kanavalla. (Koskenseppä 2015).

Ohjelman alettua pyrittiin nopeasti kehittämään ideaa, jossa jokaisena päivänä voitaisiin yllättää kuulija. Tämä tarkoitti sitä, että Erikoismies Samuel pyrki joka päivä olemaan studion ulkopuolella ja tekemään jotain yllättävää. Jokainen arkiamu lähetyks piti sisällään myös Herättäjien Pakkosoiton.

Aluksi stunteja tehtiin lavealla näkökulmalla, koska ohjelma oli täysin uusi. Kuitenkin hyvin nopeasti Erikoismies Samuelille tuli tiettyjä ohjelmaosioita lähetykseen, ja näkökulmaa kavennettiin. (Mäkinen, Rene, teemahaastattelu 18.03.2015).<sup>3</sup> Erikoismies toteutti muun muassa eduskunnan valaisun (ks. kuva 1), sekä otti osaa hyväntekeväisyyskampanjaan juontajan Anssi Honkasen kanssa (ks. kuva 2).

---

<sup>3</sup> Jatkossa (Mäkinen 2015).



Kuva 1. Herättäjien kannanotto tasa-arvoisen avioliittolain puolesta (Iltasanomat 2014).



Kuva 2. Kampanja eturauhassyöpää vastaan (Iltalehti 2014).

Molemmat näistä esimerkkitapauksista onnistuivat ohjelman sloganin tavalla, ”yllätyksiä luvassa”. Näissä tapauksissa kummatkin tempauksemme päätyivät mm. iltapäivälehtiin.

### 3 PAKKOSOITOT

Voicen ”Herättäjien Pakkosoitto” oli ohjelmaosio, joka noudatti perinteistä pilapuhelukonseptia. Pilapuhelulla tarkoitetaan käytännön pilaa, joka tehdään puhe-  
limella. Ensimmäisiä tunnettuja pilapuheluita radiossa on Michael Bigginsin te-  
kemä ohjelmaosio ”Blackout”. Michael Biggins toteutti pilapuheluita wPCR-  
kanavalla jo vuonna 1995. (Roebuck 2012, 175). Sittemmin Yhdysvalloista läh-  
tenyt konsepti on rantautunut Suomeen. Tunnetuimpana suomalaisena radioi-  
den pilapuheluna voidaan pitää Radio Kiss FM:llä ollutta ”Kiss Fm:n pilapuhe-  
lua”.

Pilapuhelu on hyvä tapa jättää muistijälki kuulijaan. Jokaisella radio-ohjelmalla  
pitää olla lähetyksessään kiinteitä elementtejä, mistä se tunnistetaan. On lähes  
mahdotonta nousta huipulle ilman muistijälkiä. Täytyy kuitenkin muistaa, että  
jokapäiväisiä kiinteitä ohjelmaosioita ei saa olla liikaa, koska siitä voi tulla hel-  
posti sillisalaattia. (Johnson & Burns 2000, 63 – 64.)

Radio Kiss FM:llä pilapuheluita tehtiin kulluvana elementtinä, eli ainoastaan sil-  
loin, kun soittoihin keksittiin hyvä idea. Me halusimme tehdä osiosta sellaisen, et-  
tä joka päivä samaan aikaan kuuntelija tietää Pakkosoiton tulevan. Näin saimme  
kuuntelijan koukuttettua odottamaan jotain todella erikoista ja hauskaa. (Kosken-  
seppä 2015).

Benchmarkit eli ohjelmaosiot ovat elementtejä, jotka määrittelevät juontajan per-  
soonallisuutta. Benchmarkkien tehtävä on jättää kuuntelijalle pysyvä muistijälki  
ohjelmasta. Näin se lisää ohjelman tunnistettavuutta ja lisää ohjelman suosiota.  
(Honkanen 2015).

Voicen Herättäjät tekivät Pakkosoitoista kiinteän ohjelmaosion, joka otettiin  
käyttöön jokaiselle arki-illalle. Aluksi Pakkosoitot tehtiin niin, että juontajat  
keskenään valitsivat kenelle pilapuhelu tehdään. Pilapuheluiden uhrin valikoitui-  
vat sattumanvaraisesti omasta matkapuhelimesta. Hyvin nopeasti huomattiin,  
että kuuntelija on hyvä ottaa mukaan ohjelmaosioon, koska he itse halusivat  
osallistua radion tekemiseen. ”Kuuntelijat alkoivat hyvin nopeasti ohjelmaosion  
alettua ehdottamaan ihmisiä, ketä he haluavat huijata.” (Koskenseppä 2015).

Hyvin nopeasti muodostui selkeä linjaus Pakkosoitoille. Kuuntelijat saivat itse ehdottaa, kenelle kyseisen pilapuhelu soitettiin. Pakkosoitoista tehtiin intiimi tilanne ehdottajan ja hänen ehdottamansa uhrin välillä. Näin otimme konkreettisemmin kuulijan läsnä olevaksi mukana lähetykseen. Intiimi tilanne herättää kuulijassa tunteita ja reaktioita ja tekee yhdentekevästä aiheesta kuulijalle kiinnostavan ja koukuttavan. (Hyppönen 2005, 134.)

Pakkosoitto-konseptiin kehitin ajan kuluessa erilaisia roolihahmoja, jotka toistuvat tietyn väliajoin pilapuheluissa. Hahmoja oli esimerkiksi Juorutoimittaja Nyman, joka aina yritti tavoitella pinnalla ollutta julkisuuden hahmoa, mutta soitti aina heidän kaimoilleen. Toinen toistuva hahmo oli ”Petri Pade Palenius”, joka oli mukamas eri julkisuudesta tunnettu henkilö, sekä ”Hammaslääkäri Jari”, jolla oli vaikeuksia tuottaa puhetta, koska suu oli puuduksissa.

Näillä hahmoilla yritettiin tuoda muistijälki Pakkosoittoihin. Eri tilanteisiin löytyi kuvitteellinen hahmo, joka toi jo muutenkin koomiseen tilanteeseen lisämaustetta. (Koskenseppä 2015.)

Herättäjien Pakkosoitto merkittiinkin joka aamuiseen ohjelmakarttaan kello 08.30 kohdalle.

Kuunnelluin hetki Voicen Herättäjillä on 08.00 - 08.15 välillä. Pakkosoitto sijoitettiin 08.30 kohdalle siksi, että ihmiset pidentäisivät kuunteluaikaa. Haluttiin, että esimerkiksi kahdeksaksi töihin menevä kuuntelija laittaisi myös työpaikalla Voicen päälle, koska Pakkosoitto oli tulossa kello 08.30. (Koskenseppä 2015.)

Myöhemmässä vaiheessa Pakkosoitoilla haluttiin saada lisänäkyvyyttä ja niinpä pilapuheluita alettiin myös tekemään julkisuuden henkilöille.

Useilla suomalaisilla julkisuuden henkilöillä on tuhansittain seuraajia sosiaalisessa mediassa. Jos uhri tekee Pakkosoitosta sosiaaliseen mediaan päivityksen, näkee sen todella moni ihminen, joka ei välttämättä ole ollut tietoinen Voicen Herättäjistä. Tällä keinolla on mahdollista saada uusia kuuntelijoita kanavalle. (ks. kuva 3.) (Koskenseppä 2015).



Kuva 3. Arman Alizad joutui Pakkosoiton uhriksi. (Alizad 2015).

Esimerkiksi Arman Alizad joutui Pakkosoiton uhriksi, ja hän twiittasi kolmeen eri kertaan Pakkosoitosta (ks. Kuva 3). Arman Alizadilla on pelkästään Twitterissä yli 112 000 seuraajaa tätä kirjoittaessa. Tämä toi näkyvyyttä Voicen Herättäjille ja pakkosoitoille.

Tämän jälkeen myös julkisuuden henkilöt halusivat mukaan vedättämään ihmisiä (ks. kuva 4).



Kuva 4. Martina Aitolehti mukana vedättämässä Herättäjien Pakkosoitossa tuoretta Miss Helsinkiä 2015, Rosanna Kuljua. (Nyman 2015).

Pakkosoittoihin pyrittiin kehittämään ajan kuluessa myös tiettyjä teemoja. Ruotsalaisuuden päivänä Pakkosoitto tehtiin ruotsiksi. Euroviisukarsintojen aikana soitettiin euroviisufinalisteille, esimerkiksi poikabändi Satin Circukselle ja suomalaiselle artistille, Jouni Aslakille (ks. kuva 5).



Kuva 5. Jouni Aslakin Instagram-päivitys Herättäjien Pakkosoitosta. "Voicen Herättäjät onnistuivat tehtävässään. Aamu-uniselle meni pilapuhelu täydestä". (Aslak 2015).

Pakkosoittojen kehittyessä oli myös mietittävä niiden kestoja. Aluksi Pakkosoittoja tehtiin lavealla paletilla ja kesto saattoi olla jopa 4 minuuttia, mutta loppujen lopuksi kesto muovautui noin 2-3 minuuttiin. Pakkosoittojen kehittyessä niistä tehtiin myös tiiviimpiä. Näin niistä tuli mielekkäämpiä kuunnella ja selkeämpiä kokonaisuuksia. Pakkosoittoihin kehitettiin neljän listan sääntö, jotta kokonaisuus saatiin pidettyä paremmin kasassa. (Koskenseppä 2015)

1. Alustus (Mistä on oikein kyse?)
2. Syventäminen (Pakkosoiton ehdottajalta saatu fakta, jolla pystyi vakuuttamaan, että kyseessä olisi aito puhelu)
3. Ensimmäinen yllättävä kysymys (Vedätettävän hämmennys)
4. Absurdi kysymys (Vahvat reaktiot)



Radion kuunteluajat ovat lyhyitä. Myös Pakkosoitoista tehtiin tarpeeksi lyhyitä, että ihminen jaksaa keskittyä kuuntelemaan sen. Tästä syystä ne ovat Voicen kuunnelluimpia audioita. (Koskenseppä 2015.)

### 3.1 Pakkosoiton toteutus

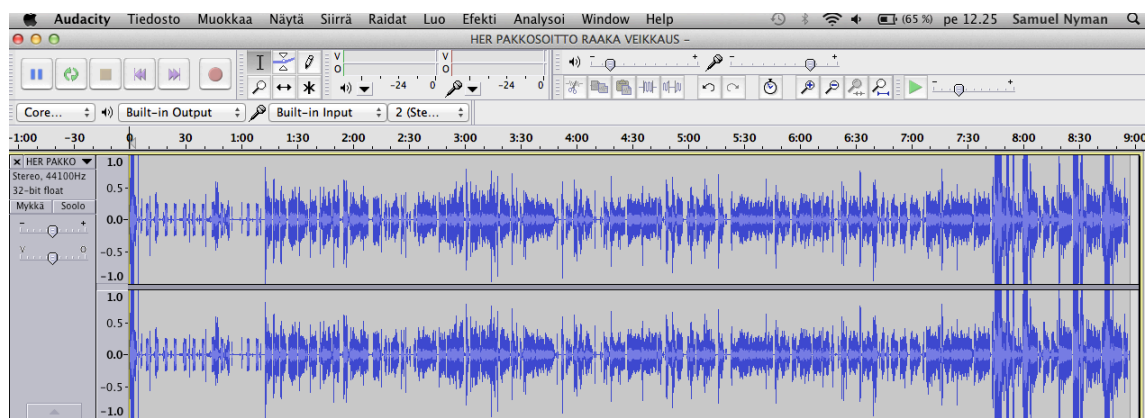
Vaikka Pakkosoiton kesto pyrittiin pitämään reilusti alle kolmessa minuutissa, oli yhden soiton työmäärä iso. Pakkosoiton ensimmäiseen vaiheeseen päästään, kun kuuntelija ottaa yhteyttä esimerkiksi sähköpostitse. Kaikkia ehdotuksia ei edes lähetä tekemään. Vaikka kyseessä on pilapuhelu, ei kuitenkaan haluttu loukata tai kiusata ketään. Tavoitteena olikin, että loppujen lopuksi vedätettävälle jää hyvä mieli puhelusta. Täytyy muistaa, että loppujen lopuksi kuuntelijat maksavat juontajien palkan ja kuulijoita pitää kunnioittaa (Johnson & Burns 2000, 72).

Ehdotuksen jälkeen sähköpostin lähettäjään otettiin yhteyttä, jonka kanssa yhdessä kerättiin tietoja ”uhrista”. Olennaista oli saada selville tarkempaa tietoa kohteen liikkeistä ja faktoja esimerkiksi asuinpaikasta.

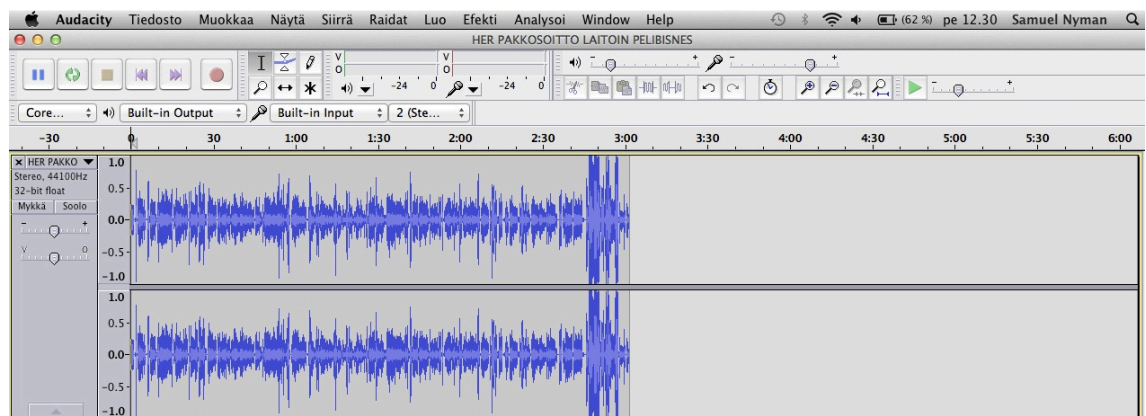
Kun tietoja oli kerätty tarpeeksi, alkoi Pakkosoiton käsikirjoitus. Tarina alkoi pääsääntöisesti sillä, että pystyin vakuuttamaan soittavani virastosta / tahosta / työpaikalta. Tämän jälkeen tarinaa kuljetettiin pikkuhiljaa absurdimmaksi. Yleensä pilapuhelu päättyi isoon hämmennykseen, jota seurasi paljastus, mistä oikeasti on kyse.

Pakkosoitot on pääasiassa nauhoitettu etukäteen, jotta siitä saatiin karsittua kaikki ylimääräinen pois. Esimerkkinä alla kuvat editoimattomasta yhdeksän minuutin Pakkosoiton ääniraidasta sekä kolmen minuutin editoidusta versiosta (ks. kuva 6 ja kuva 7). Kuvista huomaa, kuinka editoitu versio on kuuntelijaystävällisempi kuin editoimaton. Pakkosoitto on helppo leikata lyhyeksi, jos käsikirjoitus on hyvä. Editoisessa on tärkeä muistaa, että se voi olla hyvinkin tiivis, joten kaikki ylimääräinen puhe voidaan melkein karsia pois. On oleellista jättää

vain tunteita herättävät kohdat Pakkosoittoon. Editointivaiheessa on hyvä jättää tilaa vedätetyin reaktioille.



Kuva 6. Alkuperäinen nauhoitus vedätyksestä.



Kuva 7. Pakkosoitto editoituina. Kesto tasan kolme minuuttia.

Herättäjien Pakkosoitot pyrittiin tekemään yhden tai kahden päivän aikana, viikkoa ennen kuin ne kuultiin radiosta. Tällä pystyttiin turvaamaan, että aina on Pakkosoittoja valmiiksi tehtynä, jos esimerkiksi tuli sairastapaus. Myös päivän puheenaiheita pystyttiin etukäteen valmistelemaan niin, että ne voisivat tukea tulevaa pilapuhelua.

Suurin osa Pakkosoitoista on jälkikäteen kuunneltavissa Voicen internetsivuilla<sup>4</sup>, jonne ne laitettiin sen jälkeen, kun Pakkosoitto oli ensimmäisen kerran kuultu radiossa. Tällä tavalla pystyttiin palvelemaan niitä, jotka eivät kyseiseen aikaan olleet radion tavoitettavissa.

<sup>4</sup> [www.voice.fi/aamu](http://www.voice.fi/aamu)

### 3.2 Esimerkkejä suosituista Pakkosoitoista

Voicen hallintasivuston mukaan yhtä Herättäjien Pakkosoittoa kuunnellaan keskimäärin 800 kertaa. Muilla audioilla keskimääräinen kuuntelukerta on 142. Kuitenkin osalla Pakkosoitoista klikkauksia ja kuuntelukertoja on lähemmäs 2000. Olen koonnut tähän suosituimpia Pakkosoittoja ja linkkejä niihin.

Esimerkki 1. Herättäjien Pakkosoitto - Kuumottava stalkkeri. Kyseinen Pakkosoitto on kuunnelluin Pakkosoitto. Sitä on kuunneltu 2041 kertaa. Kyseisessä Pakkosoitossa Erikoismies Samuel esitti kuumottavaa stalkkeria, joka oli saanut stalkattavan yhteystiedot, hänen ystävältään, joka halusi Pakkosoiton toteutuvan. Erikoismies esitti ahdistavaa miestä, joka oli mukamas seurannut vedätettävän (Annikan) liikkeitä ja käyttäytyi todella ahdistavasti puhelun aikana. Pakkosoitto tehtiin elokuussa 2014.

Pakkosoitto on hyvä esimerkkitapaus siitä mitä haettiin. Ehdotus tuli kuulijalta. Pakkosoitto oli tarpeeksi absurdi, ja siihen saatiin vahvat reaktiot. (Koskenseppä 2015.)

Kyseisessä Pakkosoitossa Melissa otti yhteyttä Voicen Herättäjiin ja ehdotti, että haluaa vedättää ystäväänsä Annikaa. Melissan kansa käytiin läpi tarvittavia tietoja, mitä tarvitsin Annikasta. Tämän jälkeen tein käsikirjoituksen, jota seurasin puhelun aikana. Lopputuloksena oli yksi suosituimpia Pakkosoittoja<sup>5</sup>.

Toinen esimerkki suositusta Pakkosoitosta on myös Jeren ehdottama vedätys Antille, joka oli käynyt kavereiden kanssa metsästysretkellä Virossa. Kyseinen Pakkosoitto<sup>6</sup> tehtiin huhtikuussa 2014. Antti sai puhelun, jossa esitin hänelle olevani riistanhoitoyhdistyksestä vaatien lisäselvityksiä metsästysreissusta. Pakkosoitto on kestoltaan 2'25 minuuttia, eli kestoltaan lyhyt, mutta sisältää paljon käänteitä ja vahvat reaktiot vedätettävältä. Vahvoilla reaktioilla tarkoitan suurta tunnelatausta, jonka uhri kokee.

---

<sup>5</sup> <http://www.voice.fi/audiovideo/aamu/60/13226>

<sup>6</sup> <http://www.voice.fi/audiovideo/aamu/60/13162>

Kuulija ei jaksanut kuunnella kovin pitkää pätkää netistä. Ohilaukaus Virossa - Pakkosoitto on hyvä esimerkki tiiviistä Pakkosoitosta, jonka jaksanut kuunnella niin, että ei kerkeä tylsistyä. (Koskenseppä 2015.)

Kolmas esimerkki on Pakkosoitosta, jossa kuuntelija meinaa menettää malttinsa kokonaan. Tässä kyseisessä Pakkosoitossa Erikoismies Samuel esitti ison pelifirman lakimiestä. Pakkosoittoa ehdotti Voicen Herättäjien kuuntelija Anton, joka on Nikitan hyvä ystävä. Anton osasi kertoa Nikitasta oleellisia tietoja Pakkosoittoa varten. Anton kertoi, että Nikita pelailee paljon internetissä uhkapelejä, ja on temperamenttinen ihminen. Pakkosoitossa Erikoismies Samuel esittikin yhden Nikitan käyttämän pelifirman lakimiestä vaatien Nikitalta yli 30 000 euroa korvauksia. Pakkosoitto vaati sensurointia, koska Nikitan reaktiot ovat voimakkaita. Kyseisessä Pakkosoitossa Nikita hermostuu todella paljon, mutta kuitenkin lopussa selviää, että kyseessä on pila. Pakkosoitto<sup>7</sup> on kuultu tammikuussa 2015.

---

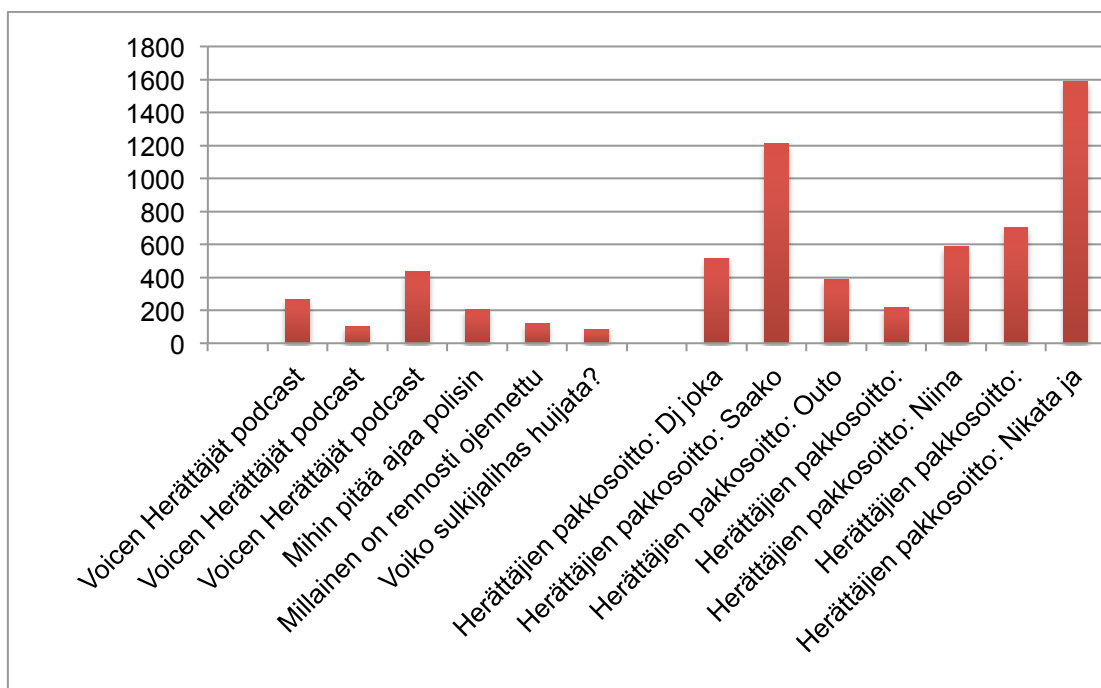
<sup>7</sup> <http://www.voice.fi/audiovideo/aamu/60/13660>

## 4 MIKÄ TEKI PAKKOSOITOSTA SUOSITUN

Pakkosoitot ovat hyvin suosittuja. Viikoittain Pakkosoittoja koskevia sähköposteja tulee useita. Valmiita Pakkosoittoja jaetaan paljon sosiaalisen median kautta eteenpäin (ks. kuva 8 ja kuva 9). Pakkosoitot ovat myös pääsääntöisesti kuunnelluimpia audiopätkiä, mitä löytyy Voicen internetsivuilta (ks. Taulukko 1). On siis selvää, että niitä halutaan kuulla Voicen Herättäjissä. Pakkosoitto muovautui tutuksi elementiksi suuremmalle kuulijajoukoille ajan kanssa, kun yleisö oppi tuntemaan Pakkosoiton konseptin ja käsitteen ”Pakkosoitto”. Kuulijat siis tietävät, mitä on luvassa, koska Pakkosoiton rakenne on sama päivittäin.

Pääsääntöisesti Pakkosoitot ovat siis lyhyitä ja selkeitä audioita. Näin ne ovat kuunneltavissa helposti ja nopeasti. Tämä on yksi syy Pakkosoiton suosioon ja se näkyy mm. kuuntelupiikkinä Voicen internetsivuilla, joissa Pakkosoitot julkaistaan samana päivänä, kun ne on kuunneltu lähetyksessä. Pakkosoitot ovat Voicen internetsivuilla kuunnellumpia kuin saman päivän muut audiopätkät, esimerkiksi tunti julkaisun jälkeen niitä on kuunneltu huomattavasti enemmän kuin saman päivän lähetyksestä tulleita muita podcasteja (ks. Taulukko 2).

Ihmisten keskittymiskyky on niin lyhyt, että he eivät jaksaa kuunnella pitkiä pätkiä. Pakkosoitto on tarpeeksi lyhyt, että sen jaksaa kuunnella. (Koskenseppä 2015.)



Taulukko 1. Otanta ”muut audiot” vs. ”Pakkosoitot”. Kuuntelukertojen määrä. Voice.fi/audiot sivustolta vuonna 2015. (Voice.fi)



Taulukko 2. Kuuntelukerrat tunti julkaisun jälkeen 13.3.2015. (Voice.fi)

Pakkosoiton tekee suosituksi myös se, että se on osittain myös kuuntelijan luomus. Kuulijat haluavat kertoa itse olevansa mukana radion tekemisessä ja näin viestivät siitä itse eteenpäin. Tästä syystä Pakkosoittoja jaetaan myös kuuntelijoiden sosiaalisessa mediassa (ks. kuva 8 ja kuva 9).



Kuva 8. Pakkosoiton uhrin ystävä jakoi Facebookissa Pakkosoiton. (Kurikka 2015).

Tässä tapauksessa Facebook-jaon tehnyt henkilö oli pakkosoiton uhrin ystävä, joka halusi kertoa yhteisille kavereille vedätyksestä. Myös itse uhrin saattoivat jakaa Pakkosoiton heti sen tultua julki sosiaalisessa mediassa (ks. kuva 9).



Kuva 9. Suomalainen Dj HyKid joutui vedätetyksi. Hän jakoi Pakkosoiton omassa Facebookissa heti julkaisun jälkeen. (Dj HyKid 2015).

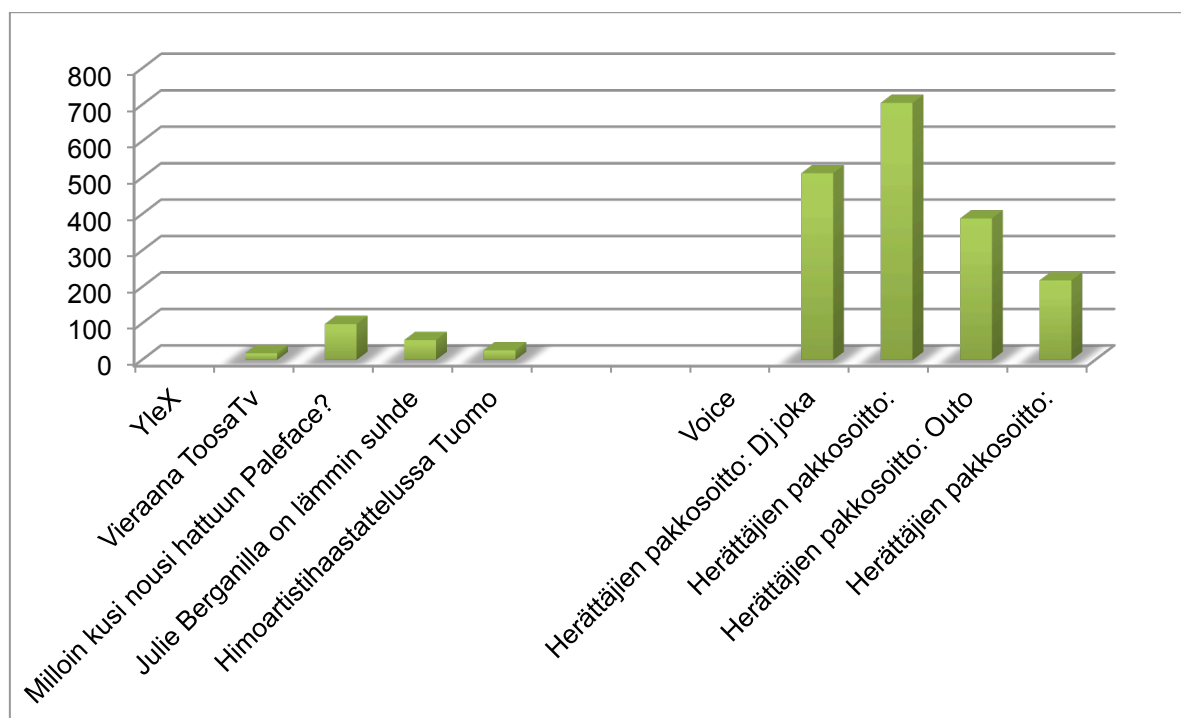
Herättäjien yhtenä sloganina oli ”yllätyksellisyys”. Pakkosoitto tuotiin lähetyksiin konseptina vastaamaan tähän tavoitteeseen, jossa se myös onnistui. Vaikka pakkosoiton rakenne oli selkeä ja noudatti samaa kaavaa, se ei silti ollut kuuntelijalle ennalta-arvattava. Pakkosoiton yllätyksellisyys sai kuuntelijat koukuttumaan ja kuuntelemaan seuraavankin Pakkosoiton, koska kuuntelija haluaa tietää, miten seuraava vedätettävä yllätetään. Tuttu Pakkosoiton kaava teki Pakkosoitosta helposti lähestyttävän, mutta se sisälsi joka kerta eri käsikirjoituksen, jolloin Pakkosoitosta tuli aina eri tavalla yllättävä. Pakkosoittojen kesto pyrittiin pitämään lyhyenä, jotta ihmiset jaksoivat kuunnella koko audion. Näin ne olivat helposti muistettavia ja kuunneltavia.

Pakkosoittojen suosiollisuus näkyy erityisesti siinä, että niitä on jaettu paljon sosiaalisessa mediassa. Pakkosoitot ovat edelleen kuunnelluimpia podcastejä



Voicen internetsivuilla ja ihmisten sosiaaliseen mediaan linkittämät Pakkosoitot näkyvät piikkeinä Voicen internetsivuilla. Lähetyksissä mainostettiin Pakkosoittoa niiden lähetysajan yhteydessä ja kehoitettiin kuuntelijoita osallistumaan. Lisäksi osa podcasteista jaettiin sekä Herättäjien että radiokanava Voicen Facebook-sivuilla. Näin ihmiset myös oppivat tuntemaan käsityksen ”Herättäjien Pakkosoitto”.

Pakkosoittoa on hankala verrata muiden kaupallisten kanavien podcasteihin, koska podcastien kuuntelukerrat pidetään salassa. Yleisradio on ainoa, joka kertoo podcastin alla niiden kuuntelumäärät. Ylen kanavista YleX on siis lähimpänä Voicea kuuntelijaluvuista sekä ohjelmasisällöistä Yleisradion radiokanavista, joihin voi verrata podcastien kuuntelukertoja. Vaikka podcastien kuuntelumääriä ei ole saatavilla kaupallisilta kanavilta, antaa Taulukko 3 osviittaa Pakkosoiton suosiosta. Kyseisessä taulukossa on verrattu Herättäjien Pakkosoittoa Yle Arenassa oleviin radiokanavan YleX:n viimeisimpiin podcasteihin.



Taulukko 3. Viimeisimmät Yle Arenassa näkyvät YleX:n podcastit vs. Voice.fi podcastit. 10.4.2015. (areena.yle.fi)

Yksi syy suurempiin kuuntelumääriin on tutun elementin toistuvuus. Pakkosoittoa toteutettiin joka arkiamu, ja sitä mainostettiin Voicen Herättäjissä sekä muissa radiokanava Voicen ohjelmissa. Toisin kuin YleX:n podcastit, Pakkosoitot ovat tiiviitä pätkiä, ja niistä saatiin tunnistettava ohjelmaosio. Kuulijat tietävät jo otsikosta, mitä on luvassa. YleX:n podcastit puolestaan ovat pitkiä, jopa 9 minuutin pätkiä, eikä podcastien laittamisessa Yle Areenaan ole johdonmukaisuutta. Esimerkiksi taulukosta 3 voidaan havaita neljän viimeisimmän YleX:n podcastien julkaisuissa olleen usean kuukausien tauko. Herättäjien Pakkosoitto puolestaan julkaistiin Voice.fi -sivustolla melkein joka arkipäivä.

## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Herättäjien Pakkosoitto oli toimiva konsepti, jota muut kanavat eivät olet vielä lähtenyt kokeilemaan. Omasta mielestä Pakkosoitto konseptina voisi tulevaisuudessa sopia mille kanavalle vain. Kuitenkin Pakkosoittojen tekeminen on työlästä ja vaatii yhden henkilön toteuttamaan sitä. Pakkosoitot vaativat tekijältä vahvaa tilannekomiikka, käsikirjoitustaitoa ja tuoretta näkökulmaa (Koskenseppä 2015).

Voicen Herättäjillä oli resursseja tehdä työläisiä Pakkosoittoja ja erikoistoteutuksia, ja siksi niitä tehtiin päivittäin. Omasta mielestäni Pakkosoitto konseptina voisi sopia mille kaupalliselle kanavalle tahansa. Monella kanavalla pilapuheluita onkin toteutettu kelluvana ohjelmaosiona. Eli silloin, kun siihen on löytynyt ylimääräistä aikaa ja kun siihen on saatu hyvä idea. Voicen Herättäjät taas puolestaan panosti tähän ohjelmaosioon, ja siitä tehtiinkin tunnistettava tuote.

Pakkosoittojen suosiosta kertoo Pakkosoittojen kuuntelukertojen määrä sekä Facebook-jaot, joita Pakkosoitoista on tehty. Kuuntelumääriin tietenkin vaikuttaa se, että Voicen Herättäjät on myös itse jakanut kyseisiä podcastejä Voicen Facebook-sivuilla sekä omalla Voicen Herättäjät Facebook-sivulla. Kun podcast on jaettu Facebookissa, ei sitä ole tarvinnut lähteä etsimään Voicen internetsivuilta. Pakkosoitot ovat huomattavasti kuunnellumpia audioita Voicen internetsivuilla, kuin muut audiot. Pakkosoittoja on tehty yhtenäisesti, ja niistä on tehty erikseen kuunneltava audio lähes säännöllisesti joka päivä. Jos verrataan esimerkiksi Yle Areenaan sijoitettavia YleX:n podcastejä, ei niitä tule Yle Areenaan niin yhtenäisesti kuin Voicen sivuille Herättäjien Pakkosoittoja. Tämä on yksi syy, joka vaikuttaa suosioon. Jos podcastejä tulee harvakseltaan, eivät kuuntelijat mene edes sivustolle katsomaan, mitä tarjolla on. Yksi syy suosioon on myös se, että Pakkosoitto yhdisti kuuntelijat osaksi lähetysvirtaa. Jokainen Pakkosoitto oli uudella tapaa yllätyksellinen vaikka se noudatti joka kerta samaa kaavaa.

Vaikka Pakkosoitoille varattiin aikaa tehdä, oli toteutus joskus myös hankalaa. Vaikka ehdotuksia saatiin useita viikossa, oli välillä vaikea löytää oikeanlaista

tyyliä lähteä tekemään Pakkosoittoa. Osa ehdotuksista saattoi olla jopa ilkeitä, jolloin Pakkosoittoa ei edes lähdetty harkitsemaan. Pakkosoiton tarkoitus ei ollut loukata tai satuttaa kuulijaa. Myös aikatauluttaminen soitoissa saattoi välillä olla haasteellista. Usein Pakkosoiton uhri ei vastannut tuntemattomaan numeroon, tai olisi vasta pystynyt puhumaan iltapäivällä työpäivän jälkeen. Voicen Herättäjien työaika alkoi kello 05.00 ja päättyi yleensä noin kello 13.00. Tämä toi oman haasteen siihen, milloin soittoja tehtiin.

Pakkosoiton suosio ei syntynyt hetkessä. Se vaati pitkäjänteistä työtä joka päivä. Juontajien piti muistaa puffata kyseistä ohjelmaosiota. Tämän lisäksi kanavilla pyöri mainos kyseisestä osiosta. Voicen Herättäjät teki Pakkosoiton eteen paljon. Käsikirjoituksia Pakkosoittoihin suunniteltiin yhdessä, jos Erikoismies Samuelin resurssit tai esimerkiksi aika ei ollut antaa myöten. Kyseisestä ohjelmaosiesta tehtiin tekijöiden voimin iso ohjelmaosio kanavalle. Pakkosoitosta haluttiin noudattaa päivästä toiseen samaa kaavaa, jotta se jättää muistijäljen. Kun kaava noudattaa päivittäin samaa, tietää yleisö mitä on luvassa (Kujala 1998, 27).

Pilapuhelut on helposti samaistuttava formaatti, ja sitä ei ole kovin hankala myydä suurelle yleisölle. Jos radiokanavalla riittää resursseja ja ohjelman formaatti antaa periksi, ei pilapuhelu ole ollenkaan huono valinta yhdeksi ohjelmaosiksi. Voicen Herättäjät toteutti Pakkosoittoa tammikuusta 2014 maaliskuuhun 2015 ja teki tällä muistijäljen ja suositun osion radiokanavalle. Tätä kirjoittaessa yksikään radiokanava ei kyseistä ohjelmaosiota käytä vakituisena ohjelmaelementtinä.

## LÄHTEET

- Alizad, A Twitter Viitattu 19.3.2015 <https://www.twitter.com/titmeister>
- Aslak, J. Instagram Viitattu 19.3.2015 <https://www.instagram.com/jouniaslak>
- Dj Hy Kid Facebook. Viitattu 19.3.2015 <https://www.facebook.com/DjHyKid>
- Hirsjärvi, S; Hurme, H 2008. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.
- Honkanen, A 2015 Haastattelu 19.3.2015
- Hyppönen, H 2005. Kuinka SE tehdään esiintyjänä. Helsinki: Talentum
- Johnson, T; Burns, A. 2000. Morning radio. A guide to developing on-air superstars Yhdysvallat
- Iltalehti 2014. Sateenkaari ilmestyi eduskuntatalon julkisivuun - katso kuva tempauksesta Viitattu 17.3.2015 <http://www.iltasanomat.fi/kotimaa/art-1288785452452.html>
- Iltasanomat 2014. Radiojuontajilta rohkea tempaus hyvän asian puolesta Viitattu 17.3.2015 [http://www.iltalehti.fi/viihde/2014032718161171\\_vi.shtml](http://www.iltalehti.fi/viihde/2014032718161171_vi.shtml)
- Koskenseppä, S. 2015 Haastattelu 17.3.2015.
- Kujala, T; Lahti, J; Tamminen, H. 1998. Radiotyön perusteet. Johdatus suoran lähetyksen tekemiseen. Tampere: Gaudeamus.
- Kurikka, J. Facebook. Viitattu 19.3.2015 <https://www.instagram.com/juhakurikka>
- Mäkinen, R. 2015 Haastattelu 18.3.2015
- Nyman, S. Instagram. Viitattu 19.3.2015 <https://www.instagram.com/samuelynyman>
- Roebuck, K. 2013. Podcasting: High-impact Strategies - What You Need to Know: Definitions, Adoptions, Impact, Benefits, Maturity, Vendors Viitattu 10.4.2015 [https://books.google.fi/books?id=1s8NBwAAQBAJ&hl=fi&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.fi/books?id=1s8NBwAAQBAJ&hl=fi&source=gbs_navlinks_s)
- Sbs Discovery Media 2014. Anssi Honkanen ja Niina Backman The Voicen aamuun - Voicen Herättäjät aloittaa 30.12.! Viitattu 15.3.2015 [http://news.cision.com/fi/sbs-discovery-radio/r/anssi-honkanen-ja-niina-backman-the-voicen-aamuun---voicen-herattajat-aloittaa-30-12-,\\_c9506709](http://news.cision.com/fi/sbs-discovery-radio/r/anssi-honkanen-ja-niina-backman-the-voicen-aamuun---voicen-herattajat-aloittaa-30-12-,_c9506709)
- Sbs Discovery Media 2015 Viitattu 16.3.2015 [www.sbs.fi](http://www.sbs.fi)

Voice.fi/etähallintä Viitattu 15.3 ”ei julkinen lähde”

Yle Areena Viitattu 10.4 <http://areena.yle.fi/>