

PODCAST URHEILUJOURNALISMISSA

Miten jalkapallo-podcast Penkinlämmittäjät toimii osana uutisvirtaa?

Ruuttila Atte

Opinnäytetyö
Kaupan ja kulttuurin ala
Viestintä
Medianomi

TORNIO 2016

Viestinnän koulutusohjelma
Medianomi (AMK)

Tekijä	Atte Ruuttila	Vuosi	2016
Ohjaaja(t)	Janne Vahtola, Ari Alm		
Toimeksiantaja	-		
Työn nimi	Podcast urheilujournalismissa. Penkinlämmittäjät osana uutisvirtaa.		
Sivu- ja liitesivumäärä	36		

Toiminnallisessa opinnäytetyössäni tutkin, miten podcast toimii urheilujournalismissa ja miten jalkapallo-podcast Penkinlämmittäjät käyttäytyy osana uutisvirtaa. Tavoitteena oli ratkaista mitä podcastit tuovat urheilujournalismin kentälle ja kuinka niitä voi käyttää perinteisen median ohessa, ja mitä journalistisia eroavaisuuksia Penkinlämmittäjät-podcastissa on verrattuna valtavirtamediaan.

Teoriaosuudessa käytin aineistona podcastien tekemiseen, journalismiin ja radiotyöhön keskittyviä teoksia, sekä internet-artikkeleita. Tutkimusosassa käytin tekemällä tutkimista analysoimalla Penkinlämmittäjät-podcastia ja muita Euroopan ja Suomen suosituimpia jalkapallo-podcasteja.

Podcasteilla on oma alueensa urheilujournalismissa sen vapaan tyylinsä vuoksi. Podcasteja ei tarvitse mitoittaa vakioksi, vaan ne voivat elää aiheen laajuuden mukaan. Podcastit ovat myös kerrontatyyliltään hyvin monimuotoisia.

Penkinlämmittäjät-podcast toimii osana uutisvirtaa tasaisen julkaisurytminsä ja kommenttimaisuutensa vuoksi. Se ottaa kantaa usein esillä oleviin aiheisiin ja pohtii aihetta toimituksen omasta näkökulmasta, joka tuo aiheeseen subjektiivisempaa näkemystä.

Avainsanat
Penkinlämmittäjät.

jalkapallo, podcast, urheilujournalismi,

School of Business and Culture
Degree Programme of Media Arts
Bachelor of Media Arts

Author	Atte Ruuttila	Year	2016
Supervisor	Janne Vahtola, Ari Alm		
Commissioned by	-		
Subject of thesis	Podcasts in sports journalism - Penkinlämmittäjät on news feed.		
Number of pages	36		

This thesis work researched how podcasts function inside sports journalism and how the football podcast Penkinlämmittäjät works as a part of a news feed. The objective of this work was to find out what podcasts add to sports journalism, how podcasts can be used with more traditional media, and what the differences between Penkinlämmittäjät and mainstream media are.

In the theory part of this thesis work, I used books and articles discussing radio broadcasting, podcasting, and journalism. I also analysed Penkinlämmittäjät and other popular Finnish and European football podcasts.

Podcasts have their own place in sports journalism due to their free style of broadcasting. Podcasts do not have to have a pre-set length; they vary in accordance with the subject matter. Additionally, podcasts can be very versatile in terms of their narrative style.

Penkinlämmittäjät works as a part of the every-day news feed because of its constant publishing rhythm and comment-esque. The podcast takes stand on topical issues and ponders the subject matters from the editorial point of view, which introduces subjectivity to the subject matter.

Key words football, podcast, sports journalism, Penkinlämmittäjät.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	6
2 PODCAST	8
2.1 Mikä on podcast?.....	8
2.2 Podcastien historia	8
2.3 Ulkomaalaiset jalkapallo-podcastit	9
2.4 Jalkapallo-podcastit Suomessa.....	13
3 PENKINLÄMMITTÄJÄT	15
3.1 Jalkapallo-podcast Penkinlämmittäjät	15
3.2 Kuuntelijamäärät ja levittäminen	16
3.3 Äänitystekniikka ja -laitteisto	20
4 URHEILUJOURNALISMI VALTAVIRTA MEDIASSA JA PODCASTEISSA .	24
4.1 Tyyli ja ajankohtaisuus.....	24
4.2 Podcastien vapaa kerronta Penkinlämmittäjissä	26
4.3 Podcastien draaman kaari	29
5 OMAN OHJELMAN ANALYSOINTI.....	32
5.1 Tarinan kertominen.....	32
5.2 Jakson suunnittelu ja aiheiden käsittely	34
5.3 Onnistumisia ja kehittämistä	36
6 POHDINTA.....	40
LÄHTEET	42

ALKUSANAT

Haluan kiittää Janne Vahtolaa ja Ari Almia, jotka omalla innostuksellaan ja aidolla kiinnostuksellaan loivat hyvät lähtökohdat opinnäytetyön tekemiseen.

1 JOHDANTO

Jalkapallo-podcast Penkinlämmittäjät on kolmesta jalkapallofanaatikosta koostuva toimitus, joka käsittelee viikoittain ilmestyvässä podcast-jaksossa kansallista ja kansainvälistä jalkapalloa. Penkinlämmittäjiä julkaistaan Nelonen Mediaan kuuluvassa Supla-sovelluksessa sekä Nelosen internetsivuilla. Podcastimme jaksojen suunnittelussa, julkaisemisessa ja leikkaamisessa teen yhteistyötä toimituksen kahden muun jäsenen Anssi Karjalaisen ja Jussi Vainikan kanssa. Penkinlämmittäjät-jaksoja on tuotettu helmikuusta 2015 lähtien.

Toiminnallisessa opinnäytetyössäni analysoin Isossa-Britanniassa suosittuja jalkapallo-podcasteja, yhtä suomalaista jalkapalloaiheista-podcastia, Penkinlämmittäjät-podcastia ja vertailen näitä keskenään. Isommassa mittakaavassa vertailen Penkinlämmittäjien tapaa tehdä journalismia verrattuna perinteisempiin journalismiin ja eritoten uutistoimittamisen tapoihin. Mikä erottaa objektiivisen uutistyön Penkinlämmittäjien tyylistä tehdä podcast-jaksoja? Selvitän myös miten podcastit sopivat osaksi urheilujournalismia ja miten Penkinlämmittäjät toimivat osana uutisvirtaa. Käsittelem Penkinlämmittäjät-podcastin tuotanto- ja työvaiheet aiheen valinnasta aina jakson leikkaamiseen ja sen markkinointiin asti.

Opinnäytetyön aineistona käytän kirjallisia lähteitä radiotyöstä, journalismista sekä podcastien teosta. Aiheen kirjallisen materiaalin rajallisuuden vuoksi käytän myös internet-artikkeleita ja sovellan tekemällä tutkimisen menetelmää pilkkoesani eri podcasteja pienempiin osiin.

Soveltavan tutkimusmenetelmän mukaan nojaan vahvasti käytännön tutkimiseen ja käytännön ongelmien ratkaisujen selvittämiseen. Pyrin selvittämään uutta tietoa, jonka voi siirtää suoraan käytäntöön.

Työn rakenne etenee podcast-termin selvittämisestä sen historiaan ja mitä podcastit oikeasti ovat. Historiaosuuden jälkeen esittelen suomalaisia podcasteja analysoiden niitä, jonka jälkeen käsittelem jalkapallo-podcast Penkinlämmittäjiä. Sen jälkeen käyn läpi muiden ja Penkinlämmittäjät-podcastin asemaa urheilujournalismissa ja lopuksi analysoin oman ohjelman tarinallisesta kerrontatavasta aina podcastimme onnistumisiin ja tulevaisuuden kehitysehdotuksiin.

Pyrin tuomaan lukijalle mahdollisimman kokonaisvaltaisen työn, jonka lukiessaan löytää vastaukset edellä mainittuihin kysymyksiin ja kykenee ymmärtämään podcastien tekemisen, jotta voi aloittaa oman podcastin niin halutessaan.

2 PODCAST

2.1 Mikä on podcast?

Podcast-nimitys tulee sanoista "broadcasting" (suom. lähettäminen, esimerkiksi radiolähetyksen lähettäminen) ja "iPod" (yhdyvaltalaisen Apple-elektronikkayrityksen tuottama musiikkisoitin) (Green 2015, 1-2). Podcastit ovat radio-ohjelman tapaisia äänitiedostoja, joita voi kuunnella joko suoraan, tai ladata, tietokoneella tai älylaitteella (Frilander, 2015). Podcasteista on käytetty myös nimitystä "audioblogging" eli ääneen luettua blogia. Podcastit voivat äänen lisäksi sisältää myös videoita, mutta tärkeintä on, että kyseessä on sarjamainen tuote. Podcastit toimivat RSS-feedin (Rich Site Summary) kautta. RSS-feedi tarjoaa esimerkiksi jatkuvasti päivittyvän internet-sivuston materiaalia reaaliajassa (What Is RSS 2015).

Podcastit ovat kehittyneet suosituiksi keskustelualustoiksi useissa marginaali- ja valtavirta-aiheissa. Podcasteja tehdään politiikasta, teknologiasta, urheilusta, sosiaalisesta mediasta. Podcastien hienous piilee siinä, että ei tarvitse olla alansa suuri asiantuntija, eikä taustalla tarvitse olla isoa mediakoneistoa, jotta saa äänensä ja podcastinsa kuuluville. Podcast-ohjelmien aihekirjosta toimii oivana esimerkkinä Kaarle Hurtigin podcast "Kaarle" (Soundcloud 2016). Podcasteissaan Hurtig keskustelee yksin tai vieraan kanssa elämän suurista kysymyksistä ja aiheista, jotka askarruttavat mieltä. Siis podcast, jonka aiheena on elämä.

2.2 Podcastien historia

Vuonna 2004 MTV:n entinen mediapersoona Adam Curry kehitti ohjelmistokoodaaja Dave Winerin avustuksella ohjelmiston, jolla pystyi lataamaan radio-ohjelmia suoraan iPodiin (Watson 2005). Ohjelmisto sai nimekseen iPodder. Eri tahot kehittivät ohjelmistoa, ja sen ideaa eteenpäin, ja näin kehittyi podcast. Pikkuhiljaa ihmiset löysivät iPodderin ja tajusivat, että kuka vain voi ohjelmistoa hyväksikäyttäen tehdä omaa ohjelmaa, syntyi podcastien tekijöiden pioneeri-yhteisö (Ciccarelli 2016).

Termiä ”podcasting” käytettiin todennäköisesti ensimmäisen kerran sanomalehti The Guardianin toimittajan Ben Hammersleyn toimesta helmikuussa vuonna 2004, kun Hammersley kirjoitti artikkelin audiobloggaamisesta (Ciccarelli 2016). Dannie Gregoire käytti termiä saman vuoden syyskuussa, kun hän määritteli Adam Curryn luomaa synkronointiin ja automaattiseen lataamiseen keskittyvää ideaa (Ciccarelli 2016).

Vuonna 2004 hakupalvelu Googleen alkoi ilmestyä artikkeleita siitä, kuinka aloittaa oman podcastin tekeminen. Seuraavana vuonna hakusanoilla ”how to+podcast” löytyi yli kaksi miljoonaa osumaa (Ciccarelli 2016). Samana vuonna amerikkalaisyhtiö Apple julkaisi omassa mediasoittimessa iTunesissa podcasteja tukevan ohjelmiston ja podcastit saavuttivat uusia kuuntelijoita ja kuuntelumäärät lähtivät nousuun (blubrry 2016).

2.3 Ulkomaalaiset jalkapallo-podcastit

Podcastit ovat maailmalla erittäin suosittuja. Trendi onkin tulossa pikkuhiljaa myös Suomeen, jossa varsinkin itsenäiset podcastien tekijät ovat olleet aloitteen tekijöinä. Nyt myös suuret mediatalot, kuten Yle ja Nelonen Media, ovat alkaneet panostamaan podcasteihin. (Frilander 2015.)

Jalkapallo-podcastit ovat kyseisen ohjelmatyyppin yksi suurimmista genreistä. Jalkapallo-podcastien suuri määrä korreloi luonnollisesti lajin mahtiasemaa koko maapallon suosituimpana urheilulajina. Kyseisen aihepiirin podcasteja on löydettävissä lukuisille kielille ja todella monet ohjelmat ovat saaneet haalittua itselleen suuren fanikunnan. Yksi jalkapallo-podcastien suurmaista on luonnollisesti Iso-Britannia, joka on jalkapalloa aktiivisesti seuraava maa ja podcastien merkittävä kuluttaja.

Isossa-Britanniassa suosittuja jalkapallo-podcasteja ovat muun muassa BBC:n tekemät podcastit, kuten 5 live's Football Daily (BBC 2016) ja World Football (BBC 2016). BBC:n laadukkaita podcasteja halutaan kuitenkin haastaa. Monet isot sanomalehdet (The Guardian: Football Weekyl, The Times: The Game, The Sun: Sun Goals Podcast) ja mediatalot (Sky Sports: Super Sunday Podcast ja La Liga Weekly, ESPN: ESPN FC) ovat avanneet omat podcastinsa ja haluavat

osansa kuuntelijoista. Suuri kilpailu kuuntelijoista tarkoittaa briteissä sitä, että jokainen podcastin julkaisija haluaa ohjelmalleen tietynlaisen tyylin, tavan erottua muista. BBC:n julkaisemat podcastit ovat hyvinkin konservatiivisia ja erittäin asiapitoisia, kun taas itsenäisesti jalkapallo-podcasteja tekevä The Football Ramble (The Football Ramble Ltd. 2016) luottaa, joskus hurttiinkin, huumoriin ja teräviin sanakäänteisiin. BBC:n julkaisemat podcastit ovat konservatiivisia siksi, että ne luottavat pääsääntöisesti tarkkaan ajalliseen normiin ja hyväksi havaittuihin ohjelmaosioihin. BBC:n podcastit eivät herätä liiaksi eriäviä mielipiteitä tai julista omiaan. Erityyppiset podcastit ovat suuri aarreaitta jalkapallofanaatikolle, jokaiselle on jotakin. Yksi Ison-Britannian ja Euroopan suurimmista ja suosituimmista jalkapallo-podcasteista on itsenäinen The Football Ramble. The Football Ramble on tehnyt aktiivisesti jalkapallo-podcasteja vuodesta 2007. Podcastin toimitukseen kuuluu neljä jäsentä, Marcus Speller, Jim Campbell, Pete Donaldson ja Luke Moore (Wikipedia 2016).

The Football Ramble on tyyliään rönsyilevä, huumoria käytetään, eikä sanoissa paljoa säästellä. Koska kyseessä on itsenäinen podcast, ei kukaan ole säätelemässä mitä podcastissa saa sanoa ja mitä ei. Tämän he ovat myös hyvin käyttäneet hyväksi. Asiasisältö on korkealla tasolla, vaikka faktat ja analyysit ovatkin usein verhoiltu huumoriin sekaan. Toimittajat käyttävät puheenvuoroissaan värikkästä kieltä, joka edesauttaa kuuntelijaa kiinnostumaan toimittajien sanomisista, vaikka tylsäkin asia sanotaan veikein sanakääntein, on se välittömästi kiinnostavaa. (Speller, Campbell, Donaldson & Moore 2016.)

Jaksot alkavat yleensä humoristisella uutisaiheella, joka käydään läpi ja jota vietään pidemmälle eteenpäin vitsinkeinoin. Uutisesta kerrotaan usein myös oma versio, toimittaja kertoo uutiseen liittyen oman näkemyksen. Jos esimerkiksi poimitussa uutisessa on valittu vuoden Valioliiga-joukkue, toimittaja kertoo oman näkemyksensä siitä, mikä joukkue olisi pitänyt valita vuoden joukkueeksi huumoria käyttäen. 17.5.2016 julkaistussa jaksossa "Patent no. GB1415442.1 terminated before grant" toimitusnelikko käy läpi erään espanjalaisen joukkueen uutta peliasua ja keskustelevat, jos he saisivat suunnitella oman peliasun. (Speller, Campbell, Donaldson & Moore 2016.)

Jaksot ovat tekniseltä toteutukseltaan huippuluokkaa. Jaksot alkavat poikkeuksetta lyhyellä kappaleella, jonka alta puhe nousee musiikkia hallitsevammaksi elementiksi ja alkaa kulloinkin studiossa olevien toimittajien lyhyt ja ytimekäs esitys. Puheen ääni on teknisesti hyvin toteutettu, eikä minkäänlaista p-kirjaimen aiheuttamaa ”poksumista”, s-kirjaimen sähinää tai särisemistä ole havaittavissa. Podcastia äänitetään selkeästi ammattimaisissa tiloissa ja hyvällä laitteistolla, vaikka suurta mediataloa ei olekaan taustalla. (Speller, Campbell, Donaldson & Moore 2016.)

The Football Ramble on asiasisällöltään ja tekniseltä toteuttamiseltaan erinomaista, on sen suola silti toimittajien välinen saumaton kemia. Persoonat ovat toisiaan täydentäviä ja toisten puheeseen reagoiminen ja kommentoiminen on antoisaa kuunneltavaa. Ilmassa on myös erilaisia piirteitä huumorista ja toimittajat tykkäävät myös piikitellä toisiaan. Vaikka keskustelu on analyttistä ja aiheisiin uppoutuvaa, on siinä paljon rentoutta, joka välittyy kuuntelijalle. En usko, että The Football Ramble olisi The Football Ramble, jos taustalla olisi iso mediatalo, joka säätelisi keskustelun vaiheita ja sitä mitä saisi, ja ei saisi sanoa. Ohjelma on juuri sellainen kuin se on toimittajien vapautensa takia.

BBC:n yksi suosituimmista jalkapallo-podcasteista on 5 live’s Football Daily (BBC 2016). Podcast on eräänlainen jalkapallo-podcastien jättiläinen, erittäin suosittu ja varma vaihtotehto kuuntelijalle, kuin kuuntelijalle. Podcastista kuule heti ensi sekunneista, että kyseessä on ison mediaorganisaation tuotos. Mistään ei ole tingitty, laatu ja käytetyt resurssit kuuluvat niin kuin pitääkin. Kuten nimestäkin voi päätellä, on kyseessä ns. live-podcast eli podcastin puheosuudet on äänitetty suorana eri lokaatioista. Joitakin jaksoja ennen on lyhyt puheisuus studiosta, mutta itse varsinainen podcast on live-henkinen. Esimerkiksi 21.5.2016 julkaisussa jaksossa ”Lingard’s FA Cup winner was ‘breathtaking’” (Pougatch, Neville, Waddle & Murray 2016), toimittaja Mark Pougatch (podcastissa on usein vaihtuva toimittaja) keskustelee juuri päättyneestä FA Cupin finaalista jakson vieraiden kanssa suorana Wembley-stadionilta. Podcastin suorat osuudet eivät rajoitu vain yhteen lokaatioon, ”Lingard’s FA Cup winner was ‘breathtaking’” –jaksossa siirrytään sulavasti Lontoosta Skotlantiin ja Glasgow’hun.

5 live's Football Daily on hyvin tarkasti rakennettu jalkapallo-podcast. Oman mausteensa podcastiin antaa sen halu tuoda tunteet, tilanteet ja reaktiot suorana, vaikka kyse onkin jälkeinpäin kuunneltavasta podcastista. Toimittajat ovat ammattitaitoisia ja analyttisiä, mikä tuntuu olevan ohjelman toinen valttikortti. Ohjelmassa voi kuulla myös tunnetta ja paloa jalkapalloa kohtaan, mutta asiat käsitellään hyvinkin fakta-pohjalta, eikä tilanteiden tai tulosten maalailuun paljoakaan kuluteta aikaa. Asiat kerrotaan niin kuin ne ovat tapahtuneet, unohtamatta tunnetta. Vaikka toimittajien äänestä kuulee, kuinka vahvasti he ovat mukana jakson aiheessa, ovat podcastin vierailijat niitä, jotka tuovat teräviä ja värikkäitä mielipiteitä ilmoilla, joilla kuuntelija saadaan koukuttumaan. Tämä on toimiva kaava, täydellisen objektiivinen lajitoimittaja ja vapaammin reagoivana vieraana/vieraina. (Pougatch, Neville, Waddle & Murray 2016.)

Äänimaailmallisesti BBC:n jalkapallo-podcastien kruunujalokivi on täysin omaa luokkaansa. Ennen jaksoja tulee periaatteessa kaksi jingleä, pakollinen "kiitos, kun kuuntelet"-jingle ja sen jälkeen ohjelman oma varsinainen jingle. Ennen puheosuuksia kuultava jingle on tunnelmaa nostattava, jossa kuullaan eri pelaajien tekemien maalien hehkutusta. Jinglejen jälkeen päästään kahteen merkittävään asiaan siinä, miksi 5 live's Football Daily on äänimaailmallisesti hyvä. Äänenlaatu on puhdasta ja autenttista eli studiosta tulevat osuudet ovat puhtaita ja live-osuudet autenttisia. Kuuntelijalle ei voisi olla parempaa äänielämystä, kuin monikymmentuhantinen yleisömeri taustalla ja toimittajat etualalla. Ohjelman jaksoissa kuulevaa syvää ja muhkeaa taustaääntä ei voi keinotekoisesti tehdä. Mölyävä stadion kuuluu jopa toimittajien ja vieraiden puheen läpi, mutta ei häiritsevästi. Kyseiset asiat lisäävät aitouden ja paikallaolemisen tunnetta, joka on yksi ohjelman selkeistä vahvuuksista, ja millä ratsastetaan surutta. (Pougatch, Neville, Waddle & Murray 2016.)

Siitä huolimatta, että BBC:n 5 live's Football Daily onkin yhtiönsä näköisesti hiukan konservatiivinen varsinkin toimittajien vapauksissa, tuo se live-ominaisuuksillaan erilaista ja erottautuvaa ohjelmaa jalkapallo-podcast –markkinoille. Joitakin kuuntelijoita live-osuudet saattavat haitata, jos kuuntelija hakee elämykselleen mahdollisimmat puhdasta ja studio-omaista ääntä koko ohjelman ajan, on 5

live's Football Daily väärä ohjelma. Live-osuudet tuovat podcastiin paljon sel- laista, mitä muut eivät kykene tuottamaan, tunnetta paikan päältä. Asiantuntevat ja tiukasti asiassa pysyvät toimittajat, terävyyttä tuovat vieraat ja tunne, että kuun- telija on paikan päällä jalkapallostadionilla, ovat 5 live's Football Dailyn suola. (Pougatch, Neville, Waddle & Murray 2016.)

2.4 Jalkapallo-podcastit Suomessa

Suomessa podcastit ovat marginaalilaji, vaikkakin suosio on nousemassa no- peaa tahtia. Kun marginaalia-asiasta (podcastit) otetaan marginaalilaji (jalka- pallo) löydämme suomalaiset jalkapallo-podcastit, joita on tasan kaksi: Ilta-Sano- mien Pallokerho-podcast ja omani, itsenäinen jalkapallo-podcast, Penkinlämmi- täjät. Lähtökohtaisesti on outoa, että Suomen harrastetuimmalla joukkuelajilla (Huippu-urheilun faktapankki 2010) on vain kaksi aktiivista podcastia. Tämä joh- tuu varmasti osittain siitä, että suomalaiset ovat hyviä kielissä, joten jalkapallo- fanille ei ole ongelma kuunnella suosikkilajistaan englanniksi. Toinen syy on pod- castien murtautumattomuus valtavirtamediaan.

Tähän on tulossa muutos. Ilta-Sanomat on avannut pelin valtavirtamedian puo- lella ja Pallokerhon podcast on saanut runsaasti kuuntelija (Ilta-Sanomat 2016) ja onkin vain ajan kysymys milloin seuraava suuri ja näkyvä media aloittaa oman jalkapallo-podcastin tekemisen. Pallokerhon podcast on ottanut selkeän näkökul- man ja aiheen omiin podcasteihinsa - kotimaisen jalkapallon ja Veikkausliigan. Näin ollen ohjelmalla on selkeä kuuntelijakunta, ja podcast on selkeästi brän- dätty. Kuuntelija tietää mitä tulee saamaan jaksosta toiseen.

Pallokerhon podcast on tasoltaan ja asiasisällöltään hyvä. Äänessä on yleensä kahdesta kolmeen toimittajaa, jotka ovat pääsääntöisesti asiantuntevia ja asianesittävyudessa selkeitä, toimittajan kertovien asioiden pointit tulevat esille. Toimittajien artikulaatio voisi olla hiukan terävämpää ja argumentointi laajempaa. Toimittajien äänen miellyttävyys on kuuntelijankorvissa, mutta koska kyseessä on puheohjelma, podcastin mielekkyyttä lisäisi, jos toimittajilla olisi kokemusta radiosta. (Sundelin & Oivio 2016.)

Pallokerhon podcastissa äänenlaatu on kauttaaltaan melko kehnoa, ikään kuin siihen ei olisi panostettu lainkaan. Puheesta saa selvää, mutta omituiset taustahälinät ja kaiut häiritsevät kuuntelunautintoa. Heikko äänenlaatu korostuu, mitä enemmän podcastia kuuntelee, koska kyseessä on jatkuva ominaisuus. ”Orastavat kriisit, yllättävä kärkiottelu ja eheytyvät Superkotkat” –jaksossa (Sundelin & Oivio 2016) toimittajat äänittivät podcastia ulkona ääninauhurilla tai –äänittimellä samalla, kun taustalla hurisi autoja, ja kuuluipa siellä myös ambulanssin sireenit.

Pallokerhon podcast on positiivinen ja hyvä asia suomalaisessa jalkapallo-podcast -kulttuurissa ja jalkapallokulttuurille yleensäkin. Podcasteissaan toimitus käy kulloinkin kyseessä olevien aiheiden aikana useat näkökulmat huolellisesti läpi, eikä podcast tunnu tekaistulta. Heikon äänenlaadun takia Pallokerhon podcastia on hankala ottaa tosissaan tai teknisesti ammattimaisena. Vaikka Podcastien yksi avainominaisuuksista on kyky tehdä niitä täysin amatööritasolta, ovat standardit huomattavasti korkeammalla, kun kyseeseen tulevat isomman mediatalon tuotokset, tässä tapauksessa Pallokerhon podcast. Silloin äänenlaatuun kiinnittää huomattavasti enemmän huomiota, kuin jos kyseessä olisi amatööritason podcast. Suuren koneiston takaa tehtyä podcastia kuuntelee kriittisemmin. Pallokerhon podcastissa esimerkiksi ulkona äänittäminen on omituinen aspekti. Luulisi, että suurella suomalaisella mediatalolla olisi varaa kehittää tuotettaan käyttämällä vaikkapa äänitysstudiota tai -tilaa. Panostusta kaipaisi myös ääniefekti-puoli, esimerkiksi musiikkikappale podcastin alkuun ja jinglejä eri aiheiden väliin pyöristämään siirtymiä. (Sundelin & Oivio 2016.)

Tekninen ammattimaisuus tulee podcasteissa ilmi äänityksen laadusta ja äänitysolosuhteista. Miltä podcast teknisesti ja äänenlaadultaan kuulostaa kuuntelijalle määrää sen ammattimaisuustason. Ammattimaisuutta voidaan mitata teknisyiden lisäksi asiantuntemuksella, jossa Pallokerhon podcast ylittää kaikki mittarit, mutta tekniseen ammattimaisuuteen kaipaisi päivitystä. Teknistä ammattimaisuutta kuvaa parhaiten esimerkiksi aikaisemmassa väliotsikossa läpikäytyt podcastit. (Sundelin & Oivio 2016.)

3 PENKINLÄMMITTÄJÄT

3.1 Jalkapallo-podcast Penkinlämmittäjät

Oma ohjelmani Penkinlämmittäjät on kansalliseen ja kansainväliseen jalkapalloon keskittyvä podcast, jossa ruoditaan jalkapalloon liittyviä ajattomia ja ajankohtaisia aiheita. Penkinlämmittäjien toimitus koostuu itseni mukaan lukien kolmesta toimittajasta, minusta, Anssi Karjalaisesta ja Jussi Vainikasta. Vaikka olemmekin keskittyneet pitkälti suuriin eurooppalaisiin jalkapallosarjoihin ja kilpailuihin, olemme pyrkineet tuomaan esille myös kotimaista jalkapalloa sen eri muodoissa. Jaksojen aiheina on ollut mm. Veikkausliiga, Ykkönen, miesten A-maajoukkue ja alle 21-vuotiaiden maajoukkue. Uusi jakso ilmestyy kerran viikossa, mutta tässäkin on poikkeuksia. Joinakin viikkoina saattaa tulla useampikin jakso, toisina ei jaksoa ollenkaan. Penkinlämmittäjissä keskitytään sellaisiin aiheisiin, joihin valtavirtamedia ei välttämättä kiinnitä huomiota ja aiheissa pyritään menemään niin sanotusti ”pintaa syvemmälle”, sen sijaan että keskityttäisiin vain latelemaan itsestäänselvyyksiä. Vaikka jaksoissa syvennytäänkin aiheisiin intohimoisella tyylillä, olemme halunneet säilyttää myös tietyn rentouden ja keskustelunomaisen etenemisen. (Nelonen 2016.)

Koska tiimimme koostuu kolmesta jäsenestä, on toimituksen sisällä jaettu rooleja. Jokaisella jäsenellä on vastuu podcastin toimittamisesta, mutta myös jaksoissa juontamisesta. Jakson äänittämisen jälkeen minä editoin jakson lopulliseen kuuntelumuotoon ja lataan jakson pilvipalveluun. Karjalainen kirjoittaa lyhyen saatetekstin otsikoineen ja lähettää tekstin ja jakson URL-osoitteen sähköpostilla Nelonen medially jakson lataamisesta Suplaan vastaaville henkilöille. Vainikka huolehtii aktiivisesta sosiaalisen median päivittämisestä sekä julkaistujen jaksojen some-markkinoinnista.

Penkinlämmittäjät-podcast sai alkunsa perinteiseen tapaan eli ideasta ja laitteiston hankkimisen suunnittelusta. Kuuntelin paljon jalkapallo-aiheisia podcasteja kesällä vuonna 2014. Samoihin aikoihin oli käynnissä jalkapallon MM-kilpailut,

joten lajin podcasteja oli paljon tarjolla. Otin tuona kesänä yhteyden Anssi Karjalaiseen ja aloimme suunnitella ja hautoa ajatusta omasta podcastista. Alun huumon jälkeen kuitenkin hautasimme idean, tärkeää taustatieto ja vaadittavia taitoja ei ollut ja ajatukset yhteisestä jalkapallo-podcastista jäivät puheen tasolle. Koitti vuosi 2015 ja tammikuu, kun otin uudelleen yhteyden Karjalaiseen. Tällä kertaa puheet alkoivat muuttua konkreettisiksi teoiksi ja podcastimme ensimmäinen osa julkaistiin helmikuussa 2015. Ennen ensimmäistä jaksoa oli kuitenkin kahden viikon suunnitteluvaihe, jolloin mietimme mitä haluamme podcastilla tarjota kuuli-joille. Tahdonvoimalla ja yritteliäisyydellä pääsee pitkälle, mutta taustalle tarvitaan selkeä suunnitelma (Rios 2016, 8).

2015 vuodenvaihteessa jäimme Karjalaisen kanssa lyhyelle joulutauolle, jolloin aloimme pohtimaan, että mitä kaikkea uutta voisimme podcastiimme lisätä. Yksi suurimmista uudistuksista oli some (sosiaalisen median) -alustojen aktiivisempi käyttöönnotto eli enemmän tviittejä Twitter-tilillämme ja omien Facebook-sivujen tekeminen. Facebook-sivuja suunniteltiin hetki ennen varsinaista julkaisemista ja saimme kohtalaisen lyhyessä ajassa kerättyä sivuillemme 100 tykkäystä. Toinen, someakin suurempi uudistus oli uuden jäsenen ottaminen toimitustiimiin. Hakemukseemme tuli joitakin yhteydenottoja, vaikkakaan ei niin paljoa, kuin olisimme toivoneet. Lopulta päädyimme haastattelukierrosten jälkeen valitsemaan Jussi Vainikan, joka vakuutti minut ja Karjalaisen määrätietoisella asenteellaan ja innostuksella jalkapalloa ja Penkinlämmittäjiä kohtaan. Näin Penkinlämmittäjät saavuttivat nykyisen kokoonpanon. Tähän mennessä jaksoja ilmestynyt yli 50 ja kuunteluminuutteja itsenäisiltä IP-osoitteilta on kertynyt lähes 50 000. (Mixcloud 2016.)

3.2 Kuuntelijamäärät ja levittäminen

Aloittaessamme Penkinlämmittäjät-podcastia helmikuussa 2015 emme omistaneet minkäänlaista suunnitelmaa jaksojemme strategisesta levittämisestä. Alussa, kun jakso oli äänitetty, se laitettiin Soundcloudiin ja maininta Twitteriin Penkinlämmittäjien omalla Twitter-tilillä. Tviitit olivat varustettu jaksossa puhuttujen aiheiden hashtagilla eli aihetunnuksilla. Suomalainen jalkapallokansa Twitterin puolella on monimuotoista ja heitä on paljon. Mutta tämä ei tarkoita sitä, että

jokainen jalkapalloa seuraava ja Twitterissä oleva ihminen seuraisi joka ikistä jalkapalloaiheista hastagia. Vaikka saimmekin aluksi ihan hyviä kuuntelijamääriä (keskiarvo reilussa sadassa kuuntelijassa per. jakso) oli silti selvää, että ilmoitukset jaksoistamme tulee hukkumaan muiden Twitter-tilien somevirtaan. Tviittaaminen tapahtui ensisijaisesti Penkinlämmittäjien omalla tilillä, mutta huolehdimme uuden jakson mainostamisesta omilla henkilökohtaisilla Twitter-tilillä. Yleinen jakson levittämismalli oli kolmella tilillä twiittaaminen, kolmena päivänä peräkkäin. Havaitimme myös, että esimerkiksi viikonloppuna julkaistu jakso ei saanut niin hyvä kuuntelumääriä, kuin viikolla alkuillasta julkaistu jakso. Näin saimme hiljalleen haalittua yhä järkevämmän ja järkevämmän strategian julkaista ja mainostaa jaksojamme. (Twitter 2016.)

Soundcloud jäi julkaisualustana pois siinä vaiheessa, kun sen palveluista olisi pitänyt alkaa maksamaan. Maksullisessa Soundcloudissa ei ole mitään vikaa, mutta päätimme, että haluamme tehdä podcastiamme ilman, että siihen tarvitsee laittaa kuukausiveloitteisia kuluja. Seuraavaksi alustaksi valikoitui niin ikään audio-palveluja tarjoava Mixcloud. Kyseinen palvelin on ilmainen, eikä kuukausi tai vuosirajoitteita ladatun datan suhteen ole eli voisimme siirtää palvelimelle uuden jakson, vaikka joka päivä. Siirtyminen Mixcloudille ei lisännyt tai vähentänyt kuuntelijakuntaamme. Jaksojen kuuntelukeskisarvo pysyi saman, missä se oli ollut Soundcloudin aikoihin. Kuukausien ja viikkojen mennessä eteenpäin päätimme, että haluamme kasvattaa kuuntelijakuntaamme. Toisin sanoen, halusimme päästä jollekin isommalle julkaisijalle, kuin mitä me itse olimme. Monien lähetettyjen sähköpostiviestien jälkeen urheiluun keskittyvä nettisivusto Faneille.com osoitti kiinnostusta podcastiamme kohtaan ja kaksi viikkoa ensiyhteydenoton jälkeen olimme heidän sivuillaan (Faneille 2016). Ensimmäinen jakso osana Faneille.comia oli 23.5.2015 julkaistu ”Englantilainen huippulupaus ottamassa väärää askelta uralla – ’Liverpool lähti kiristyslinjalle” (Karjalainen & Ruuttila 2015a).

Faneille.comille siirtymisen taustalla oli, kuten todettua, kasvattaa kuuntelijakuntaa, mutta myös levittää jaksuja tehokkaammin. Jaksojen levitykseen ja ihmisten tietoisuuteen pääsemiseen pätee yksinkertainen teoria: mitä isompi levittäjä, sitä isompi levikki. Aluksi näyttikin siltä, että kuuntelukeskisarvo lähtee pienoiseen nousuun, olihan meillä takana yli 20 000 tuhatta tykkäystä Facebookissa omaava

nettisivusto ja Twitterissäkin seuraajia löytyy noin 1 600. Huomasimme kuitenkin äkkiä, että Faneille.com ei ole sittenkään tarpeeksi suuri alusta podcastillemme, kuuntelukeskiarvo jämähti ja lähti pikkuhiljaa laskuun. Suurin ongelma levityksen heikkenemiseen on Faneille.comin kohtalaisen pieni seuraajapohja, vrt. valtavirtamedia, ja tapa julkaista podcastiamme. Sivusto julkaisee juttuja kellonajasta riippumatta, jolloin marginaalisen jalkapallo-podcastin ilmoitus uudesta jaksosta jää monilta huomaamatta. (Faneille.com 2016.)

Kuinka sitten saada jalkapallo-podcast Penkinlämmittäjät isomman ihmismassan tietoisuuteen? Levikin laajentamisen ensimmäisenä ehtona on oma mainostaminen, täytyy olla spesifi Twitter-tili ja Facebook-sivusto, jotka molemmat löytyvät Penkinlämmittäjiltä. Toisena ehtona on voimakas julkaisija taustalla, joka pitää huolen, että uusin jakso saa tarpeeksi huomiota ja sitä markkinoidaan eri medioissa tarpeeksi, jotta se kerää paljon kuuntelijoita, esimerkkinä aiemmin opinnäytetyössäni mainittu Pallokerhon podcast. Suuret kuuntelijamassat levittävät sanaa eteenpäin, joka tuo podcastille taas lisää kuuntelijoita. Jos taustalla on suuri mediatalo, tai sitoutumaton julkaisija, on tietty levikki jo taattua. Siihen, kun vielä lisää mainostamisen kentällä somessa, saadaan aikaiseksi resepti suureen podcast-levikkiin.

Kesäkuussa 2016 päätimme, että on aika siirtyä jollekin isommalle julkaisijalle, tavoitteena oli saada kansallisesti merkittävä koneisto taaksemme. Hioimme lähestymiskirjettä huolella ja kokosimme listan meidän mielestämme potentiaalisista julkaisijoista. Sähköposteja lähti lopulta Iltalehdelle, Iltta-Sanomille, Helsingin Sanomille, Nelonen Medialle ja Yle Puheelle, joitakin mainitakseni. Monet lähestyttävistä potentiaalisista julkaisijoista olivat lehtiä, koska ajattelimme, että Suomessa voisi olla tapahtumassa sama trendi, mikä on nähtävissä Isossa-Britanniassa. Perinteiset lehdet muuntautuvat yhä monimediaisimmiksi ja lähes jokaiselle suurella brittiläisellä sanomalehdellä on oma jalkapallo-podcast tai ainakin jotain aihetta käsittelevä podcast. Suomessa tähän on lähtenyt ainoastaan Iltta-Sanomat. Olimme lopulta todella väärässä ja yksikään sanomalehti ei osoittanut minkäänlaista kiinnostusta podcastiamme kohtaan. Yle Puheen päättävien elinten kanssa vaihdettiin joitakin sähköposteja, mutta heidän kanssaan ei mis-

sään vaiheessa päästy edes lähelle yhteistyötä. Onneksi, ainakin meidän kannaltamme, Nelonen Media vastasi viestiimme ja Nelonen Median yhteyshenkilö vaikutti heti innostuneelta tuotteestamme ja aidosti kiinnostuneelta. Sopimusneuvottelut kestivät lopulta noin kaksi viikkoa, jonka jälkeen sovimme, että olemme Nelonen Median levityksen alaisena tammikuuhun 2017 asti, jonka jälkeen katsomme, onko molemmat osapuolet halukkaita jatkamaan yhteistyötään. Sopimusneuvotteluiden yksi tärkeimpiä teemoja meille oli päätösvalta Penkinlämmittäjissä käsiteltäviin aiheisiin, tyyliin, julkaisuajankohtiin ja Penkinlämmittäjiin kokonaisuutena. Teimme selväksi Nelonen Medialle, että he ovat vain julkaisija ja me edelleen itsenäinen jalkapallo-podcast. Nelonen Medialla ei ollut mitään tätä vastaan, joten sopimukseen päästiin hyvinkin vaivattomasti. (Nelonen 2016.)

Nelonen Media, jonka alaisuuteen kuuluu mm. televisiokanava Nelonen, useita radiokanavia (Radio Rock, Radio Suomipop), netti-tv Ruutu ja kohtalaisen uusi podcasteja tarjoava kännykkä- ja äylaitesovellus Supla, on omiaan nostamaan Penkinlämmittäjiä isomman kuuntelijakunnan tietoisuuteen. Levikin kasvaessa, kasvaa tietoisuus Penkinlämmittäjä-brändistä. Erityisen otollista Nelonen Medialle pääsemisessä on heidän jo valmiiksi brändätty ja markkinoitu podcast-sovellus Supla, joka on Suomessa ainut laatuaan (Huom. Yle Areena on sovellus, joka on keskittynyt eri mediatiedostojen katselemiseen ja kuuntelemiseen). Suplalla voi kuunnella radiota suoratoistona, parhaita paloja eri radioiden ohjelmista ja totta kai podcasteja. Supla on nimenomaan se paikka, jossa meidän podcastia julkaistaan. Jaksojamme on myös mahdollista kuunnella Suplan nettisivujen kautta. Ainoana huonona puolena podcast-sovellus Suplassa on sen kapea tarjonta, Suplan sisältö koostuu vain Nelonen Median tuotoksista. (Supla 2016.)

Olemme julkaisseet Suplassa kolme jaksoa ja kuuntelijamäärät ovat olleet huomattavassa nousussa verrattuna aikaan Faneille.comilla, joka on täysin ymmärrettävää. Suuriin lukuihin on silti vielä matkaa ja tärkeintä onkin tuottaa hyvää materiaalia sopivalla jatkumolla. Näin voimme osoittaa kuuntelijoille, että emme ole vain muutaman jakson ihme ja että jaksoissamme on punainen lanka ja ihan oikeaa sisältöä. Tavoite kuuntelijamäärässä on nousta suurin piirtein samoille luvuille Pallokerhon podcastin kanssa, eli lähemmäksi 2000 kuuntelua per jakso.

En epäile hetkeäkään, etteikö tavoitteemme täytyisi pitkässä juoksussa. Nouseet kuuntelijamäärät osoittavat, että yhä useampi löytää tiensä podcastiimme ja, toivon mukaan, laittaa sanaa eteenpäin, jolloin seuraava ja seuraava löytää podcastimme. Toinen uskoa suuremmista kuunleijimääristä vahvistaa Nelonen Median aktiivinen markkinointi Suplassa. Olimme esimerkiksi yli kaksi viikkoa Suplan etusivulla ja jaksojamme mainostettiin aktiivisesti myös somessa. (Supla 2016.)

3.3 Äänitystekniikka ja -laitteisto

Koska Penkinlämmittäjien toimitus on hajautunut ympäri Suomea (Tornio, Oulu ja Lappeenranta), täytyy jaksojen äänitykset suorittaa VoIP (Voice over internet protocol)-palvelu Skypeen ja äänieditointiohjelma Audacityn avulla. Huomattavasti parempi, mutta maksullinen editointiohjelma olisi Adoben Audition. Äänitystilanne toimii niin, että otamme Skypeen kautta yhteyden toisiimme ja laitamme Audacityn äänittämään. Jokainen tekee tahollaan ääniraidan alkuun napsun eli lasketaan kolmesta alaspäin ja tehdään sormilla napsahdusta muistuttava ääni. Kun äänitykset loppuvat, jokainen tekee äänitiedostoon raaka-editoinnin, normalisoi ja ottaa pahimmat kohinat pois. Tämän jälkeen wav.-tiedostot lähetetään minulle ja editoin niistä valmiin jakson. Tässä vaiheessa jokaisen äänitiedostossa oleva napsahdus tulee käteväksi. Laitan napsahduksesta raidalle tulleet ”piikit” samalle kohdalle ja näin jaksojen puheosuudet ovat samassa tahdissa eli sykronoitu.



Kuva 1. Skype ja Audacity jaettuna samalle näytölle.

Opinnäytetyössäni aiemmin käsittelemäni podcastit (Pallokerhon podcast, The Football Ramble) ovat pääsääntöisesti samassa paikassa äänitettyjä. Tällöin äänittäminen, editoiminen ja toimituksen muiden jäsenten kanssa kommunikoiminen on helpompaa. Vaikka eri paikoissa äänittäminen onkin hiukan vajavaista,

toisen ilmeitä ei esimerkiksi näe, on tässä silti podcastin yksi vahvuuksista. Eri paikkakunnilla äänittäessä Skype-yhteyden kanssa samalla viivalle tärkeydessä nousee Audacity. Jokainen äänittää oman puheensa omalle Audacitylle eli vaikka ääni kuulostaisi Skype-yhteyden välityksellä heikolta, todellisuudessa se kuuluu paljon paremmalta, koska jaksoihin päätyvät ääniraidat ovat Audacitylle äänitettyjä, eikä Skypen kautta poimittuja. Jos tekisimme podcastin sijaan vaikkapa netti-radiota, ei se olisi yhtä hyvä laatuista, koska silloin tultaisiin juontajien väliin netti-liittymien tasoihin ja kuuntelijoille ohjelmaa lähettävän koneen internet-kaistoihin ynnä muihin. Tällöin juontajien eri paikkakunnilla olo olisi erittäin hankalaa tai jopa mahdotonta. (Karjalainen, Ruuttila & Vainikka 2016a.)

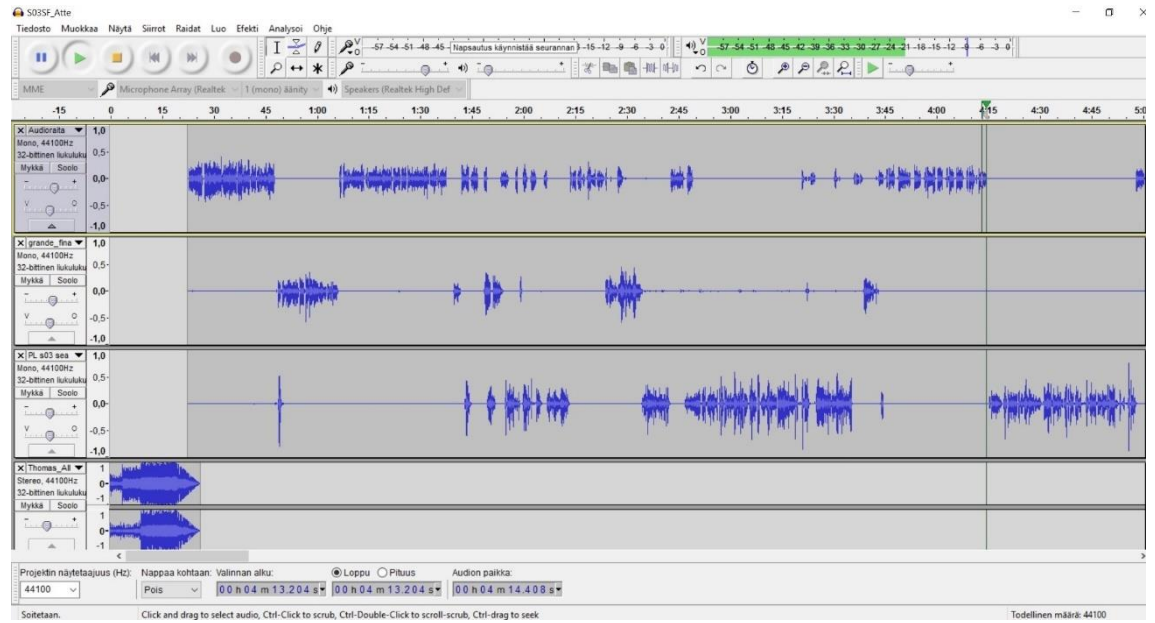
Tällä hetkellä omaan äänityskalustooni kuuluu kaksi mikrofonia. Toinen on the t.bonen SC 440 USB-liitännällinen kondensaattorimikrofoni, ja toinen on Sennheiserin PC 8 headset-mikrofoni (kuulokkeet ja mikrofoni samassa), niin ikään USB-liitännällinen. Näiden kahden mikrofoniin ero on selkeä, Sennheiserin PC 8 ei pärjää millään osa-alueella t.bonen SC 440:lle. Sennheiserin suurin heikkous on sen tunkkainen ääni ja huera, ja muovinen, kuuloke-osa. Ainoat hyvät asiat Sennheiserissa on itse kuulokkeet, jotka toistavat ääntä tarkasti ja kirkkaasti, ja PC 8 ei ole liian tarkka siitä missä äänitää. Se ottaa äänen todella pieneltä alueelta, eikä taustamelu kuulu juurikaan läpi. The t.bonen SC 440 on toimiva mikrofoni podcastien tekoon, joka täyttää tehtävänsä ja vähän enemmänkin. Se sopii niin aloittelijalle, kuin kokeneemmallekin podcastin tekijälle. Ääni on selkeää ja mikrofoniin vastaanotettu taajuusalue on laaja. Mikrofoniin saa yhdistettyä kätevästi tietokoneeseen USB-liitännän avulla, eli SC 440 on nopeasti käytettävissä. Ainoa miinuspuoli mikrofoniin on, että podcastia äänittäessä se vaatii todella optimaaliset tilat. Äänitystilassa ei saa olla kaikua, eikä muita henkilöitä läsnä, mikrofoni poimii kaiken tämän. Toisena, lievänä, miinuspuolena voi todeta, että niin hyvä kun SC 440 onkin, se ei ole ammattilaistasoa. Mikrofoniin äänestä kuuluu, että se koittaa kovasti olla ammattilaistasoinen, mutta ei aivan kykene siihen. Huipputason mikkeihin verrattuna the t.bonen SC 440 ei kykene tuottamaan yhtä syvää ja muhkeaa soundia. SC 440 käyttäessäni on tietokoneeseen liitettävä nappikuulokkeet, jotta kuuluu mitä toimituksen muut jäsenet puhuvat. Headsettiä hankkiessa kannattaa kiinnittää huomiota mikrofoniin ohella itse kuulokkeisiin,

jonka tärkeys saattaa unohtua (Morris, Terra & Williams 2008, 63). Kuulokkeiden ominaisuutta käytetään hyväksi äänittäessä ja editoidessa.

Laitteiston puolella, niin kuin monessa muussakin asiassa, pätee vanha Suomalainen kansanviisaus, ”rahalla saa ja hevosella pääsee”. Omien äänitysten laatu paranisi huomasti, jos käytössä olisi paremmat laitteistot, mutta samalla kasvaisi myös kulut, jotka laitteistoihin pitäisi sijoittaa. Toistaiseksi olen laittanut rahaa äänityskalustoon n.90 euroa. The t.bonen SC 440 maksoi 55 euroa ja Sennheiser PC 8 35 euroa. Summa voi kuulostaa äkkiseltään suurelta, mutta ei sitä ole. Podcastien tekeminen on kohtalaisen halpa harrastus, jos vertaamme sitä vaikkapa jalkapallon harrastamiseen, jossa yhdet kengät voi helposti maksaa saman verran.

Mikrofonien hyvällä laadulla ja muilla välineillä voi tehdä vain tietyn verran. Hyvä mikseri, mikrofoni ja äänikortti takaavat peruslaadun, joita ei yleensä saavuteta tietokoneeseen yhdistetyllä USB-mikrofonilla. Mutta hyvä laitteisto ei pelkästään riitä, ääniraitaa tarvitsee myös editoida. Ääniraitojen ja kokonaisten jaksojen editoimisessa lohduttavaa on se, että sen pystyy toteuttamaan ohjelmalla, kuin ohjelmalla, kunhan se on suunniteltu äänen editoimiseen edes jollain tapaa. Toki rahalla saa paremman ja monipuolisemman ohjelman, mutta myös ilmaisilla ”perusohjelmillakin” pärjää. Kun äänitettyä ääntä editoi olen ottanut yhden nyrkkisäännön, luotan korviini. Vaikka mittarit ovat tärkeitä ja suuntaa-antavia, ovat ne silti vain jonkun ohjelmoimia. Oma korvaa miellyttäviä ääniä ei pysty ohjelmoimaan. Omien intuitioiden ja miellyttävien äänten mukaan editoiminen saattaa olla riskialtista ja yksitoikkoista, miellyttävästä äänestä puhuttaessa tullaan väistämättä mielipideasioihin, ja joidenkin mukaan niistä ei voi kiistellä. Kun ääniraita on vihdoinkin leikkauspöydällä, siitä aletaan tekemään miellyttävämpää eli puheesta täytyy saada selvää mahdollisimman hyvin ja siinä täytyy olla selkeyttä. Ensimmäiseksi raitaan tehdään kohinan poisto, joka estää ylimääräisen mikin aiheuttaman kohinan puheesta ja niistä kohdista kun puhuja on hiljaa. Tämän jälkeen raitaan suoritetaan taajuuskorjaus (EQ), jolla nostetaan tiettyjä puheen taajuuksia, esimerkiksi keskitaajuuksia, jolloin puheesta saa paremmin selvää ja se on samalla hiukan korostettua. Viimeiseksi raita kompressoidaan, jolla pyritään ta-

saamaan puhetta, eli laskemaan korkeita ääniä ja nostamaan hiljaisia, jolloin äänestä saadaan mahdollisimman tasaista ja voimakasta ilman, että äänenvoimakkuus itsessään nousee. (Aisher 2016.)



Kuva 2. Jakson leikkaamista Audacityllä.

4 URHEILUJOURNALISMI VALTAVIRTA MEDIASSA JA PODCASTEISSA

4.1 Tyyli ja ajankohtaisuus

Podcastien julkaisuissa on syytä ottaa huomioon ajalliset tekijät. Todella hektisten aiheiden kanssa ei kannata alkaa kilpailla printtimedialle, oli sitten kyseessä lehtijulkaisut tai internetjulkaisut. Tämä ei luonnollisestikaan tarkoita, että tuoreita ja polttavia puheenaiheita ei voisi käsitellä podcastissa, mutta täytyy olla tarkkana mitä uutta voi tuoda jo pinnalla olevaan aiheeseen. Otetaan esimerkkinä vaikka 28.5.2016 pelattu jalkapallon Mestarien liigan finaali (Uusitalo 2016). Ottelu lopui Suomen aikaa puolen yön jälkeen. Harva podcastin tekijä alkaa äänittämään jaksoa heti finaali-pelin jälkeen, kun taas nettiin ja seuraavan päivän lehteen jutut tulevat todella rivakasti. Syy on siinä, että podcastit vaativat kuitenkin jonkinlaista teknistä toteuttamista, äänittämistä ja editointia ennen kuin jakso on julkaisukelpoinen. Sen lisäksi jaksossa täytyy olla sanomaa, sisältöä ja jotain sellaista mitä perinteisemmällä uutisoinnilla ole. Isoimmat instanssit, kuten BBC tai The Guardian, kykenevät nopeaan reagoimiseen ja jaksujen julkaisemiseen suuren työvoimansa takia (Pougatch, Neville, Waddle & Murray 2016). Oma mielipiteeni on, että suuret ja tärkeät aiheet kestävät ajan hampaan ja niistä voi puhua podcastissa vaikka viikonkin jälkeen, jos löytyy jokin uusi näkökulma, oivallus, jolla avata kuulijalle sellaisia pointteja, mitä hän ei tullut itse ajatelleekseen. (Karjalainen, Ruuttila & Vainikka 2016a.)

Tyylillisesti suomalainen valtavirtaurheilujournalismi ja podcast-journalismi poikkeaa suuresti, joskin ei aina. Lähtökohtaisesti asioita voi käydä podcastissa läpi paljon laajemmin, kuin kirjoitetussa tekstissä. Podcastissa myös kuulee toimittajan äänenpaineet, jonka seurauksena kommentit saavat erilaisen merkityksen. Podcasteissa on myös mahdollisuus hiukan rönsyillä, kun taas kirjoitetussa uutisessa kerrotaan asia tapahtuneen faktan pohjalta. Kirjoitetuissa uutisissa ei myöskään tuoda ilmi omia mielipiteitä, tai pohdita tapahtunutta asiaa omalta kantilta, ellei kyseessä ole sitten esimerkiksi pakina tai kommentti. (Karjalainen, Ruuttila & Vainikka 2016a.)

YLE Urheilu uutisoi laajasti tämän vuoden Mestarien liigan finaalista nettisivuillaan. 28.5.2016 julkaistussa jutussa ”Näillä miehillä taistellaan himoitusta pokaaalista – katso Mestarien liigan finaalin kokoonpanot!” (Laakkonen 2016) toimittaja kertoo lyhyesti ottelun taustat ja molempien joukkueiden avauskokoonpanot. Kun kyseistä nettiin kirjoitettua juttua vertaa niin ikään YLE Urheilun julkaisemaan podcastiin (Härkönen & Lehtola 2016), on tyyllilajierot selkeät. Nettijutussa toimittaja kertoo asiat objektiivisesta näkökulmasta ja tuoden lukijalle vain ne tärkeimmät faktat sen kummempia maalailematta. Podcastissa pureudutaan myös pelaajistoon, mutta käydään se paljon laajemmin läpi, omia mielipiteitä ja huomioita hyväksikäyttäen. YLE Urheilun podcastissa mennään aiheeseen paljon syvemmälle ja ruoditaan pelaajiston lisäksi myös pelin eri osa-alueita ja mahdollisia ratkaisupaikkoja, joihin tuleva finaali voisi ratketa. Podcast antaa paljon laajemman olemuksen samalle aiheelle, kuin perinteinen, kirjoitettu, uutinen.

Isossa-Britanniassa BBC toimii hyvin samankaltaisesti, kuin YLE Suomessa, vaikkakin pieniä eroavaisuuksia löytyy. 29.5.2016 julkaistussa jutussa ”Real Madrid 1-1 Atletico Madrid (5-3 pens)” (Johnston 2016) toimittaja käy läpi koko ottelun yllättävänkin yksityiskohtaisesti tehden selkoa finaalin taktisesta puolesta ja tulokseen vaikuttaneista pelillisistä seikoista. Jutussa pohditaan myös tulevaa ja annetaan ottelun tärkeimmän pelaajan titteli. Suomalaisessa mediassa näkee harvemmin näin tarkkaa uutista liittyen yhteen peliin, mutta yhtäläisyytenä on edelleen objektiivisuus ja faktoihin nojaaminen. BBC:n podcast 5 live’s Football Daily samasta tapahtumasta (Perry, Jenas & Green 2016) on enemmän finaalin tuntemuksia ja omia mielipiteitä esille tuova, faktoja kuitenkin unohtamatta. Toimittajat kuvailevat finaalin tärkeyttä molemmille joukkueille ja tietyille pelaajille. He käyttävät myös huomattavasti rikkaampaa kieltä ja kielikuvia ja nostavat esille pieniä hetkiä pelistä ja miten ne koettiin stadionilla fanien keskuudessa. BBC:n uutisen ja podcastin erot Mestarien liigan finaalista ovat huomattavasti pienempiä, kuin verrattuna Suomen vastaavaan. Podcastissa oleva stadionin tausta-ambienssi tuo asian käsittelyyn lisää syvyyttä ja kommentteissa on havaittavissa ison urheilutapahtuman jälkeistä huumaa. BBC:n 5 live’s Football Daily-podcast on tässäkin tapauksessa muista erottuva siinä, että se julkaistaan hyvin nopeasti tapahtuneiden aiheiden jälkeen. Vähän samaan tapaan, kuin nettiin kirjoitettu uutinen.

4.2 Podcastien vapaa kerronta Penkinlämmittäjissä

Koska Penkinlämmittäjät on täysin itsenäinen ja sitoutumaton podcastien tekijä, voimme käsitellä kutakin tapahtumaa tai aihetta vapaasti. Meitä ei velvoita tai sido minkään mediatalon tyyli käsitellä asioita, jos olemme jotain mieltä jostain asiasta, se voidaan myös ilmaista ilman, että sen tarvitsisi olla jossain tietyssä kehyksessä. Eri mediataloilla on oma tyyliinsä tuoda asioita esiin. YLE pyrkii objektiiviseen ja faktuaaliseen uutisointiin, MTV kertoo faktat, mutta pyrkii myös klikkeihin. Iltalehti ja Ilta-Sanomat ovat taas täysin klikkeihin pyrkiviä taloja. Urheiluun keskittyvä Urheilulehti on asioista usein eri mieltä muun valtavirtamedian kanssa ja he nostavat esiin kysymyksiä, mutta valitettavan harvoin vastauksia. Urheilulehti pyrkii jutuillaan myös provosointiin, jotta saadaan lehdelle huomiota ja keskustelua tietyn aiheen ympärille. Vaikka olemme siirtyneet Nelonen Medialle ja Suplaan, niin olemme edelleen pitäneet jaksoissamme oman vapaan tyyliämme. Olemme pitäneet oikeudet itsellämme liittyen aiheiden valintaan, kielenkäyttöön ja kaikkiin muihinkin suuriin linjoihin, jotka määrittelevät tapaa käsitellä valitsemiamme aiheita. Jos joutuisimme luopumaan tyylistämme, menettäisimme olennaisen osan periaatettamme, sekä ideasta tehdä podcastia. (Karjalainen, Ruuttila & Vainikka 2016a.)

Penkinlämmittäjissä emme ole ottaneet minkään mediatalon toimintaa esikuvaksi. Olemme ennemminkin yhdistelleet meidän mielestä parhaita paloja eri julkaisijoista. Tästä kaikesta sekamelskasta syntyy meidän tapa kertoa asioista, ottamalla vaikutteita ja tekemällä niistä oma tyyli. Tuomme jaksoissamme julki asioita, jotka jäävät valtavirtamediassa huomiotta, tämä ei ole kuitenkaan itsetarkoitus. Seuraamme ympärillä olevan median käyttäytymistä ja jos käsiteltävässä aiheessa on samoja pointteja, kun jonkun muun median, niin sitten niitä on. Mutta lähtökohtaisesti kaivamme aihetta pintaa syvemältä ja tuomme esiin meidän mielestä tärkeimmät pointit. Emme ole myöskään halunneet hakea mitään sho-keeraavia aiheita tai pointteja aiheesta, koska tällöin muistuttaisimme helposti esimerkiksi Urheilulehteä, joka on tässä tapauksessa huono asia, koska haluamme, että meidät tunnustetaan Penkinlämmittäjinä, eikä Urheilulehteä kopiivana tuotteena. Urheilulehtihän on tunnettu media siitä, että tykkäävät aiheut-

taa keskustelua ja herättää puhetta kysymyksillään, jotka joskus menevät provosoinnin puolelle. Urheilulehti esittää myös usein kysymyksiä, eikä niinkään vastauksia. Totta kai vetävät otsikot ja napakka argumentointi on yksi vahvuukstamme, mutta sitäkään ei voi tehdä määränsä enempää. (Karjalainen, Ruuttila & Vainikka 2016a.)

Sanomisen vapaus ja muutenkin vapaa kielenkäyttö auttaa itseäni tuomaan omia pointteja paremmin esille. Jos joutuisin noudattamaan jotain spesifiä kaavaa tai kehystä sanomisissani, ulosantini kärsisi. Vapaa sanominen auttaa eritoten kahdessa asiassa. Pystyn puhumaan ja argumentoimaan värikkäästi ja erilaisin sanakääntein. Puhumisen aikana ei tarvitse miettiä mitä voi ja mitä ei voi sanoa, jos pystyn perustelemaan kommenttini järkevästi, niin silloin voin sanoa sen. Oma puhuminen on huomattavasti soljuvampaa, kun takaraivossa ei ole ajatusta ”voinko sanoa näin?”, ”mitä jos sanon näin?”. Itsenäisenä podcastinä ei ole ylemmää auktoriteettia, joka käskisi suodattamaan omia mielipiteitä. Tämä ei tietysti tarkoita sitä, että puhuisin jatkuvia asiattomuuksia, vaan puheenvuorot ovat aitoja, rehellisiä ja minun omia. Toinen asia on erottuvuus. Suomalainen urheilumedia on täynnä niin sanottuja ”nollatason kommentteja” ja ympäripyöreitä latteuksia, jotka varmasti osittain johtuvat siitä, että toimittajan täytyy toimia tietyn viitekehyksen mukaisesti. Toinen asia, joka varmasti vaikuttaa ”nollatason kommentteihin” on rajallinen aika esimerkiksi urheilutapahtuman studio-osuudessa. Harva varmasti onnistuu saamaan syväluotaavaa analyysiä minuuttiin tai jopa lyhyempään aikaan. 2016 jalkapallon EM-kisojen studioita katsoessani huomasin asiantuntijoiden joutuvan nopeasti vastaamaan toimittajan kysymykseen. ”Nollatason kommentit” ovat tapetilla myös siksi, että vaikkapa urheilun tv-lähetyksissä koitetaan miellyttää mahdollisimman isoa massaa. Tällöin asiantuntijat tai toimittajat eivät saa mennä liian syvälle aiheeseen, joka on paradoksaalista, koska aiheeseen syvälle mentäessä saataisiin ne mielenkiintoisimmat ja täyteläisimmät kommentit. Kun ylimääräisiä suodattimia ei ole, on argumentointikin poikkeavaa, nimenomaan positiivisessa mielessä. Esimerkiksi kun espanjalainen suuri jalkapallojoukkue Valencia C.F. valitsi uudeksi valmentajakseen kokemattoman englantilaisen pelaajalegendan Gary Nevillen, YLE Urheilu kertoi uutisessaan (Karttunen 2015) pelkästään sen, että Neville on uusi Valencian päävalmentaja. Itse

totesin Penkinlämmittäjissä (Karjalainen & Ruuttila 2015b), että Nevillen palkkaaminen on suuri virhe ja tuloksena on katastrofi. En siis tyytynyt pelkästään toteamaan, että Gary Neville on Valencian uusi päävalmentaja, vaan kehitin siitä myös oman mielipiteen ja ilmaisin sen.

Vaikka kukaan ei määrittelekään omiani, tai kenenkään muunkaan toimituksen jäsenen sanomisia, ei ihan kaikkea voi, saa tai kannata sanoa. Oma ulosantini voi olla hyökkäävää tai jopa aggressiivista, on silti syytä muistaa hyvät journalistiset tavat ja lainalaisuudet. Esimerkiksi herjaavat, rasistiset tai totuutta vääristelevät sanomiset ovat ehdottomasti kiellettyjä. Jos jakson aiheessa käsitellään tietyn jalkapallo-ottelun tulosta, on se silloin tilastoitu fakta, jota ei voi vääntää omia tarkoitusperiä palvelevaksi. Eri asia on muistaa jonkun ottelun tulos väärin, kuin väärentää se. Olen ottanut tiukan linjan siinä, etten missään nimessä arvostele pelaajaa hänen uskonnon tai vaikkapa ihonvärin takia. Jos joku pelaaja on pelannut huonosti ja sen pystyy omalla argumentoinnilla todistamaan, ei ihonvärillä tai millään muullakaan ole mitään merkitystä. Samat asiat pätevät myös huumorin saralla, joskin huumoria on hankalampi arvioida, koska sitä on niin monenlaista. Toiset syttyvät synkemmälle huumorille ja toiset taas hiukan kevyemmälle. Tällöin koitan noudattaa hyvän maun rajaa, joka sekin on valitettavan häilyvä. Selkeä sääntö tässäkin on, että kenenkään mielestä ei ole hauskaa, saati hyväksyttävää, verhoilla rasismia tai syrjintää huumorilla. Itse olen sanonut podcasteissamme esimerkiksi jonkun tietyn pelaajan hiuksista kommentteja huumoriin nojaten, joka saattaa varmasti ärsyttää jotain tiettyä kuulijaa. Itse koen kuitenkin, että heittoni liityen pelaajien hiuksiin ei ole niin suuri loukkaus, että sellaista pitäisi alkaa sensuroimaan. Jos sen osaa pukea oikein ja rakentaa siitä vaikkapa ”aasinsillan” itse peliesitykseen, en näe kommentissani silloin mitään väärää tai pahennusta herättävää. (Karjalainen, Ruuttila & Vainikka 2016a.)

Oman maun ja maalaisjärjen lisäksi on olemassa kirjoitettua tietoa siitä, mitä saa sanoa ja mitä ei. Journalistiliiton tekemä eettisten ohjeiden lista (Suomen Journalistiliitto 2016) on selkeä ohjenuora niin ammattilaisille, kuin amatööreillekin. Listan kohdat ovat tarpeellisia julkaisualustasta riippumatta. Itselle yksi tärkeimmistä on kohta numero yksi, jossa todetaan, että journalistilla on vastuu yleisöä

kohtaan. Koen, että olen vastuussa sanomisistani ja jaksoissa kertomastani informaatiosta, en pelkästään itselleni, vaan ennen kaikkea kuuntelijoille. Sen lisäksi, että jaksot tulevat julkiseen levitykseen, jolloin mielipiteitäni voidaan arvostella hyvinkin voimakkaasti, minut voidaan laittaa vastuuseen kertomistani asioista. Tämä on hyvä tiedostaa nimenomaan vastuumielessä, eikä suinkaan niin, että siitä pitäisi ottaa paineita. Kaksi muuta hyvin tärkeää kohtaa ovat journalistin totuudenmukainen tiedonvälitys ja tiedon paikkaansa pitävyyden tarkistus. Jalkapallossa, jossa esimerkiksi ottelun tulokset ovat muuttumattomat sen jälkeen, kun päätösvihellys soi (poikkeustapauksia toki löytyy, esim. pelipassittomien pelaajien peluutuksesta johtunut ottelun tuloksen muutos jälkeinpäin) on äärimmäisen tärkeää tarkastaa taustat. Totuudenmukainen tiedonvälitys on usein kaikki kaikessa. Perustiedon on aina oltava totuudenmukainen, tai ainakin parasta saatavana olevaa, vaikka aiheeseen lisäisikin oman mielipiteen jakson edetessä.

4.3 Podcastien draaman kaari

Jokainen tehty podcast-jakso on oma tarinansa ja jokaisessa tarinassa on draaman kaari. Draaman kaari auttaa jaksoissa rytmitystä ja selkeyttää jakson sisältöä. Draaman kaaria on useita erilaisia, mutta ehdottomasti yleisin on kolmiosainen tyyli, alku, keskikohta ja loppu (Oppimateriaali Wikidot 2011). Yleisimmin kolmiosainen tyyli antaa luonnollisen etenemistyylin jaksoon. Alussa aihe pohjustetaan ja kuuntelija koukutetaan aiheeseen ja lähdetään hitaaseen kiihdytykseen. Keskikohdassa tulee aiheen tärkeimmät pointit ja paatoksellinen osuus. Tässä vaiheessa keskustelu on huipussaan ja toimittajat perustelevat omia mielipiteitään, tuovat esiin uusia ja vastaavat muiden mielipiteisiin. Lopussa keskustelu tuodaan päätökseen ja aiheeseen tehdään lopetus tai ”paketointi”. Lopussa on myös tärkeää vetää jonkinlainen johtopäätös aiheeseen tai käydystä keskustelusta. Loppu on yhtä tärkeä elementti, kuin kaksi edeltävääkin, eikä sitä ole syytä väheksyä. Liian veltosti tehty lopetus voi pahimmassa tapauksessa vesittää sitä aiemmin käydyn keskustelun ja vetää uskottavuutta aiempien osien alta. Vaikka kolmiosainen draaman kaari onkin suosittu, voi jakson rakentaa myös eri tavalla. Esimerkiksi ottaa vain yhden aiheen koko jakson ajaksi ja lähteä puhumaan siitä ilman varsinaisia aiheeseen siirtymiä, jolloin keskustelun tempoa pidetään yllä koko jakson ajan.

Pallokerhon podcastissa 12.5.2016 julkaistussa jaksossa (Sundelin & Oivio 2016) ”Orastavat kriisit, yllättävä kärkiottelu ja eheytyvät Superkotkat” draaman kaari noudattaa tunnettua kolmiosaista tyyliä. Jaksossa käsitellään tulevan viikon Veikkausliiga-kierroksen ottelut yksinkertaisesti ja kolmiosaista tyyliä hyväksikäyttäen. Ensiksi käydään läpi kyseisen otteluparin molempien joukkueiden tähänastinen kausi ja mistä lähtökohdista joukkueet kamppailuun lähtevät. Tämän jälkeen pehmeä siirtyminen itse otteluun ja spekulatioon, miten ottelussa tulee mahdollisesti käymään ja miksi. Loppu sisältää pidemmälle vietyä keskustelua joukkueista, mutta ei varsinaista tulosveikkausta, saama kaari toistuu jokaisen otteluparin kohdalla. Lopetus ei ole niin selkeä, kuin kolmijakoisessa draaman kaareissa yleensä, mutta se on silti tunnistettavissa.

BBC:n 5 live’s Football Daily on draaman kaarreltaan hyvinkin suorasukainen. Ohjelma ei pröystäile hienojen draamallisten elementtien kanssa, vaan pyrkii kertomaan asiat eri aihepiireistä ”tässä ja nyt” –tyylisesti. Voisi sanoa, että jaksot ovat yhtä tykitystä, varsinkin live-osuuksissa. Suorissa osuuksissa ratsastetaan aiheen aallonharjalla, eikä sieltä alas tulla muuta, kuin aiheen vaihdon aikana. Studio-osuuksissa on havaittavissa pientä ristiriitojen ja vastakkainasettelun hakemista, mutta muuten mennään suoraviivaisesti ja käsitellään asia ilman sen suurempia draamallisia erikoispiirteitä. (Pougatch, Neville, Waddle & Murray 2016.)

The Football Ramblessa draaman kaari on toimivan sekaisaa, joka on ihan ymmärrettävää, kun studiossa on neljä ääntä, vaikka yksi toimittajista onkin enemmän ohjelman isännän roolissa. Kyseiset toimittajat on kuitenkin helppo erottaa toisistaan äänen, puheen rytmin ja persoonan perusteella. Jokaisella on oma tyyliä puhua, eikä yhdelläkään ole monotoninen tai ns. ”persoonaton” ääni. Vaatii kuitenkin pientä totuttelua, että The Football Ramblen tyyliin tehdä podcasteja pääsee sisään. Äänessä neljä toimittajaa, jotka ovat aktiivisia, eikä podcastissa paljon hengähdetä tai rauhoiteta puheen sorinaa. Vaikka The Football Ramble nojaakin klassiseen kolmiosaiseen draaman kaareen, on se tehnyt siitä oman versionsa. Alku on hyvin lyhyt ja ytimekäs ja sen jälkeen alkaa yleensä pitkä ja kovatempoinen keskiosa, joka tuntuu aina vain kiihtyvän mitä lähemmäksi loppua

päästään. Varsinainen lopetus on yleensä selkeä ja rauhallinen, paketoidaan käyty jakso tai luetaan esimerkiksi katsojapalautetta. (Speller, Campbell, Donaldson & Moore 2016.)

Penkinlämmittäjissä olemme halunneet luoda jokaisesta jaksosta tarinan, jolla on selkeä alku, keskikohta ja lopetus. Näiden eri osien erotteluun käytetään jinglejä, jotta kuuntelija pysyy varmasti mukana. Alussa kerromme äänessä olevat toimitajat, jaksossa kuultavat aiheet ja some-kanavat. Itse aiheeseen siirrytään jinglen kautta. Jokaisessa aiheessa on itsessään sisällä vielä oma, erillinen kolmiosainen draaman kaari. Aiheiden määrästä riippuen yhdessä jaksossa saattaa olla useampikin pienempi draaman kaari, jotka nivoutuvat yhteen isompaan, josta kehkeytyy yksi kokonainen kokonaisuus eli jakso. Vaikka kolmiosainen draaman kaari on toimiva ja selkeä, voisi meidänkin kohdalla jotain muutakin kokeilla. Itse olen mieltynyt thefootballramblemaiseen kovalla tempolla koko jakson ajan keskustelemiseen, jossa ei paljoa jarruteltaisi. Tällöin vaaraksi nousee liian nopealla tempolla tuotu informaation määrä kuuntelijalle, joka ei pahimmassa tapauksessa kykene sisäistämään kaikkia sanomisia yhdellä kuuntelukerralla. (Karjalainen, Ruuttila & Vainikka 2016a.)

5 OMAN OHJELMAN ANALYSOINTI

5.1 Tarinan kertominen

Kuten aiemmin mainitsin, haluamme, että jokainen Penkinlämmittäjien jakso on omanlainen tarina. Tarina kuljettaa kuuntelijaa eteenpäin ja luo siihen koukuttavia piirteitä ja parhaimmillaan jakso toimii niin hyvin, että sen haluaa kuulla, vaikka jalkapallosta ei tietäisi mitään tai se ei kiinnostaisi yhtään. Tarinan voima on hankala löydettävä, mutta kun sen löytää ja kaikki onnistuu kohdilleen, on jaksossa keskustelua, viihdettä ja journalismia. Tarinaan pyrkiminen erottelee Penkinlämmittäjät-podcastimme muista journalistisista instansseista. Emme esimerkiksi halua luetella pelkkiä tilastoja, kuten vaikkapa printtimedia tekee tai kertoa faktoja ilman minkäänlaista luovuutta. Fakta on aina fakta, sitä ei pidä mennä muuttamaan, mutta kun ne puetaan tarinan muotoon ovat ne huomattavasti paremmin mieleen jääviä ja kärjistäen kerrotut kommentit herättävät vain enemmän keskustelua. Uutinen on hyvä esimerkki tästä. Pienimmilleen puristettuina ne ovat pelkkä fakta, mutta kun aihetta tutkii useammalta näkökulmalta, löytyy siitä lisää mielipiteitä. Kärjistämisen kanssa pitää olla tarkkana ja liiallisen provokaation tielle ei sovi mennä, mutta sopivissa määrin se on mainio keino herättää tunteita. (Karjalainen & Ruuttila 2015b.)

Oma argumentointi ja juontaminen nojaa vahvasti tarinan kertomiseen. Se on humoristista tarinaa, vihaista tarinaa tai dramaattista tarinaa, joka voidaan kertoa monilla eri tavoilla (Karjalainen & Ruuttila 2015b). Koska jokainen jakso on oma pieni tarinansa, voi yhden jakson ajan juontaa niin, että on esim. hyvin kriittinen kaikkeen. Kertoo asiat kriittisyyden kannalta, kriittisin silmin, kritisoi pelaajien heikkoja suorituksia. Kyseessä on kuitenkin tarinan kerrontaa, joten se, että on jossain jaksossa hiukan kriittisempi, ei tarkoita sitä, että täytyisi aina olla. Kun taas Yle ja Urheilulehti odottavat toimittajiensa toimivan aina tietyllä tavalla ja an-

tavan ulosantinsa tietyllä tavalla. Kuten olen aiemmin maininnut, niin Ylellä luoteetaan tiukkaan faktaan ja sen selkeään ulosantiin ja taas Urheilulehdellä pyritään ensisijaisesti herättämään keskustelua terävillä kysymyksillä. Omassa tarinan kertomisessa ei tarvitse seurata tiettyä tai ennalta määrättyä suuntaa. Tarinat voivat olla niin moniulotteisia, että ne ammentavat myös jaksoihin lisää draama-kaarta. (Karjalainen, Ruuttila & Vainikka 2016a.)

Tarinanomaisessa juontamisessa on haittapuolena, ainakin omalla kohdalla, juonnon liiallinen rönsyily. Pienessä ja hellävaraisessa rönsyilyssä ei ole mitään vikaa, se vain tuo juontoon lisää materiaalia ja pituutta, mutta jos aloitetun juonnon alkuperäisestä ideasta vaelletaan liian kauas, on se kiusallista toimituksen muille jäsenille, itselle, sekä kuuntelijalle. Jos juonto alkaa rönsyilemään liikaa se myös yleensä tarkoittaa sitä, että se tulee kestäämään liian pitkään. Liiallinen maalailu ja pienten, lopputulokseen mitättömien, yksityiskohtien hiominen ja nostaminen on unettavaa, eikä sisältö kartu siitä millään tavalla. Silloin olisi sama, kun sanoisi asian suoraan ja selkeästi. Rönsyily voi viedä juonnolta pohjan ja alkupe- räinen idea jää hämärään peittoon, jonka jälkeen tarinanomaisesta kerronnasta tulee täysin turhaa. Jos taas tarinan saa onnistuneesti annettua ulos, se herättää joskus jopa hyvinkin kuivan faktan eloon ja kuuntelija nauttii kuulemastaan enem- män, kuin saman asian kuuleminen urheiluruudusta toteamana. (Karjalainen & Ruuttila 2015b.)

Hyvän radio-ohjelman määritelmä on yleensä hyvät tarinat, jotka tulevat tarinave- toisista juonnoista, ja viihtyvyys. Kuulija haluaa viihtyä samalla, kun kuuntelee mieleistään ohjelmaa. Tämäkin kertoo siitä, että enää ei riitä pelkkä asioiden sa- nominen, ulostuominen. Sanomisissa pitää olla ”koukkuja” (esimerkiksi haus- koja/syvällisiä pointteja, jotka herättävät kuuntelijassa jonkun tunteen), asiat pitää tuoda värikkäästi ulos, eikä vain todeta. Nämä samat periaatteet pätevät myös Penkinlämmittäjissä (Karjalainen, Ruuttila & Vainikka 2016b). Podcastimme ei ole vain asioiden toteamista, vaan se on keskustelua, väittelyitä ja huumoria. Vä- lillä lisäämme faktapohjaisen uutisen ympärille lihasta, jolloin siitä saadaan mie- lenkiintoisempaa ja aiheeseen saadaan isompi pinta-ala, johon rakentaa omat mielipiteet. Radiossa tapahtunut murros ja ihmisten halu kuunnella nimenomaan radiopersoonia, on pakottanut podcastienkin tekijöiden reagoimaan. On varmasti

heitä, jotka tekevät podcastiaan täysin omilla ehdoillaan välittämättä tuon taivaallista radioa-aalloilla liikkuvista trendeistä. Mutta mielestäni on erittäin tärkeää olla mukana radio-maailmassa tapahtuvista känteistä ja kehityksistä, koska usein uusia radiojuontamisen elementtejä voi myös soveltaa podcastissa juontamiseen, ihan vain jo senkin takia, että ihmisten on mahdollista samaistua podcastiin rytmiin helpommin, kun taustalla on jokin tuttu ja aiemmin kuultu elementti.

5.2 Jakson suunnittelu ja aiheiden käsittely

Toisin kuin perinteisemmässä printtimediassa, uutinen ei ole meille se ydinasia (Huovila 2005, 47). Kun Penkinlämmittäjien jaksoa aletaan suunnittelemaan ydinasiaksi nousee tietystä uutisesta tai tapahtumasta nousevat mielipiteet, asiat ja tarinat. Uutinen tai tapahtuma on vain tietynlainen pohja keskustelulle, joka voi lähteä hyvinkin eri suuntaan, kuin mistä itse uutinen alun perin kertoi. Jakson aiheilla ei pyritä luomaan varsinaisia uutisia, vaan tuomaan esille uusia asioita jo valmiiksi kuullusta asiasta, kehitellä uusia näkökulmia aiheeseen. Aihe, tai aiheet, jotka lopulta valikoituvat varsinaiseen jaksoon ovat ennen kaikkea meidän toimituksen mieleen. Aiheen täytyy puhutella toimituksen jokaista jäsentä ja aiheen täytyy herättää jotain tuntemuksia, kuten aggressiivisuutta, iloa, halua kertoa kyseisestä asiasta oma mielipide tai oikaista alkuperäistä asiaa. Tarinoita ja mielipiteitä ei synny, jos käsiteltävää aihetta kohtaan on ”hälläväliä”-asenne. Jakson aiheenvalinnassa onnistumisesta tietää vasta jakson julkaisun jälkeen. Kuuntelumäärät kertovat omaa tarinaansa, mutta kuuntelijapalaute on se selkein mittari. Äänitysten ja editoinnin jälkeen voi jo omassa päässä pyöritellä tuntemuksia aihevalintojen onnistuvuudesta, mutta silloinkin on kyse vielä teoreettisesta tassist.



Kuva 3. Penkinlämmittäjien Twitter-tilille tullut palaute.

Useimmiten aiheet syntyvät kansalliselta tai kansainväliseltä uutissivustoilta löydetyistä mielenkiintoisista uutisista tai artikkeleista. Mielenkiinnon heräämisen jälkeen alkaa aiheen prosessoiminen ja näkökulman päättäminen, josta uutista tullaan käsittelemään. Pelkkä uutinen Lionel Messin värjätyistä hiuksista ei ole automaattisesti valmis aihe (Malyon 2016). Pitää siirtyä ja kaivautua uutisen sisään, taakse ja sivulle ja pohtia, mitä tuntemuksia uudet hiukset minussa herättävät, miksi Lionel Messi toimi tällä tavalla ja värjäsi hiuksensa, haluaako hän osoittaa jotain suurempaa sanomaa hiusvärillä ja niin edelleen. Yksinkertaiseen asiaan saa uutta näkökulmaa ja syvyyttä, kun sen pilkkoo osiin ja alkaa etsimään niihin vastauksia. Haluan tuoda jaksoissamme esille jotain sellaista, jota kuuntelija ei osannut ajatella, kun näki kyseisen uutisen, josta sillä kertaa keskustelemme. Jonkun sellaisen pysähtyneisyyden tunteen, jonka seurauksena kuuntelija oivaltaa asian ja pystyy jatkojalostamaan sitä eteenpäin. On myös aiheita, jotka eivät ole minkään uutissivuston sisällössä, aiheita jotka paljon pidemmälle vietyjä versioita alkuperäisestä uutisesta, että niitä ei enää tunnista samaksi aiheeksi, tai aiheita, jotka ovat jonkun toimituksen jäsenen itse keksimiä. Tasaisin väliajoin esille nousee aiheita, jotka ovat täysin itse keksittyjä. (Karjalainen, Ruuttila & Vainikka 2016b.)

Kun jakson aihe, tai aiheet, ovat selvillä alkaa tiedonhaku, jotta äänitysten aikana kommentit ovat tarkistettuja ja paikkaansa pitäviä. Ensimmäinen asia on miettiä, minkälaisen painoarvon annan tietylle lähteelle (Jaakola 2013, 82). Sama työvaihe toteutetaan myös muilla journalismin aloilla. Internet on täynnä erilaisia sivustoja, jotka tarjoavat valideja ja vähemmän valideja lähteitä eri jalkapalloa koskeviin aiheisiin. Jalkapalloa seuraavana osaan tunnistaa valtaosan hyväksi ja huonoiksi lähteiksi paljastuvista sivustoista, mutta ongelmallista lähdekritiikin hyödyntämisestä tekee se, että aina silloin tällöin jopa nämä niin kutsutut ”roskalehdet” osuvat oikeaan. Mutta pääpiirteittäin painoarvon antaminen tietyille lähteille on suoraviivaisen selkeää. Lähdemateriaalin etsiminen on usein erittäin aikaa vievää, mutta on yksi podcastin tekemisen mielenkiintoisimmista asioista. Jo ihan siksikin, että hyvin tehty ennakkotyö antaa todella paljon itseluottamusta äänityksiin. Mutta ennen kaikkea siksi, että aiheeseen materiaalia etsiessä oppii aina paljon uutta ja ymmärtää, että jalkapallosta ei voi koskaan tietää kaikkea. Viiden-toista minuutin aiheeseen käytetty tunti tuntuu kaikkea muuta kuin turhalta, koska

tunnin aikana opittu asia kattaa jaksossa käytävän aiheen, mutta antaa tietopankkiin myös sellaista, jota voi käyttää hyväksi jonkin toisen aiheen yhteydessä.

Jaksojen suunnittelu koostuu pitkälti noista kolmesta asiasta, puhuttelevuudesta, sopivien aiheiden valitsemisesta ja materiaalin hankkimisesta, jonka jälkeen jakson voi äänittää. Sovimme aina ennen äänityksiä vielä lopullisen ajolista siitä, kuinka jakso tulee etenemään ja missä vaiheessa mikäkin aihe tullaan käsittelemään. Sen jälkeen loppu on kiinni jokaisen henkilökohtaisella tasolla tehdystä työstä, mihin suuntaan jakso etenee. Tähän vaikuttaa totta kai myös meidän hyvä ryhmädynamiikka ja vähintään yhtä tärkeässä roolissa oleva valittujen aiheiden puhuttelevuus. (Karjalainen, Ruuttila & Vainikka 2016b.)

5.3 Onnistumisia ja kehittämistä

Vaikka podcastimme onkin hyvin kategorisoitunut tiettyyn asiaan, urheiluun, ja siellä tiettyyn alalajiin, jalkapalloon, osaamme ottaa kuuntelijamme yksilöinä (Kujala, Lahti & Tamminen 1999, 236). Yhteen urheilulajiin keskittyvänä podcastina saisi isommat kuuntelijamassat, jos ottaisimme kuuntelijakuntamme huomioon yhtenä isona porukkana ja yrittäisimme miellyttää jokaista kuuntelijaa. Tällöin pelkona olisi, että jaksojen sisällöstä ja dramaturgiasta tulisi sekavaa. Ominaisuus ottaa kuuntelija yksilönä on tärkeä valttikorttimme. Koska minä ja koko toimituksemme olemme intohimoisia jalkapallon seuraajia, onnistuu jonkun tietyn aiheen miellyttävyys osuvan meidän lisäksi myös kuuntelijoihin yksilöinä. Messin ja Ronaldon paremmuudesta puhuminen keräisi paljon kuuntelukertoja ja koskettaisi laajaa kuuntelijakuntaa, mutta ei herättäisi suuria tunteita yksilöllisellä kuuntelijatasolla, koska kyseessä on todella universaali aihe ja toisekseen erittäin puhki keskusteltu. Sen sijaan yksittäisen ja tarkemman aiheen hyväksyntä toimituksen sisällä takaa sen, että se tunteita herätellään yksilötasolla. (Karjalainen, Ruuttila & Vainikka 2016b.)

Otamme huomioon myös kuuntelijapalautteen ja toivomukset, joita meille esitetään. Varsinkin alkuaikoina saimme rutkasti palautetta puheesta, kielestä ja aiheista (Kuva 3). Meiltä toivottiin tiettyjen aiheiden käsittelyä, jotka otimme huomioon. Kyselemme edelleen mitä kuuntelijat haluaisivat, että tulisimme seuraavissa

jaksoissa käsittelemään ja pyrimme vastaamaan ehdotuksiin parhaamme mukaan (Karjalainen, Ruuttila & Vainikka 2016b). Olemme halunneet ottaa selkeää kontaktia kuuntelijoiden kanssa somen ja jaksosten kautta. Saatamme jaksossa kehottaa kuuntelijoita laittamaan esimerkiksi palautetta, risuja tai ruusuja, Facebookin, Twitterin tai sähköpostin kautta. Olemme myös kahdella jalkapallo-aiheisella foorumilla (FutisForum2 ja FMSuomi), jonka kautta kuuntelija voi myös laittaa meille viestiä. Vaikka kyseiset foorumit saattavat lietsoa nimettömänä törkeisiin palautteisiin, on siellä mainostaminen riskin arvoista. Tähän mennessä pahimmilta ylilyönneiltä on vältytty.

Yksi, jopa tärkein yksittäinen taito, on taitotieto (Koskennurmi-Sivonen 2002). Tieto siitä mistä puhutaan ja taito puhua siitä. Taitotiedon ollessa korkealla tasolla, on kaikki muu vain sovittelukysymyksiä. Penkinlämmittäjissä taitotieto kumpuaa meidän omasta intohimosta jalkapalloa kohtaan ja halua ymmärtää sitä. Lajia kutsutaan vihreän veran shakiksi ja sitä se totisesti on. Jalkapallossa on niin monta eri kerrosta ja tilannetta siitä, kun pallo on joukkueen x maalivahdilla, ja siihen kun se on joukkueen x tai y maalissa. Olemme ottaneet tietoisin linjan, että puhumme aidosti jalkapallosta sen omalla kielellä, emmekä koita kertoa asiaa väkisin sille kuuluisalle ”Pihtiputaan mummolle”, vaan puhumme jalkapallosta siitä kiinnostuville, sillä kielellä mikä on. Taitotieto on myös kykyä seurata jalkapalloilevan maailman asioita lähestulkoon jokaisena vuorokauden hetkenä. Tämä ei luonnollisestikaan tarkoita, että seuraaminen vaatisi jatkuvaa hereillä oloa, mutta tosiasia on se, että vuorokaudesta tietty tuntiosuus menee jalkapalloaiheisia uutisia ja itse pelejä seuraamiseen. Penkinlämmittäjien yksi kivijaloista on faktojen tietäminen ja niiden tarkastaminen, tieto mistä puhutaan. Paljon auttaa, kun jalkapalloa seuraa aktiivisesti muutoinkin, mutta lähes jokaisen jakson aikana on aiheita, jotka vaativat tuntien ennakkotutkimusta. (Karjalainen, Ruuttila & Vainikka 2016b.)

Jalkapallo-podcast Penkinlämmittäjien ryhmädynamiikka on toimivaa. Koostumme erilaisista persoonista, ei pelkästään henkilökohtaisella tasolla, vaan myös toimittaja-tasolla. Ryhmässämme on kolme selkeää roolia, tai pikemminkin persoonallista tyyliä, toimittaa ja juontaa. Minä olen aktiivinen päällepäsmäri, joka reagoi tilanteisiin nopeasti, nauraa ja pukee asian usein huumorin viittaan. Anssi

taas on huomattavan analyttinen lähestyessään aiheita ja myös sellainen, joka tykkää kaivaa käsiteltävästä aiheesta nippelitietoa ja löytää jotain sellaista, jota toimituksen muut jäsenet, tai edes kuulijat, eivät ole löytäneet. Karjalainen on ryhmämme journalisti, joka lähestyy asioita usein journalistisen korrektisti, unohtamatta kuitenkaan komiikallista puolta. Ryhmämme kolmas jäsen Vainikka on sekoitus journalistista korrektiutta ja pilkettä silmäkulmassa. Hän osaa olla todella suoraviivainen ja faktojen pohjalta asioita lähestyvä, mutta on myös olemassa toinen puoli, joka on enemmän sarkastinen. Sarkastiset yhden lauseen sanomiset aiheuttavat naurunpurskahduksia ja elävöittävät keskustelua. Meissä on juuri oikea määrä yhteisiä, toimivaksi ryhmäksi sitovia asioita, ja toisistaan erottavia persoonallisia elementtejä. Huomaan, että jos olisimme liian erilaisia, juontaminen ja toimittaminen ei toimisi, ja jos olisimme yhtään enempää samanlaisia, kuulostaisimme toistemme kopioilta ja samalla jaksomme olisi yhtä puuroa. Yhdistävä tekijä on rakkaus jalkapalloa kohtaan, mutta omilla tavoillamme. (Karjalainen, Ruuttila & Vainikka 2016b.)

Kehittämiskohteet ovat hyvinkin selkeitä. Yksi niistä on sosiaalisessa mediassa yhä aktiivisempi läsnä oleminen. Vaikka tämän hetkinen some-aktiivisuus onkin ihan hyvällä tasolla, voisi se olla paljon aktiivisempaakin. Tällä hetkellä ilmoitamme aina uudesta jaksosta tai muusta tiedotteesta ja vastaamme luonnollisesti kuuntelijoiden lähettämiin palautteisiin. Some-käyttäytyminen voisi kuitenkin olla paljon enemmänkin. Aktiivisempi markkinointi, oman ja muunkinlaisen jalkapallo-materiaalin jakaminen ja vaikkapa viikoittaisien galluppien tekeminen voisi olla sellaista, mitä kanavamme kaipaisivat. Myös ryhmän sisäinen some-vastaava auttaisi asiaa. Tällöin voisi luottaa, että yksi toimituksemme jäsenistä olisi aina valppaana vastaamaan palautteeseen, tai kysymyksiin, ja jakamaan mielenkiintoista jalkapallo-materiaalia. Nykyisellään some-päivittämisen tekee toimituksesta Jussi Vainikka. Malli on toki toimiva, mutta some-vastaava tekisi siitä paljon tehokkaamman ja selkeämmän.

Jaksojen sisäinen dramaturgia ja jakson rakenne on meille ominainen ja tunnistettava, mutta samaan aikaan sellainen asia, jota voi kehittää aina eteenpäin. Vaikka ohjelmamme sisäinen rakenne onkin tunnistetta, ei se tarkoita sitä, että se olisi valmis. Uusien ohjelmaosuuksien kokeilu ja niiden viilaaminen on yksi

podcastin tekemisen suola. Podcast antaa ohjelmaformaattina tähän mahdollisuuden ja olisi omituista olla käyttämättä sitä. Uusien ja aina uusien ohjelmaosuuksien tuominen on kuitenkin riskialtista puuhaa. Pahimmillaan ne sekoittavat kuuntelijan pään ja uusien kuuntelijoiden on hankala päästä sisään podcastiimme, jos sen sisäinen rakenne muuttuu jatkuvasti. Jotkut kuuntelijat ovat saattaneet pitää jostain tietystä ohjelmaosuudesta, mutta meidän korviimme se ei ole sopinut ja x-määrän jaksoja mukana oltua se tiputetaan ja tilalle keksitään jokin toinen osio. Tällainen edes takaisin vaihtaminen pahimmillaan vain ärsyttää kuuntelijaa. Onneksi tälläkin asialla on hyväkin puolensa. Ohjelmaosuiden viilaaminen, kokeilu ja pyörittely tuottavat usein ne parhaimmat ideat. Tällä hetkellä käytössä oleva alun osio, jossa käydään kevyesti jalkapalloilevan maailman tuoreimpia puheenaiheita läpi, on juurikin edellä mainitun kaltaisen hiomisen ja pyörittelyn tulosta. Ja alku tuo juuri sellaisen tunnelman kuuntelijalle, jollaisen me haluamme sen hänelle välittää. (Karjalainen, Ruuttila & Vainikka 2016a.)

6 POHDINTA

Olen käynyt aiemmissa luvuissa läpi Penkinlämmittäjät-podcastin tuotannon kaaren, mistä kaikki alkaa, mitä tuotantoprosessin aikana tapahtuu ja kuinka se päättyy. Olen vertaillut muita podcasteja keskenään ja Penkinlämmittäjiä muihin podcasteihin. Olen myös vertaillut perinteisemmän uutistoimittamisen keinoja tapaan, jolla Penkinlämmittäjiä tehdään. Ja erot ovat hyvinkin selvät, vaikka yhtäläisyksiäkin on.

Uutistoimittamisessa kaikki lähtee objektiivisesta ajattelutavasta ja päämäärästä tuottaa lukijalla, kuuntelijalle tai katselijalle tietoa, jota ei ole asenteellisesti manipuloitu. Penkinlämmittäjien tavan ja perinteisemmän uutistoimittamisen yhtäläisyydet ovat journalismin toimittaminen sitä kuluttavalle henkilölle. Yksi suurimmista ja tärkeimmistä eroista on Penkinlämmittäjien suhtautuminen objektiivisyyteen. Kuten olen todennut aiemmissa luvuissa jaksomme suunnittelu ja lopullinen toteutus lähtee usein liikkeelle jonkun uutisen kommentoinnista. Otamme linjaksemme selkeästi subjektiivisen näkökannan, koska tällöin voimme tuoda rohkeasti esille omat mielipiteemme ja näkemyksemme. Subjektisuudella on kuitenkin rajansa. Emme väitä jaksoissamme epätotuuksia, vaan luotamme faktaan. Podcastimme muistuttaakin enemmän pakinaluontoista journalismia tai jopa moniosaista kommenttia, kuin objektiivista uutisointia.

Pyrimme käsittelemään jaksoissamme aihetta syvällisesti ja omaperäisesti, sen sijaan, että tyytyisimme vain toteamaan itsestäänselvyksiä. Jos podcastimme kääntäisi vaikkapa printtijournalismiin olisivat tekstit tyyliltään syväluotaavia pakinoita. Ja tämä on tärkein tulos, mikä opinnäytettä tehdessä tuli ilmi. Tulosta voi hyödyntää monin eri tavoin esimerkiksi markkinoinnissa. Ensinnäkin, kun tietää miten ohjelmaa kuvailla on sitä helppo mainostaa. Toisekseen rehellinen subjektiivisuus ja pakinnanomaisuus ovat myös voimakeinoja, joilla herätetään kuuntelijan mielenkiinto ajattelemaan jakson aiheesta itse ja erilaisella näkökulmalla,

kuin yleensä. Edellä mainitut asiat toimivat tehokeinona jaksojen lisäksi markkinoinnissa. Kerromme omat mielipiteet asiasta, kuin asiasta ilman, että mielipiteitämme supistetaan millään tavalla. Olemme journalistinen palapelin osa kuuntelijamme itse rakentamassa maailmankuvassa.

Opinnäytetyöni kautta voi myös todeta, että podcastit ovat nykyisin osa urheilujournalismia ja tulevat todennäköisesti kasvattamaan jalansijaansa kirjoitetun tekstin ja liikkuvan kuvan hallinnoimassa journalismin kartassa. Varsinkin Suomessa urheilupodcastien tila on hyvin suppea muihin toimitustapoihin verrattuna. Opinnäytetyötä tehdessäni kuitenkin huomasin, että podcastit ovat kanava, jolla toimittaja tai toimitus pystyy tuomaan erilaista ja joissakin tapauksissa laajempaa näkökantaa urheilumaailmaa polttaviin puheenaiheisiin. Kirjoitetussa tekstissä ja liikkuvassa kuvassa ovat omat haasteensa, kuten juttujen sujuva eteenpäin meneminen tai kielipillinen korrektius. Podcastissa on mahdollisuus mahduttaa suuria määriä kantaottavaa materiaalia 30 tai 40 minuutin jaksoihin siinä missä tuon pituinen videomateriaali alkaa tuntumaan jo puuduttavalta.

Jalkapallo-podcast Penkinlämmittäjät on mennyt tuotteena eteenpäin niin sisällöllisesti, kuin markkinointimielessä. Olemme selkeästi erottautuneet uutisjournalismista, vaikka nojaammekin ajoittain uutismaiseen journalismiin. Kantaottavuus on tyyli, jota edustamme ja joka toimii hyvänä kivijalkana, oli seuraava askel mikä tahansa. Olemme myös kyenneet löytämään hyvän tasapainon pakinamaisuudessa ja tapahtuneessa objektiivisessä faktassa. Penkinlämmittäjien toimituksessa on selkeät roolit ja jaksoissa on kuultavissa oikea balanssi eri tyyppisiä toimittajia.

LÄHTEET

Aisher, B. 2012. How To EQ A Mix. Attack Magazine. Viitattu 2.11.2016
<https://www.attackmagazine.com/technique/tutorials/how-to-eq-mix/>

BBC 2016. 5 live's Football Daily. Viitattu 20.5.2016 <http://www.bbc.co.uk/programmes/p02nrsln/episodes/downloads>

BBC 2016. World Football. Viitattu 20.5.2016 <http://www.bbc.co.uk/programmes/p002vsyx>

blubrly 2016. History of podcasting. Viitattu 24.5.2016 <http://create.blubrly.com/manual/about-podcasting/history-of-podcasting-new/>

Campbell, J., Donaldson, P., Moore, L. & Speller, M. 2016. Patent no. GB1415442.1 terminated before grant. Player FM 16.5.2016. Viitattu 23.5.2016
<https://player.fm/series/the-football-ramble-53763/patent-no-gb14154421-terminated-before-grant>

Ciccarelli, S. 2016. History of Podcasting. Voices.com. Viitattu 24.5.2016
<https://www.voices.com/resources/articles/podcasting/history-of-podcasting>

Faneille.com 2016. Viitattu 24.5.2016 <https://faneille.com/>

Frilander, A. 2015. Vuodesta 2016 ennustetaan podcastien vuotta – tässä 20 kuunteluvinkkiä vuodenvaihteeseen. Helsingin Sanomat 29.5.2016. Viitattu 20.5.2016 <http://www.hs.fi/kulttuuri/a1450850161630>

Green, B. 2015. Podcast Master: Your Short Guide to Broadcasting Online. Lontoo: Canelo

Green, A., Jenas, J. & Perry, W. & 2016. Jenas: "The most important penalty of Ronaldo's life". BBC 29.5.2016. Viitattu 31.5.2016 <http://www.bbc.co.uk/programmes/p03wlll3>

Huippu-urheilun faktapankki 2010. Lajien harrastaja- ja lisenssimäärät. Viitattu 23.5.2016 <http://www.kihu.fi/faktapankki/lisenssit/>

Huovila, T. 2005. Toimittaja – tiedon etsijä ja vaikuttaja. Helsinki: WSOY.

Härkönen, M. & Lehtola, E. V. 2016. Mikä on Real Madridin suurin ase? Kuuntele Mestarien liigan finaalin podcast!. YLE 28.5.2016. Viitattu 29.5.2016
<http://areena.yle.fi/1-3483571>

Iltä-Sanomat 2016. Pallokerhon podcast. Iltä-Sanomat. Viitattu 23.5.2016
<http://www.iltasanomat.fi/pallokerhon-podcast/>

Jaakola, M. 2013. Hyvä journalismi – Käytännön opas kirjoittajalle. Vantaa: Kansanvalistusseura.

Johnston, N. 2016. Real Madrid 1-1 Atletico Madrid (5-3- pens). BBC 29.5.2016 . Viitattu 31.5.2016 <http://www.bbc.com/sport/football/36254652>

Karjalainen, A. & Ruuttila, A. 2015a. Englantilainen huippulupaus ottamassa väärää askelta uralla – ”Liverpool lähti kiristyslinjalle”. Faneille.com 23.5.2016. Viitattu 26.5.2016 https://faneille.com/blogit/penkinlammittajat/englantilainen-huippulupaus-ottamassa-vaaraa-askelta-uralla-liverpool-lahti-kiristyslinjalle/#.V0cD5-SYh_A

Karjalainen, A. & Ruuttila, A. 2015b. Valencialainen aivopieru ja uskomaton Leicester. Mixcloud 9.12.2015. Viitattu 31.5.2016 <https://www.mixcloud.com/penkinlammittajat/penkinl%C3%A4mmitt%C3%A4j%C3%A4t-s02e13-valencialainen-aviopieru-ja-uskomaton-leicester/>

Karjalainen, A., Ruuttila, A & Vainikka, J. 2016a. Alkukauden kovimmat läpimurtopelaajat Euroopan suursarjoissa. Nelonen 27.10.2016. Viitattu 2.11.2016 <http://www.nelonen.fi/ohjelmat/penkinlammittajat/2120167-alkukauden-kovimmat-lapimurtopelaajat-euroopan-suursarjoissa>

Karjalainen, A., Ruuttila, A & Vainikka, J. 2016b. Inter Milan - kaukainen muisto entisestä. Nelonen 3.11.2016. Viitattu 3.11.2016 <http://www.nelonen.fi/ohjelmat/penkinlammittajat/2120675-inter-milan---kaukainen-muisto-entisesta>

Karttunen, A. 2015. Valencia yllätti – Nevillen veljeskaksikko valmennusvastuuseen. YLE 2.12.2015. Viitattu 31.5.2016 <http://yle.fi/urheilu/3-8498605>

Koskennurmi-Sivonen, R. 2002. Tieto, taito ja tekijän hiljainen tieto. Helsinki.fi. Viitattu 3.11.2016 http://www.helsinki.fi/~rkosken/taito_ja_tieto.html

Kujala, T., Lahti, J. & Tamminen, H. 1999. Radiotyön perusteet – Johdatus suoran lähetyksen tekemiseen. Tampere: Gaudeamus.

Laakkonen, A. 2016. Näillä miehillä taistellaan himoitusta pokaalista – katso Mestarien liigan finaalin kokoonpanot!. YLE 28.5.2016. Viitattu 29.5.2016 <http://yle.fi/urheilu/3-8915447>

Mixcloud 2016. Penkinlämmittäjät. Viitattu 24.5.2016 <https://www.mixcloud.com/penkinlammittajat/>

Morris, T., Terra, E. & Williams R. C. 2008. Expert Podcasting Practices For Dummies. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.

Malyon, E. 2016. Barcelona star Lionel Messi explains why he dyed his hair blond. Mirror 4.9.2016. Viitattu 3.11.2016 <http://www.mirror.co.uk/sport/football/news/barcelona-star-lionel-messi-explains-8768603>

Nelonen 2016. Penkinlämmittäjät. Viitattu 2.11.016 <http://www.nelonen.fi/ohjelmat/penkinlammittajat>

Neville, P., Murray J., Pougatch, M. & Waddle, C. 2016. Lingard's FA Cup winner was 'breathhtaking'. BBC. Viitattu 23.5.2016 <http://www.bbc.co.uk/programmes/p03vw6ch>

Oivio, J. & Sundelin, S-P. 2016. Pallokerhon podcast: orastavat kriisit, yllättävä kärkiottelu ja eheytyvät Superkotkat. Ilta-Sanomat 12.5.2016. Viitattu 23.5.2016 <http://www.iltasanomat.fi/veikkausliiga/art-2000001177490.html>

Oppimateriaali 2011. Aristotelinen dramaturgia. Viitattu 23.5.2016 <http://oppimateriaali.wikidot.com/aristoteelinen-dramaturgia>

Rios, O. 2016. Podcasting Pro Basics: A Beginner's Guide To Producing, Editing, and Publishing A Podcast. Yhdysvallat: Orlando Rios Publishing.

Suomen Journalistiliitto 2016. Journalistin ohjeet 2014. Viitattu 13.7.2016 <http://www.journalistiliitto.fi/pelisaannot/journalistin-ohjeet/>

Soundcloud 2016. Kaarle. Viitattu 26.5.2016 <https://soundcloud.com/kaarle>

Supla 2016. Supla. Viitattu 2.11.2016 <http://www.supla.fi/>

The Football Ramble Ltd. 2016. The Football Ramble. Viitattu 21.5.2016 <http://www.thefootballramble.com/>

Twitter 2016. Penkinlämmittäjät. Viitattu 2.11.2016 <https://twitter.com/penkinlam>

Uusitalo, T. 2016. Real Madrid juhlii Mestarien liigan voittoa! – Atletico kompastui rangaistuspotkuihin. Yle 28.5.2016. Viitattu 2.11.2016 <http://yle.fi/urheilu/3-8915505>

Watson, S. 2005. How Podcasting Works. HowStuffWorks. Viitattu 24.5.2016 <http://computer.howstuffworks.com/internet/basics/podcasting.htm>

Wikipedia 2016. The Football Ramble. Viitattu 23.5.2016 https://en.wikipedia.org/wiki/The_Football_Ramble