

Artistit & Alkoholi — haastattelusarja Radio Helsingin Youtube -kanavalle

Ville Riste



Tekijä Ville-Antti Elias Riste	
Koulutusohjelma Journalismin koulutusohjelma	
Opinnäytetyön nimi Artistit & Alkoholi — videosarja Radio Helsingin Youtube -kanavalle.	Sivu- ja liitesivumäärä 34 + 6
<p>Tämä opinnäytetyö käsittelee <i>Artistit & Alkoholi</i> -haastattelusarjan suunnittelua, toteutusta ja siitä seurannutta pohdintaa. Kyseessä on videoina toteutettu kuusiosainen haastattelusarja, jossa keskustellaan musiikkia esittävien henkilöiden kanssa heidän suhteestaan alkoholiin. Sarjan videot kuvattiin keväällä 2019 aikana ja ne leikattiin sekä editointiin loppuun kesän 2019 aikana. Videot julkaistiin Radio Helsingin Youtube -kanavalla syksyn 2019 aikana.</p> <p>Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen opinnäytetyö. Tuotoksena on kuusiosainen videohaastattelusarja toteutettuna Radio Helsingin Youtube -kanavalle. Videoita voi tarkastella yhtenä tapana tehdä haastatteluita julkaisualustalle.</p> <p>Muusikoille tunnutaan sallittavan alkoholin käyttö arjessa eri tavalla kuin monissa muissa ammattikunnissa. Halusin keskustella erilaisten muusikoiden kanssa mitä mieltä he ovat asiasta sekä minkälaisena he itse näkevät oman suhteensa alkoholiin.</p> <p>Tässä opinnäytetyössä käyn läpi prosessia, sekä minkälaisia katselukertoja sarjan eri jaksot keräsivät sekä millaisilla laitteilla videoita katsottiin. Käyn myös läpi millaista haastattelutekniikkaa käytin haastatteluita tehdessä sekä avaan haastattelutekniikan tietoperustaa.</p> <p>Pohdin myös yleisesti haastattelutekniikkaa, reflektoin hieman miten erilaiset tekniikat toimivat haastattelutilanteissa sekä erityisesti tämän projektin kaltaisissa haastatteluissa.</p> <p>Opinnäytetyön lopussa kerron, mitä opin projektin aikana sekä mitä tekisin toisin.</p>	
Asiasanat Youtube, video, Radio Helsinki, haastattelu, alkoholi, haastattelutekniikka	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Alkuperäinen suunnitelma ja lähtökohdat	3
1.2	Radio Helsinki.....	7
1.3	Youtube	7
2	Tietoperusta	8
2.1	Haastattelutekniikka.....	8
2.2	Alkoholi ja mediakuva	10
3	Jaksot ja niiden kuvaaminen.....	12
3.1	Kuvauskalusto	12
3.2	Anni Lötjönen	14
3.3	Jouni Hynynen.....	16
3.4	Emppu Suhonen.....	19
3.5	Voli	21
3.6	Tuure Boelius	24
3.7	Jenna Alexa.....	26
4	Johtopäätökset	30
4.1	Basso -radioon vertaaminen.....	31
4.2	Opittua	32
4.3	Vastaavan projektin toteutuksesta tulevaisuudessa.....	34
5	Lähteet.....	35
6	Liitteet	37
6.1	Linkit Youtube -videoihin	37
6.2	Kartta kameroiden asettelusta.....	37
6.3	Kaikkien videoiden katselukerrat ensimmäisen viikon aikana	38
6.4	Youtubesta saatuja Excel-taulukoita	38
6.5	Otteita Radio Helsingin Mediakortista 2018-2019	41

1 Johdanto

Ajatus toteuttaa opinnäytetyö videosarjana lähti saatuaani työharjoittelupaikan Radio Helsingistä syksyille 2018. Aloin pohtia mahdollisuutta toteuttaa opinnäytetyönäni jonkinlainen audiovisuaalinen projekti. Koin, että audiovisuaalisia aineksia sisältävä projekti olisi oiva tapa osoittaa osaamistani median tuottamisen monelta eri osa-alueelta. Keskustellessani ajatuksesta lähipiirini kanssa, alkoi usein vitsinomainen vertailu Radio Helsingin sisältöjohtajan Maria Veitolan *Yökylässä* -TV-ohjelmaan. Kuittasin vertailut yleensä vastaamalla, että minun tapauksessani yökyläilyn sijaan voisin tehdä haastatteluita niin sanotusti päiväkaljalla.

Ajatus pienen alkoholimäärän tuomasta rentoutumisesta haastateltavassa tuntui mielenkiintoiselta lähtökohdalta haastattelusarjaa varten. Projektin työnimeksi annoin alkuun *Päiväkaljalla*. Tarkoitus ei ollut glorifoida alkoholin käyttöä eikä pyrkiä humalahakuiseen juomiseen. Lopulta päädyin ajatukseen, että jos tarkoitus olisi kuvata haastattelut anniskeluravintolassa alkoholijuoman äärellä, olisi luontevaa, että jokaisen haastattelun aiheena olisi alkoholi.

Kun olin sopinut työharjoitteluni jatkumisesta alun perin sovitun viidenkymmenen työpäivän jälkeen vielä osa-aikaisena keväälle 2019, ehdotin ajatusta videohaastattelusarjasta Radio Helsingin toimituksessa. He näkivät, että ideassa oli potentiaalia, mutta koska Radio Helsinki on toimituksensa henkilömäärältään pieni, projektini ei saisi kuormittaa heidän henkilökuntaansa liiaksi. Tämä sopi minulle, sillä olihan kyseessä minun opinnäytetyöni ja halusin saada mahdollisimman suuren vastuun projektista. Päätin myös rajata haastattelut muusikoihin, sillä koin että, juuri heihin usein liitetään ajatus alkoholin käytöstä.

Lähestyessäni muusikoita käytin Radio Helsingin toimituksen yleistä sähköpostia, sillä minulla ei ollut omaa työsähköpostia, ja arvelin, että Radio Helsingin sähköpostista lähetetyt haastattelupyynnöt otettaisiin artistien taholta vakavammin kuin sähköpostit henkilökohtaisesta sähköpostiosoitteestani.

Alkoholi osoittautui hieman araksi aiheeksi, sillä useaan pyyntöön vastattiin kielteisesti, vedoten usein kiireisiin aikatauluihin tai siihen, että artisti ei halunnut avata yksityiselämänsä julkisuuteen. Osa artisteista vastasi minulle henkilökohtaisesti, osalta sain vastauksen managerin tai tiedottajan kautta. Osalta en saanut koskaan vastausta. Kaikki kielteiset vastaukset olivat melko niukka sanaisia. Pyrin saamaan sarjaan mukaan myös muusikon, joka ei käytä alkoholia ollenkaan, mutta tämä jäi haaveeksi artistien kiireellisten aikataulujen takia.

Haastateltaviksi valikoituivat lopulta Jouni Hynynen Kotiteollisuus -yhtyeestä, Anni Lötjönen Huora -yhtyeestä, Emppu Suhonen muun muassa Tiktak -yhtyeestä, räppäri Voli, eli Jani Tuohimaa, Teflon Brothers -yhtyeestä sekä sooloartistit Tuure Boelius sekä Jenna Alexa.

Jouni Hynystä lähestyin siksi, että Kotiteollisuus -yhtyeen sekä Hynysen itsensä julkinen imago on aina ollut melko alkoholin huuruinen, eikä yhtye ole koskaan alkoholin käyttöä peitellyt. Hynynen myös itse myönsi, että on puhunut vuosien saatossa mediassa paljon juuri alkoholin käytöstä.

Anni Lötjöseen päädyin sillä hänen yhtyeensä, Huoran, sanoituksissa lauletaan avoimesti alkoholin käytöstä. Lötjönen on myös siitä mielenkiintoinen, että kotimaisessa musiikkikentässä harva nainen laulaa yhtä avoimesti alkoholista.

Emppu Suhosen valitsin, sillä hänen muusikon uransa alkoi alaikäisenä Tiktak -yhtyeen riveissä, ja on jatkunut siitä pitkälle aikuisuuteen. Hän on myös toiselta ammatiltaan opettaja ja harrastaa aktiivisesti juoksemista. Opettajana hänen on oltava esimerkkinä nuorille. Tämä ja tervehenkinen juoksuharrastus sotiivat mielikuvasta rock-kitaristin kanssa.

Teflon Brothers räppää paljon alkoholin käytöstä ja juhlimisesta, ja Voli totesi itsekkin haastattelussa, että he ovat Suomen parhaimpia yhtyeitä juhlimiseen yllyttämisessä. Yhtye on myös tehnyt juomavalmistaja Hartwallin kanssa kappaleen, jonka tarkoitus on mainostaa Hartwallin alkoholipitoisia long drink -juomia.

Tuure Boelius valikoitui haastateltavaksi siitä syystä, että hän on nuori artisti, joka juuri täyttänyt 18 vuotta. Olin nähnyt hänen käyttävän alkoholia jo alaikäisenä, joten koin, että tästä saisin mielenkiintoisen tulokulman haastatteluun. Ennen haastattelua hän oli pyrkinyt pitämään melko puhtaista imagoa, jossa ei alkoholin kanssa läträtä.

Jenna Alexa on aloitteleva artisti, joka vielä elättää itseään osittain baarimikon töillä anniskeluravintoloissa, ja koin, että häneltä voisi saada erilaista näkökulmaa alkoholin käyttöön niin artistina kuin alkoholin anniskelijanakin.

Sovimme myös Radio Helsingin toimituksen kanssa, että haastateltavia tulisi olla sekä miehiä että naisia, nuoria että kokeneempia artisteja. Nämä seikat vaikuttivat myös siihen,

keitä lähestyin haastattelupyynnöllä tätä projektia varten. Jaksojen määrä vaihteli suunniteluvaiheessa ja lopulta päädyin toteuttamaan kuusi jaksoa, joka oli mielestäni minimimäärä.

Ennen kuutta varsinaista jaksoa, kuvasin yhden demo -jakson Jenna Alexan kanssa, jossa kokeilin muutamaa eri kuvauskulmaa. Tätä demo -jaksoa ei koskaan julkaistu, mutta näytin sitä Radio Helsingin toimituksessa, jonka jälkeen tein joitain muutoksia suunnitelmiini. Muutokset koskivat suurimmaksi osaksi kuvausteknisiä asioita kuten kameroiden sijaintia. Tein demon juuri Jenna Alexan kanssa, sillä tunsin hänet jo henkilökohtaisesti, sillä olin tehnyt hänen kanssaan osa-aikaisena töitä samassa ravintolassa.

Kyseinen ravintola oli Bar Loose, joka valikoitui kuvauspaikaksi, sillä pystyin helposti sopimaan sen käytöstä ravintolan henkilökunnan kanssa. Kuvauspaikkana alkuperäisten suunnitelmien tietyssä vaiheessa oli G Livelab -ravintola, joka toimii samassa rakennuksessa kuin Radio Helsingin toimitus.

Valmiit videot päätettiin Radio Helsingin toimesta julkaista kahden viikon välein syksyllä 2019. Haastattelusarjan nimeksi valikoitui lopulta *Artistit & Alkoholi*. Sovimme myös, että jokaisen jakson kesto pyritään saamaan noin 10 minuuttiin. Valittuun pituuteen vaikuttaa se, että Youtube haluaa käyttäjien viipyvän palvelussa mahdollisimman pitkään, joten liian lyhyet videot eivät näy palvelun hauissa kovin hyvin (Nippala 2015). Juuri kymmeneen minuuttiin tähtäävät myös useat Youtube -videoiden tekijät (Townsend 2016).

1.1 Alkuperäinen suunnitelma ja lähtökohdat

Opinnäytetyöni oli tarkoitus olla produktiivinen Youtube -palvelua varten suunniteltu juttusarja, jossa haastattelen kotimaisia artisteja lasillisen äärellä. Arvelin varsinaisen kirjallisen lopputyön olevan pitkälti päiväkirjamainen, johon lisäisin dataa Youtube -palvelusta.

Opinnäytetyöstä ei kuitenkaan tullut päiväkirjatyyppinen, vaan pyrinkin hieman analysoidaan ja tulkitsemaan Youtubesta saamiani lukuja videoihin liittyen sekä pohtimaan haastatteluita haastattelutekniikan näkökulmasta. Alkoholi voi olla arka aihe, ja videolle haastatteleminen vaatii huomionkiinnittämistä erinäisiin seikkoihin.

Radio Helsingillä oli entuudestaan oma kanava Youtubessa, mutta suoraa sinne tuotettua sisältöä on julkaistu niukanlaisesti. *Artistit & Alkoholi* -sarjaa tehdessäni suurin osa Radio Helsingin Youtube -kanavalla julkaistusta materiaalista oli radiolähetyksistä nostettuja haastatteluita. Radio Helsingin radiostudiossa on muutama videokamera, joten heillä on

mahdollisuus jälkeen päin leikata esimerkiksi radiohaastatteluiden parhaita paloja video-
muotoon ja ladata Youtubeen. Tarkoitukseni oli tuottaa sisältöä, joka olisi tehty tarkoi-
tuksen mukaisesti videona. Tämä tarkoittaisi useita erilaisia kuvakulmia sekä mielenkiin-
toisempaa kuvausympäristöä kuin radiostudio.

Youtube on sosiaalinen media, jota ohjaavat sen omat algoritmit, joiden tarkoitus on pitää
katsoja mahdollisimman pitkään palvelussa. Tämä ilmenee sen tapana suositella käyttä-
jälle samankaltaista sisältöä, kun on katsonut videoita (Nieminen 2020). Esimerkiksi selail-
tuani Radio Helsingin Youtube -kanavaa tietoperustaa varten, palvelu alkoi suosittele-
maan minulle muiden kotimaisten radiokanavien vastaavia Youtube -kanavia, erityisesti
Basso -radion kanavaa.

Kohdeyleisöltään Basso onkin melko lähellä Radio Helsinkiä, sen kuitenkin tähtäävän hie-
man nuorempaan yleisöön. Molemmat kanavat profiloituvat urbaaniin elämäntapaan ja
musiikissa on painostus rytmimusiikkiin. Kanavia myös yhdisti vielä vuoden 2018 lopulla
se, etteivät ne ole osa mitään suurta mediakonsernia, toisin kuin valtaosa muista kotimai-
sista kaupallisista kanavista. Bauer Media osti Basson vuoden 2019 aikana.

Youtube myös alkoi suosittelemaan Ylen nuorille suunnatun YleX -radiokanavan Youtube
-videoita, mutta YleX:n kohdeyleisö on huomattavasti nuorempi kuin Bassolla tai Radio
Helsingillä. Lisäksi YleX:n takana on Yleisradion suuri koneisto, joka mahdollistaa vide-
osisältötuotannon täysin eri mittaluokassa kuin mihin esimerkiksi Radio Helsinki kykenee.

Toivoin, että jos projektini onnistuisi erityisen hyvin, se osaltaan lisäisi Radio Helsingin
Youtube -kanavan näkyvyyttä, ja palvelun algoritmit myös alkaisivat nostaa kanavaa use-
ammalle käyttäjälle.

Haastattelusarjan otteen tulisi olla journalistinen, mutta ei liian vakava. Halusin luoda ren-
non ja intiimin ilmapiirin, jossa keskusteltaisiin sinällään vakavasta aiheesta, eli alkoholin
käytöstä, mutta pieni pilke silmäkulmassa. Rentoon ilmapiiriin koin vaikuttavan sen, että
tilanteessa ei olisi muita henkilöitä minun ja haastateltavan lisäksi. Siksi kuvaaminen, ää-
nittäminen sekä toimittaminen olivat kaikki minun kontollani haastatteluita tehtäessä. Us-
koin, että pienen alkoholiannoksen nauttiminen haastattelun aikana mahdollisesti voisi
rentouttaa haastateltavaa.

Radio Helsingin kohdeyleisö ovat aikuiset kaupunkilaiset. Arvelin, että sopivan nuorek-
kaalla ja sosiaaliseen mediaan optimoiduilla sisällöllä voisi houkuttaa potentiaalisia uusia

kuuntelijoita kanavalle. Samoin jo pidempiaikaiset Radio Helsingin kuuntelijat voisi ohjata hyvällä videosisällöllä seuraamaan myös Radio Helsingin Youtube -kanavaa.

Koska Youtube toimii niin, että sen algoritmit alkavat suositella samankaltaisia videoita käyttäjällä, uskoin, että jo yhden jakson katsomisen jälkeen palvelu suosittelee katsojalle muita sarjan videoita. (Nieminen 2020)

Radio Helsinki oli julkaissut aiemmin kaksi Youtube -haastattelusarjaa; *Meet & Greet* sekä *Muusikot äänessä*. *Meet & Greet* on podcast-tyyppinen, radiostudiossa kuvattu haastattelusarja, jossa muusikot haastattelevat toisiaan. Videot ovat kuitenkin pitkiä, pisimmät yli tunnin, eivätkä visuaalisesti tarjoa muuta kuin kaksi ihmistä keskustelemassa radiostudiossa. *Muusikot äänessä* -videot ovat lyhyempiä, mutta eivät radikaalisti visuaalisesti näyttävämpiä. Siksi halusin omassa sarjassani käyttää eri kuvakulmia sekä mahdollisesti kuvituskuvaa.

Loppujen lopuksi en kuitenkaan käyttänyt kuvituskuvaa kuin parissa valmiissa videossa peittämässä tiettyjä leikkauskohtia. Halusin pitää valmiit videot noin kymmenen minuutin pituisina, vaikka aiheetta olisi voinut laajentaa ja keskustelua pidentää. Pidin aiheen kohdullisen rajattuna, enkä kokenut tarpeelliseksi venyttää keskustelua. Uskon, että nuorten median kuluttajien keskittymiskyky on lyhyempi kuin aiemmin, joten videot olisi hyvä pitää maltillisen pituisina. Youtube on Suomessa etenkin nuorten suosiossa (ebrand Suomi oy 2015).

Alun perin suunnittelin, että jokaisella jaksolla voisi olla houkutteleva nimi, mutta lopulta päädyin käyttämään vain haastateltavan artistinimeä. Radio Helsingin toimituksen ehdotuksesta valitsin jokaisesta haastattelusta mielenkiintoisen lyhyen pätkän, jonka laitoin videon alkuun ikään kuin ennakoimaan mitä olisi luvassa ja toimimaan houkuttelevana koukkuna jaksolle. Vasta sen jälkeen tulisi niin sanottu ohjelmatunnus.

Alkuperäisessä suunnitelmassani nostin seuraavia esimerkkejä:

- Laulaja Mariska oli Laura Frimanin haastattelussa radiolähetyksessä. Haastattelu laitettiin 3.10.2018 Radio Helsingin Youtube -kanavalle, jossa se keräsi neljässä päivässä 200 katselukertaa.
- 6.2.2018 julkaistu räppäri Paperi T:n vierailu Radio Helsingin aamussa keräsi noin 2 kuukaudessa 4,6 tuhatta katselukertaa.

- Radio Helsingin Youtube -kanavalle tuotettu *Meet & Greet* ohjelman jaksojen katselukerrat vaihtelevat muutamasta sadasta useaan tuhanteen.
- Basso Radion *Slämäri* -sarjan suosituin jakso on kerännyt vuodessa 583 tuhatta katselukertaa. Syksyllä 2018 tehdessäni alustavaa suunnitelmaa oli viimeisin video kerännyt päivässä 2,2 tuhatta katselukertaa.
- YleX -radiokanavan viimeisin Youtube -video keräsi kahdessa päivässä 24 tuhatta katselukertaa.

Ajattelin, että haastattelusarjaa voisi mainostaa Radio Helsingin sosiaalisen median kanavilla sekä suorissa radiolähetyksissä. Itse pidin aamulähetystä parhaana ajankohtana mainostaa, sillä se on ehdotonta prime timeä radiossa. Loppujen lopuksi ainoastaan sarjan ensimmäistä jaksoa mainostettiin Radio Helsingin Facebook-sivulla, ja videoistani leikkamia ääniklippejä soitettiin julkaisupäivinä suorassa iltapäivän lähetyksessä.

Leikittelin myös ajatuksella katsojille tarkoitetusta kyselylomakkeesta, jolla voisi kysellä mielipiteitä sarjasta. Kyselylomake jäi kuitenkin vain ajatuksen tasolle. Youtubessa pystyy kommentoimaan videoita, sekä joko tykkäämään tai ei-tykkäämään videoista. Kommentit ja tykkäykset voi siis tulkita eräänlaisina katsojapalautteina.

Aivan ensimmäisissä suunnitelmissa sarja oli tarkoitus kuvata G Livelab -tapahtumaravintolassa. Livelaboratoriot Oy omistaa Radio Helsingin ja samassa rakennuksessa sijaitsevan G Livelab -tapahtumaravintolan. Uskoin, että kuvaukset tapahtuisivat heidän tiloissaan sekä heidän kalustollaan. Pyrkisin kuvaamaan itse kaiken mahdollisen ja editoisin videot valmiiksi. Olisin voinut myös pyytää tarvittaessa tilapäisiä apukäsiä Radio Helsingin toimituksesta, vaikka lupasinkin rasittaa heitä sarjallani mahdollisimman vähän.

Lopulta kävi ilmi, että aikataulujeni sovittaminen G Livelabin aikataulujen kanssa oli turhan haastavaa. Kävi myös ilmi, ettei Radio Helsingillä tai Livelaboratoriolla ollut sellaista kuvaus- ja äänityskalustoa, joilla videot olisi paras toteuttaa.

Johtuen näistä seikoista, lopullinen kuvauspaikka oli Bar Loose, ja käyttämäni kuvauskalusteet olivat osittain omiani, osittain Haaga-Heliasta lainattuja. Myös mahdolliset apukädet, esimerkiksi äänitarkkailuun tai kuvakulmien rajaamiseen, jäivät näin ollen täysin puuttumaan.

1.2 Radio Helsinki

Radio Helsinki on alun perin helsinkiläinen paikallisradio, jonka FM-taajuuksien kuuluvuusalue laajeni vuoden 2020 alussa myös Tampereen ja Oulun seudulle. Radio Helsinki perustettiin vuonna 2000, ja se toimi alkuun pelkästään nettiradiona. Vuonna 2001 sille myönnettiin toimilupa ja vakituiset lähetykset FM-taajuudella alkoivat 1.3. 2001. Nykyisen toimiluvan omistaa Livelaboratoriot Oy, jonka puolestaan omistaa Muusikoiden liitto. Kanavalle tunnusmaisinta on soittolistattomuus, eli kanavan juontajat valitsevat soitettavan musiikin itse. Radio Helsinki on valittu 13 kertaa Vuoden Radioksi Musiikki & Media -tahtumassa.

Vuoden 2019 kuuluvuusalue kattoi noin 1,6 miljoonaa suomalaista, ja viikkotavoittavuus (pitäen sisällään sekä FM että online kuuntelijat) oli noin 120 tuhatta kuuntelijaa. Radio Helsingin premium-yleisö kuunteli kanavaa erittäin uskollisesti; keskimäärin 361 minuuttia per kuuntelija. (Radio Media ry 2018)

Kuuntelijoiden sukupuolijakauma on 54,1 % miehiä ja 45,9 % naisia. Ikäjakaumasta 46,1 % on 25-44 vuotiaita, 44,1 % yli 45-vuotiaita, ja loput alle 24-vuotiaita. Radio Helsinkiä kuunneltiin 36,2 % kotona, 37,5 % autossa ja 11,8 % töissä. Nämä tiedot peräisin Kansallisesta radiotutkimuksesta maaliskuu-elokuulta 2018 (Radio Media ry 2018).

Radio Helsingin Youtube -kanava on perustettu 20.1. 2010. Sillä oli maaliskuun 2020 alussa noin 1 710 tilaajaa.

1.3 Youtube

Youtube on Googlen omistama Internetissä toimiva videopalvelu. Käyttäjät voivat lisätä sivustolle omia videoita, sekä katsoa ja kommentoida muiden käyttäjien videoita. Sivusto on perustettu 2005. YouTubessa käy joka kuukausi yli 1,9 miljardia kirjautunutta käyttäjää, ja joka päivä videoita katsotaan miljardien näyttökertojen edestä yli miljardi tuntia (Youtube 2020).

Youtube on Suomessa nuorten käyttämistä videopalveluista suosituin, ja suurin osa kertoo käyttävänsä sitä mobiililaitteiltaan (ebrand Suomi oy 2015).

Palvelussa videot on hyvä optimoida katselukertoja saadakseen. Optimoinnin kannalta tärkeää on videon otsikko, videon sisällön esittely viestikentässä, houkutteleva kansikuva sekä tunnisteet eli tägit (Kunnari 2018).

2 Tietoperusta

Suurin osa pitää omaa alkoholin käyttöään yksityiselämän piiriin kuuluvana asiana ja harva haluaa nostaa asiaa sen suuremmin julkisuuteen. Näin tuntuu myös olevan muusikoiden piireissä, vaikka suuri yleisö tuntuu heidän alkoholin käytölleen antavan hiljaisen hyväksynnän.

Haastatteluiden tekemiseen on monenlaisia tekniikoita, ja videolle haastattelemineen myös vaatii tiettyjen seikkojen huomioon ottamisen.

Käyn tässä kappaleessa läpi erilaisia jo tutkittuja sekä oppimiani haastattelutekniikan välineitä, joilla saada aikaan hyvä haastattelu, vaikka aihe olisikin arka. Tarkastelen myös mitä on otettava huomioon alkoholista haastateltaessa, sekä millainen mediakuva alkoholilla ylipäättään on.

2.1 Haastattelutekniikka

Haastattelussa tärkeää on saada haastateltava puhumaan vapaasti, ja siihen hyvä keino on olla haastattelijana mahdollisimman hyvä kuuntelija. Liikaa äänessä oleva journalisti ei ole hyvä haastattelija. Haastattelija voi kuitenkin halutessaan käyttää hiljaisuuttaan tehokeinona. (Adams 2009, 39).

Omasta kokemuksestani täysin tuppisuuna ei kuitenkaan kannata olla vaan välillä jakamalla omia kokemuksia aiheeseen liittyen saadaan haastattelun ilmapiiri rennommaksi. Hyvä kuuntelija poimii haastateltavan puheista juuri niitä asioita, joihin tarttua ja joihin peilata omia kokemuksia. Alkoholista käyttävänä ja bänditoiminnassa nuorempana mukana olleena pystyin tässä haastattelusarjassa aika ajoin jakamaan haastateltaville myös omia kokemuksiani. Annoin heille ikään kuin mahdollisuuden peilata omia ajatuksiaan minun kokemuksiini ja ajatuksiini. Sitä kautta heille jää tunne, että haastattelu ei ole yksipuolista dialogia vaan yhteinen kokemus, josta heillekin voi herätä uusia ajatuksia. Ajatuksia, jotka he kertovat ääneen haastattelussa.

Hyvä haastattelija tarkkailee ihmistä ja tulkitsee toisen sanomisen lisäksi tapoja, miten haastateltava puhuu ja vastaa. Hyvä haastattelija tulkitsee myös haastateltavan eleitä ja ilmeitä. Ystävällinen ja toisen huomioonottava haastattelija saa yleensä enemmän tietoa irti haastateltavasta. Katsekontakti haastateltavaan luo luottamusta (Adams 2009, 40).

Haastattelut eroavat tavallisesta keskustelusta siinä, että haastattelijan tarkoitus on kerätä tietoa. Tavallisessa keskustelussa tietoa yleensä jaetaan tasaisesti molemmin puolin.

Haastattelussa toimittajan tehtävä on kuitenkin saada vastaukset kysymyksiinsä. Strategisesti mietityillä kysymyksillä voi haastateltavasta saada tarinankertojan (Jääskeläinen, 22.1.2017). Keskustelun keinoja, kuten oman tiedon ja kokemuksen jakamista, voi käyttää mielestäni rennon haastatteluilmapiirin luomiseen, joka voi johtaa siihen, että haastateltavan kynnys vastata laskee. Kyse ei ole pelkästään haastateltavan ”huijaamista” antamaan avoimempia vastauksia, vaan saada haastateltava pohtimaan ääneen hänelle kenties uusia näkökulmia ja ajatuksia haastateltavasta aiheesta.

Radio- ja TV -journalisteja pidetään nopeamman haastattelutyylin innokkaina soveltajina, ainakin verrattuna perinteiseen printtimediaan haastattelevalta, mutta haastateltavalle tilaa antamalla saadaan hänestä avoimempi (Adams 2009, 39). Hyvä audiovisuaaliselle alustalle haastatteleva osaakin mielestäni soveltaa perinteisen printin haastattelumetodeja pitäen silti yllä radiolle ja TV:lle tyypillistä riipeyttä yllä. Silloin kun kyseessä ei ole haastattelu suoraan lähetykseen, voidaan aikaa hyödyntää esimerkiksi pitämällä lyhyitä taukoja puheesta.

Haastatteluun valmistautuminen tietoa hankkimalla sekä kysymyksiä valmiiksi kirjoittamalla auttavat usein hyvään haastatteluun, mutta usean kymmenen kysymyksen etukäteen kirjoittaminen ennakkoon mietityistä lähtökohdista voi sabotoida haastattelua. Koskaan ei voi etukäteen tietää mihin suuntaan haastateltava alkaakin haastattelua viedä ja silloin turhan pitkälle mietityt valmiit kysymykset ovat turhia. Lyhyehkössä haastattelussa parhaan tuloksen voi saada aikaan miettimällä esimerkiksi kolme pääasiaa, joihin haluaa haastattelijana vastauksen. Tämän jälkeen kannattaa miettiä millaisia kysymyksiä tarvitaan saadakseen vastaukset noihin pääasioihin (Heikelä 11.4.2017).

Haastattelu videoformaattiin eroaa erityisesti esimerkiksi radio- tai printtimediaan haastattelemisesta siinä, että yleisö näkee haastattelijan eleet ja ilmeet kuin myös valmiiksi kirjoitettujen kysymysten luntaamisen kesken haastattelun (Heikelä 11.4.2017). Ennen kuin videohaastattelu alkaa, kannattaa myös tarkistuttaa haastateltavalta mihin hänen olisi hyvä suunnata katseensa. Yleinen sääntöhän on, että haastateltavan olisi hyvä katsoa haastattelijaan (Australian Broadcasting Company 2012). Tämän olivat *Artistit & Alkoholit* -sarjan haastateltavat hyvin omaksuneet, eikä asiasta tarvinnut heitä muistutella.

Niin sanotut suljetut kysymykset, eli kysymykset, joihin haastateltava voi vastata suoraan joko kyllä tai ei, ovat huonoja tähän videoformaattiin haastateltaessa. Suljettu kysymys voi johtaa suljettuun vastaukseen, joka pakottaa jatkokysymykseen. Hyvä kysymys on avoin mutta rajattu tiettyyn aihepiiriin ja jatkokysymykset rakennetaan siitä, mitä haastateltava

on sanonut (Jääskeläinen, 22.1.2017). Kun tähtäimessä on noin kymmenen minuuttinen video, kannattaa aikaa säästää, ja esittää kysymykset heti avoimempina.

Ennen varsinaisten kuvasten alkua, minua kehoitettiin Radio Helsingin AV-henkilön puolesta asettamaan itseni ja haastateltavani hieman samaan tyyliin kuin amerikkalaisissa keskusteluohjelmissa. Tämä ei ole uutta suomalaisessa audiovisuaalisen median tekemisessä vaan olemme aina ottaneet runsaasti vaikutuksia muualta maailmassa (Keinonen 2017, 203-204). Internetiin suunnattu sisältö alkaa muistuttaa perinteistä televisiosisältöä erottuen siitä kuitenkin esimerkiksi tuotantotapojen kautta. Vuosituhanteen vaihteessa syntyneille on jo alettu tuottaa sisältöä, jota he voivat vastaanottaa missä ja milloin haluavat (Keinonen 2017, 207-208).

Videolle haastatellessa ei olisi pahitteeksi nauhoittaa jo ennen varsinaista haastattelua tehtäviä lämmittelevää keskustelua, sillä se auttaa esimerkiksi äänentasojen huomioimiseen sekä kuvan rajaamiseen. Ennen kuvauksia voi tehdä myös selväksi haastateltavalle, että ääntä ja kuvaa nauhoittaessa haastattelijan on reagoitava vastauksiin äänettömästi, esimerkiksi nyökkäämällä, sillä se helpottaa videon editoimista suunnattomasti. Hiljaisuus vastauksen ja uuden kysymyksen välillä voi saada myös haastateltavan pohtimaan juuri sanomaansa ja lisäämään vielä jotain arvokasta uutta tietoa tai summaamaan aiemmin vastaamaansa. Rauhallisuus videolle haastatellessa on siis erittäin tärkeää. Editointia helpottaakseen olisi hyvä nauhoittaa pelkkää haastattelutilan ääntä, eli atmosfääriä (Australian Broadcasting Company 2012).

2.2 Alkoholi ja mediakuva

Alkoholin käyttö kuuluu useimmilla ihmisillä yksityiselämän piiriin, eikä siitä puhuta samalla tavalla avoimesti kuin vaikka ruokatottumuksista tai harrastuksista. Alkoholi on laillinen päihde, ja julkisuuden henkilöiden päihteiden käytöstä revitään usein eri medioissa myyviä otsikoita.

Alkoholin käytöllä ja suomalaisten siitä puhumisella on pitkät perinteet. Viinanjuonti kasuja ja sanaparsia kerrottiin jo 1700- ja 1800-luvuilla. Erityisesti Hymy -lehti toi 1960-luvulla ihmisten alkoholinkäytön mediakentälle alkoholinkäytöstä kertovilla lehtijutuillaan. Hymyn vuonna 1966 julkaisemaa haastattelua iskelmätähti Olavi VIRRasta voidaan pitää ensimmäisenä kertana, kun suomalainen julkisuuden henkilön avautuu alkoholin käytöstään. Toki jo vuonna 1959 Ilta-Sanomat oli uutisoinut Virran olleen liian humalassa esiinty-

äkseen Ilomantsin työväentalolla. Hymy -lehden jo 60-luvulla aloittamat artikkelit ovat vaikuttaneet siihen, miten Suomessa puhutaan yksityisistä ja intiimeistä asioista kuten esimerkiksi alkoholin käytöstä (Saarenmaa 2010, 164-166).

Mediaa voidaan pitää arvostettuna, jos sillä ei ole tapana hankkia yleisöä ihmisten yksityiselämän julkisuuteen tuomisella. Ihmisissä on kuitenkin eroja; tavallisen kansalaisen ja yhteiskunnallisesti merkittävien ihmisten julkisuuden suoja on erilainen. Taiteilijat, joihin voi laskea muusikot, ovat erityisessä omassa ryhmässä jossain tavallisen kansalaisen ja yhteiskunnallisesti merkittävän ihmisen välissä. Se on ryhmä, jonka yksityisyydensuojaa voi kutsua joustavaksi (Näre 2005, 15,16-17 & 75-76).

Haastattelussa on hyvä pitää yllä hyvää pelihenkeä ja tehdä selväksi haastattelun säännöt, jos ne eivät ole haastateltavalle entuudestaan tutut. Sääntöjen selväksi tekeminen on erityisesti tärkeää silloin kun käsitellään yksityisiä asioita (Erho 7.4.2016). Hyvä journalisti tekee haastateltavalle selväksi, että millaisessa asiansuhteudessa hänen lausumisiaan käytetään sekä millaisessa välineessä haastattelu julkaistaan. Haastateltavalla on myös oikeus pyytää saada tarkastaa lausumansa ennen julkaisua (Julkisen sanan neuvosto).

Sosiaalisen median myötä myös toimittajan ammatista on tullut entistä julkisempi. Oma sosiaalisen median presens on nykypäivää, ja toimittajan on ajateltava omaa julkisuuskuvaansa sosiaalisessa mediassa. Töitä tehdessä ollaan toimittajan roolissa, mutta sosiaalisen median myötä työrooli ja yksityiselämän rooli voivat sekoittua. Toimittaja voi sekoittaa rooleja joskus tarkoituksellaan, tehden itsestään samaistuttavamman. Päättämällä millaisia yksityiselämän asioita hän tuo julki, hän vaikuttaa millaisen mediapersoonan itselleen luo (Vainikka 2014, 119, 121).

Tein päätöksen kertoa *Artistit & Alkoholi* -sarjassa myös omasta alkoholinkäytöstä ollakseni samaistuttava sekä yleisön että haastateltavien silmissä. Aika näyttäneen, tuleeko se päätös leimaamaan mediapersoonani jatkossa.

3 Jaksot ja niiden kuvaaminen

Kaikki haastattelusarjan jaksot kuvattiin Bar Loosessa, Helsingissä 20.3.- 29.5.2019 välisenä aikana. Ensimmäiset haastattelut sovittiin maaliskuun alussa, loput pitkin kevättä. Ensimmäisten haastatteluiden leikkaus ja editointi alkoi heti kuvausten päätyttyä, mutta kaikki jaksot viimeisteltiin kesän 2019 aikana. Ensimmäinen video julkaistiin 9.10.2019, jonka jälkeen videot julkaistiin kahden viikon välein. Viimeinen video julkaistiin 18.12.2019.

Käyn lyhyesti läpi millaista kalustoa käytin videoiden kuvaamiseen ja editoimiseen. Käyn myös joka jakson kuvaukset lyhyesti läpi, mitä teknisiä seikkoja opin sekä miten itse keskustelut ja rento ilmapiiri toteutuivat. Tutkailen myös joka jaksosta Youtubesta nostamiani lukuja katselukerroista ja katselulaitteista.

3.1 Kuvauskalusto

Käytetty kalusto koostui omistamastani Contour ROAM actionkamerasta, Panasonic Lumix DMC-GX80 -järjestelmäkamerasta ja pienestä kamerajalasta sekä Haaga-Heliasta lainaamistani videokameroista, kuvausvalosta, kamerajaloista sekä langattomista mikrofoneista.

Kuvasin niin sanottua pääkuvaa, jossa näkyivät sekä minä että haastateltava, Haaga-Helialta lainatulla Canon XF100 -videokameralla. Käytin, niin ikään Haaga-Helialta lainattua, Sony HRD XR550 -videokameraa kuvaamaan itseäni haastattelutilanteessa. Tämän kamerasain käyttööni vasta kun olin jo kuvannut Anni Lötjösen ja Jouni Hynysen haastattelut.

Contour -kameran asetin ravintolan pullohyllylle kuvaamaan yleiskuvaa ravintolasta. Kiinnitin kameras ZOOM H2N -nauhuria varten tarkoitettuun jalustaan. Lumix -kameran asetin kuvaamaan lähikuvaa haastatellusta. Kamerasta loppui akku Tuure Boeliuksen haastattelua kuvatessa, joten kyseisellä videolla ei ole ollenkaan kuvaa pelkästään haastateltavasta.

Leikkaamiseen ja editoimiseen käytin Adoben ohjelmistoja, enimmäkseen videoeditointiohjelman Premiereä, mutta hieman myös videon tehosteohjelma After Effectsiä sekä äänenmuokkausohjelma Auditionia. Videoita editoidessa käytin omaa Lenovon ThinkPad T470p -tietokonettani.

Jo Jenna Alexan kanssa kuvatun demo -jaksoa editoidessa huomasin erilaisia haasteita. Kuvausjälki erilaisten kameroiden välillä oli huomattava, ja niiden yhtenäiseksi editoiminen toi omia haasteita. Vaikka kaikki jaksot kuvattiin ravintolan ollessa suljettu, lähti baarin jääkaapeista sekä ilmastointilaitteista voimakasta huminaa, jonka peittäminen editoidessa vaati erillistä työtä. Suljettu ravintola ei myöskään ole valotukseltaan paras mahdollinen, mutta onneksi suurinta osaa jaksoja kuvatessa päiväsaikaan aurinkoinen sää suosi ja toi hieman lisävaloa. Demo kuvattiin illalla, jolloin baari oli erityisen hämärä. Opin että, Lumix-kamerani katkaisee videokuvauksen automaattisesti 20 minuutin kohdalla. Kyseessä on tehdasasetus, jota ei ilmeisesti saa tässä mallissa kytkettyä pois. Huomasin myös, että hämärässä ravintolassa Contour -kamerallani kuvasta ei saanut kovin tarkkaa.

Lumix-kameran automaattisen videokuvauksen katkaisun ratkaisin asettamalla 18 minuutin ajatuksen puhelimeeni, joten tiesin painaa kuvausnäppäintä uudelleen ennen kuin videokuvaus katkesi. Contourin kuvasta sain käyttökelpoisempaa editoimalla sitä jälkeenpäin. Johtuen huonohkosta kuvanlaadusta päädyin myös käyttämään sen kuvaamaa kuvakulmaa harvakseltaan valmiissa videoissa.

Koska kaikki kamerat nauhoittivat äänet erikseen, oli kuvan ja äänen yhteen leikkaaminen myös työlästä. Jokaisen haastattelun alusta koitin löytää äänipisteen, jonka avulla saisin synkronoitua kuvat ääneen.

Myös eri aikataulujen sovittamisesta tuli työlästä, sillä jouduin sovittamaan henkilökohtaiset aikatauluni, haastateltavien aikataulut sekä Haaga-Helian kuvaskaluston laina-ajat.

Demo-jakson kuvaus kesti yli puoli tuntia, joka teki leikkaamisesta omalta osaltaan haastavaa. Päätinkin, että varsinaisten jaksoiden kuvaukset pyrkisin pitämään maksimissaan 20 minuutissa. Siksi en kirjoittanut itselleni kuin muutaman kysymyksen valmiiksi ennen haastatteluita. Demon palautteena Radio Helsingin toimitus ohjeisti eri kuvakulmien käytöstä, ja muut jaksot kuvasinkin eri kohdasta baaritiskiä.

Kävin helmikuun 2020 lopulla Radio Helsingin toimituksessa tutkailemassa Youtuben tilastoja Radio Helsingin Youtube -kanavasta. Otin itselleni ylös erilaisia lukuja 22.2.2020 asti. Radio Helsinki jakoi ensimmäisenä julkaistun Tuure Boeliuksen jakson Facebook-sivullaan, ja jokaisesta jaksosta leikkaamani muutaman minuutin ääniklippi soitettiin julkaisupäivinä osana Radio Helsingin iltapäivän lähetystä. Bar Loose jakoi myös omalla sivullaan toisena julkaistun Anni Lötjösen haastattelun, sillä ravintolapäällikön mukaan etenkin tämä jakso voisi kiinnostaa Bar Loosen kanta-asiakkaita.

3.2 Anni Lötjönen

Anni Lötjösen haastattelun kuvasin ensimmäisenä, ja se julkaistiin sarjassa toisena. Haastattelu kuvattiin iltapäivällä 20.3.2019. Lötjösen Huora -yhtye on julkaissut kappaleita kuten *Oispa kaljaa* sekä *Kovia ja kiljua*, ja koin hänet mielenkiintoisena haastateltava siitä syystä, että harva nainen laulaa yhtä avoimesti alkoholin käytöstä.

Löysin Huora -yhtyeen sähköpostin heidän Facebook-sivuiltaan ja otin Anni Lötjöseen yhteyttä sitä kautta. Anni vastasikin nopeasti ja saimme sovittua helposti kuvausajan Bar Looseen. Tässä kuvauksessa käytin kolmea kameraa; kahta omaani sekä yhtä Haaga-Helian videokameraa.

Saavuvin Bar Looseen ennen Lötjöstä ja asettelin kamerat haluamilleni paikoille sekä asetin kuvausvalon haluamalleni asetuksille. Lötjönen oli haastattelupäivänä juuri solminut uuden työsopimuksen ja juhlisti asiaa oluella. Otin hänen seurakseen haastattelussa myös oluen.

Haastattelu käytiin hyvässä hengessä ja keskustelu oli mielenkiintoista. Pysin silti pitämään keskustelun sen verran tiiviinä, että videon leikkaamisessa ei olisi liian suuri työ. Jälkeen päin totesin, että niin sanottu pääkuva, jossa näkyy sekä minä että haastateltava oli hieman huonosti aseteltu. Oma selkäni leikkautui välillä kuvan ulkopuolelle. Olin myös asettunut osittain selin kameraa nähden. En myöskään ollut ajatellut seinän toisella puolella toimivaa lounassalaattiravintolaa, jonka keittiöstä kuului hieman meteliä. Tämä lisäsi äänen editoimisurakkaa.

Lötjösen haastattelua varten olin kirjoittanut itselleni valmiiksi muutaman pointin, joihin halusin vastauksen haastattelussa:

- Lötjönen on kirjoittanut ja laulanut useita lauluja alkoholista, mutta harva nainen tuntuu laulavan avoimesti alkoholinkäytöstä. Mistä se Lötjösen mielestä johtuu.
- Miten alkoholin käyttö ilmenee nimenomaan punk -muusikoiden piirissä?
- Kotimaiset laulut, jotka kertovat alkoholista, kuulostavat usein enemmän tai vähemmän viihteellisiltä, (tehty pilke silmäkulmassa) mistä tämä Lötjösen mielestä johtuu?
- Pitäisikö naismuusikoiden laulaa alkoholin käytöstä enemmän kuin nyt?

- Onko krapula luova olotila?
- Jos alkoholi olisi henkilö, miten kuvailisit suhdettasi siihen?

Pyrin pitämään keskustelun luontevana, enkä käyttänyt näitä kysymyksiä juuri niin kuin olin ne itselleni valmiiksi kirjoittanut. Lötjösen vastaukset esimerkiksi ensimmäisenä esitettyyn kysymykseen siitä, miksi harva nainen laulaa lauluja avoimesti alkoholinkäytöstä, pitivät sisällään lähestulkoon kaiken mitä halusin tietää mies- ja naismuusikoiden välisistä eroista tässä keskustelussa. Lötjösen kanssa keskustelu oli rentoa ja jatkokysymyksiä keksi helposti hänen vastaustensa perusteella.

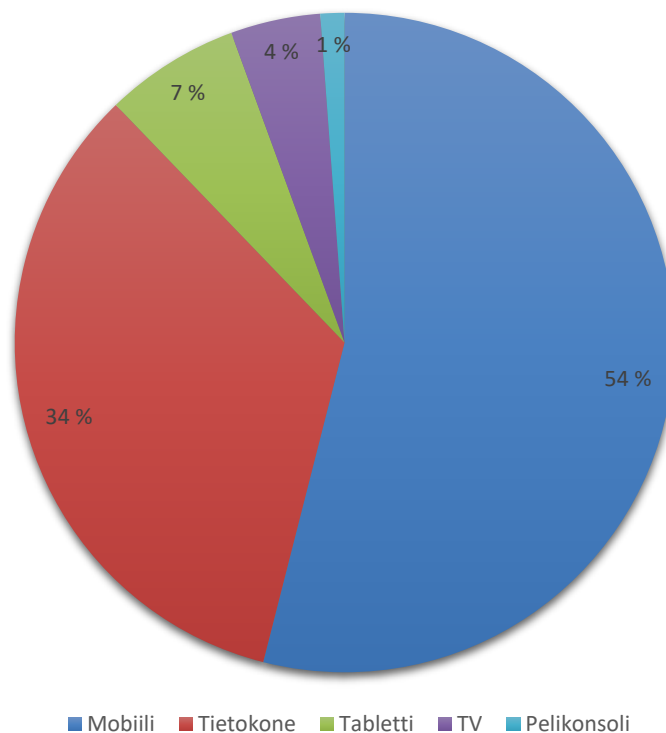
Lötjösen kanssa keskustelimme niin ennen kuin jälkeen varsinaista haastattelua muustakin kuin haastattelun aiheesta, ja kerroin myös minkälaiseen lopputulokseen halusin videoilla sekä miksi toteutin sekä haastattelun että kuvaamisen. Tämä varmasti auttoi luomaan rentoa keskustelumaista ilmapiiriä. Keskustelu oli muutenkin mielenkiintoista ja Lötjösen nosti mielenkiintoisia näkökulmia mukaan keskusteluun.

Toisena (23.10.2019) julkaistua Lötjösen haastattelua oli 22.2.2020 mennessä katsottu 2205 kertaa, yhteensä noin 106,6 tuntia. Koko video kesti tasan 10 minuuttia, ja keskimääräinen katseluaika oli 2,54 minuuttia. Ensimmäisen kuukauden aikana se keräsi 560 katselukertaa, ja sitä katsottiin yhteensä 35,3 tuntia. Julkaisupäivänä videota katsottiin 124 kertaa, mutta videota tunnuttiin katsottavan tasaisesti julkaisun jälkeenkin. Aikavälillä 2.2.2020 – 8.2.2020 Lötjösen videoon ilmestyi myös 747 katselun piikki, joka selittynee hänen esiintymisellään *Nejän tähden illallinen* tv-ohjelmassa.

Kaikkiaan 2205 katselusta vain 231 (10,48 %) oli Radio Helsingin kanavan tilaajia, loput 1974 (89,52%) eivät tilanneet kanavaa. Keskimäärin tilaajat katsoivat videota 3,08 minuuttia, ja ei-tilaajat katsoivat 2,52 minuuttia.

Lötjösen haastattelua katsottiin 1190 kertaa mobiililaitteella, 746 kertaa tietokoneelta, 146 kertaa tabletilta, 97 kertaa televisiosta ja 26 kertaa pelikonsolilta. Keskiarvallisesti pisimpään katsottiin pelikonsolilta (4,34 minuuttia) sekä televisiosta (4,23 minuuttia). Lyhin keskiarvo oli mobiililaitteilla (2,27 minuuttia).

Anni Lötjösen haastattelun katsojakertojen jakautuminen eri laitteille



15.5.2020 mennessä Lötjösen video oli saanut 28 tykkäystä ja 2 ei-tykkäystä. Kommentteja oli kertynyt 5 kappaletta, joista osaa voi pitää asiattomina.

3.3 Jouni Hynynen

Jouni Hynysen sähköpostin löysin suoraan Kotiteollisuus-yhtyeen kotisivuilta ja saimme sovittua haastattelun seuraavalle viikolle Anni Lötjösen haastattelun jälkeen. Haastattelu nauhoitettiin 28.3.2019 iltapäivällä.

Hynysen julkinen kuva on ollut alusta asti melko avoimesti alkoholia käyttävän rock-muusikon kuva. Hän ei ole peitellyt alkoholin käyttöönsä ja puhunut siitä mediassa usein vuosien saatossa. Nämä olivat päällisiä syitä siihen, miksi lähdin häntä lähestymään osaksi tätä haastattelusarjaa.

Tässä vaiheessa olin ottanut opikseni ja asettelin kamerat niin, etten itse leikkaantuisi pois kuvasta, sekä käänsin tuolit niin, jotta en olisi selin kameraan. Käytin jälleen kolmea kameraa, ja saavuin jälleen hyvissä ajoin asettelemaan kamerat paikoilleen.

Hynynen valitsi juomakseen valkoviinin, ja otin haastattelua tehdessä itsekkin lasillisen seuraksi. Itse haastattelua kuvattiin valmiista jaksoista kenties pisimpään, ja tämä johtui osittain Hynynen tavasta puhua rauhalliseen tahtiin. Hän myös aika ajoin eksyi kertomaan tarinoita hieman kysytyn vierestä. Haastattelu itsessään oli erittäin miellyttävä, ja epäolennaiset kohdat olivat kohtuullisen helppo leikata pois valmiista videosta.

Lopullisesta Hynynen haastattelusta huomaa, että yleiskuvassa tarkennus ei ole minussa ja haastateltavassa vaan takanamme olevissa pullohyllyissä. Naapurin salaattiravintolan meteli valui ajoittain haastattelun taustalle.

Hynynen haastattelua varten olin kirjoittanut itselleni valmiiksi seuraavat asiat:

- Voisiko Kotiteollisuus -yhtyettä olla olemassa ilman alkoholia?
- Onko yhtye jäänyt alkoholin huuruisen imagonsa vangiksi?
- Mistä johtuu, että rock -muusikon on sallitumpaa juoda olutta keskellä päivää, kuin vastaavasti vaikka pop -muusikon?
- Hynynen on ollut monta vuotta mukana kotimaisessa musiikkiskenessä, miten muusikoiden suhtautuminen alkoholin käyttöön on muuttunut vuosien aikana?
- Jos alkoholi olisi henkilö, miten kuvailisit suhdettasi siihen?

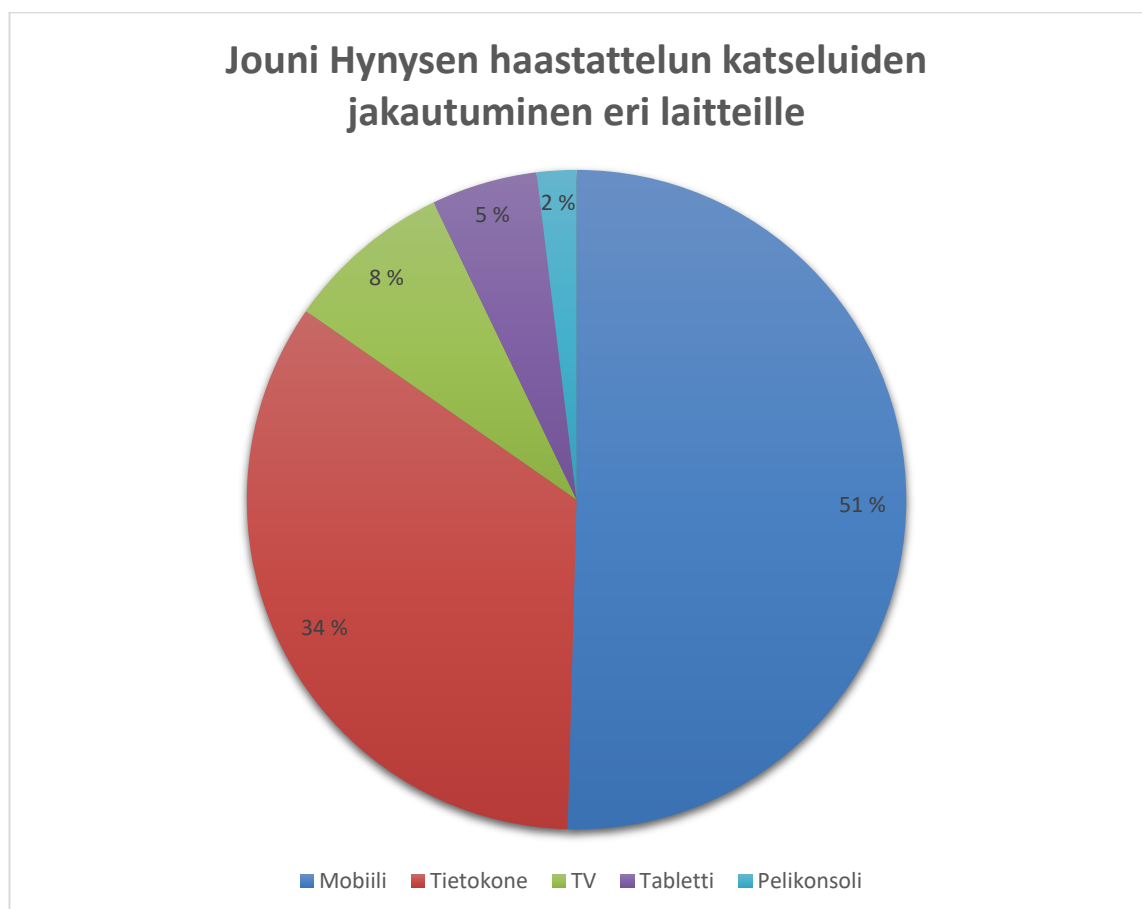
Hynynen vastasi jokaiseen kysymykseen melko pitkällä kaavalla ja rauhallisesti. Hän alkoi välillä kertoa anekdootteja ja tarinoita, joihin pystyi tarttumaan ja joiden kautta pystyin kehittämään jatkokysymyksiä. Haastattelussa kysyin kaikki etukäteen itselleni ylös kirjoittamat kysymykset.

Kerroin ennen haastattelua Hynyselle minkä tyyppistä videota olin tekemässä sekä muut lähtökohdat. Puhuimme myös hieman niitä näitä, lämpimiksemme, ennen kuin varsinainen haastattelu alkoi. Hynynen on selvästi tottunut haastateltava, jolta juttu luisti rennosti.

Jouni Hynynen haastattelu keräsi korkeimman katselumäärän. Se julkaistiin viimeisenä (18.12.2019) ja 22.2.2020 mennessä se oli kerännyt 3141 katselukertaa. Sitä oli katsottu noin 303,9 tuntia, ja katselukeskiarvo oli 5,48 minuuttia. Videon kesto on 11,05 minuuttia. Ensimmäisen kuukauden aikana sitä katsottiin 1359 kertaa, yhteensä noin 130,5 tuntia. Julkaisupäivänä videota katsottiin 357 kertaa, ja aikavälillä 26.1.-1.2. 2020 syntyi myös 539 katselun piikki. Hynynen vieraili tammikuun 2020 alussa *Kimpassa* tv-ohjelmassa, sekä julkaisi uuden musiikkivideon Maanalainen Armeija -yhtyeensä kanssa tammikuun lopussa, jotka varmasti vaikuttivat tammikuun lopun katselupiikkiin.

Katselukerroista 2891 (92,04 %) kertyi Radio Helsingin Youtube -kanavan tilaajien ulkopuolelta, Radio Helsingin kanavantilaajien määrän jäädessä 250 (7,96 %). Kaikista kuu-
desta videosta Hynysen video, ainakin prosentuaalisesti, kiinnosti vähiten Radio Helsingin
kanavan tilaajia. Toisaalta tämä kenties korreloituu siihen, että katsojia oli ylipäättään
enemmän kuin muilla videoilla. Voi myös vetää johtopäätöksen, että Radio Helsingin You-
tube -kanavalla on noin 200 aktiivista käyttäjää. Jouni Hynysen video oli myös poikkeuk-
sellinen siitä, että se oli projektin ainoa video, jonka keskimääräinen katseluaika oli lähes-
tulkoon sama ei-tilaajalla (5,48 minuuttia) kuin tilaajilla (5,46 minuuttia). Video joko onnis-
tui pitämään katsojan mielenkiinnon paremmin yllä kuin muut sarjan videot, tai sitten Hy-
nysen fanikunta on sellaista, joka katsoi videota mieluummin pidempään kuin muiden.

Jouni Hynysen haastattelua katsottiin 1584 kertaa mobiililaitteella, 1076 kertaa tietoko-
neelta, 257 kertaa televisiosta, 163 kertaa tabletilla ja 61 kertaa pelikonsolilta. Television
kautta katsoneiden keskimääräinen katseluaika oli kaikkien projektin videoiden pisin; 7,02
minuuttia. Alhaisin katselukeskimäärä oli jälleen mobiilikatselijoilla mutta heidänkin keski-
määränsä ylitti 5 minuutin (5,13 minuuttia).



Hynysen jakso oli kerännyt 15.5.2020 mennessä 49 tykkäystä ja 4 ei-tykkäystä. Kommentteja oli kertynyt 5 kappaletta, jälleen osan ollessa asiattomia.

3.4 Emppu Suhonen

Tiktakin kitaristi Emppu Suhosen sain kiinni Facebookin kautta. Laitoin hänelle viestin ja lisäsin hänet myös Facebook-ystäväkseni, jotta hän huomaisi viestini. Tässä vaiheessa minulla alkoi olla haastatteluiden nauhoittamiseen kiire, sillä olin luvannut Radio Helsingille, että saisin kaikki kuvattua toukokuun loppuun mennessä.

Kun sain Suhosen kiinni, sovittiin haastattelu nauhoitettavaksi keskipäivällä 21.5. 2019. Suhosen haastattelu oli ensimmäinen, johon lisäsin vielä neljännen kameran, jonka sain Haaga-Heliasta käyttööni.

Emppu Suhosen muusikon ura lähti Tiktak -yhtyeestä, joka nousi julkisuuteen sen jäsenen ollessa vielä alaikäisiä. Ajatus alaikäisten tyttöjen yhtyeestä esiintymässä musiikkifestivaaleilla, joiden takahuoneissa täysikäiset muusikot käyttivät alkoholia, tuntui mielenkiintoiselta. Tehdessäni hieman taustatutkimusta Suhoseen liittyen opin, että hän on toiselta ammatiltaan myös opettaja, ja opettajan ja muusikon roolien yhteen sovittaminen vaikutti mielestäni mielenkiintoiselta. Olin nähnyt Suhosen nauttimassa alkoholia, joten tiesin hänellä olevan edes jonkinlainen suhde asiaan. Sosiaalisessa mediassa hän myös antoi itsestään kuvaa tervehenkisenä juoksuharrastajana, joka oli myös hauska yksityiskohta.

Suhosen kanssa haastattelussa nautittiin sokerittomia kolajuomia. Naapurin salaattiravintolasta ei tällä kertaa kuulunut niin paljon meteliä, mutta Suhosen kaulakorut kilahtelivat välillä siten, että ne kuuluivat mikrofoniin. Neljäs kamera, jonka asetin kuvaamaan itseäni ei tarkentanut aivan parhaimmalla tavalla kasvoihini, mutta siitä saatu materiaali oli kuitenkin kohtuullisen käyttökelpoisista. Kyseessä oli todella aurinkoinen keskipäivän hetki, jonka luoma valoisuus paransi hieman Contour -kameran kuvanlaatua. Pääkamera tarkoensi enemmän baaritiskillä olleisiin tuoppeihimme, kuin meihin. Kaiken kaikkiaan olen kuitenkin henkilökohtaisesti sitä mieltä, että Suhosen video oli tekniseltä laadultaan sarjan paras. Myös haastattelu itsessään meni todella miellyttävästi ja oli täynnä mielenkiintoista pohdintaa.

Suhosen haastattelua varten kirjoitin itselleni ylös seuraavat asiat:

- Minkälaiset olivat Tiktakin alkuajat, kun yhtyeen jäsenet olivat alaikäisiä? Miten heihin suhtauduttiin esimerkiksi suurten festivaalien takahuoneissa? Miten suhtautuminen muuttui Tiktakin uran aikana?

- Onko Suhonen huomannut nykynuorten suhtautumisessa alkoholiin eroja entiseen?
- Suhonen harrastaa juoksua. Miten sen kaltainen tervehenkinen harrastus sopii vastapainoksi muusikon töihin?
- Suhonen on toiselta ammatiltaan myös opettaja, miten se vaikuttaa laulujen kirjoittamiseen? Pitääkö aina muistaa olevansa jonkinlainen esimerkki nuoremmille?
- Millaisia mielikuvia Suhosella ylipäätään on muusikoiden ja alkoholin suhteesta?
- Jos alkoholi olisi henkilö, miten kuvailisit suhdettasi siihen?

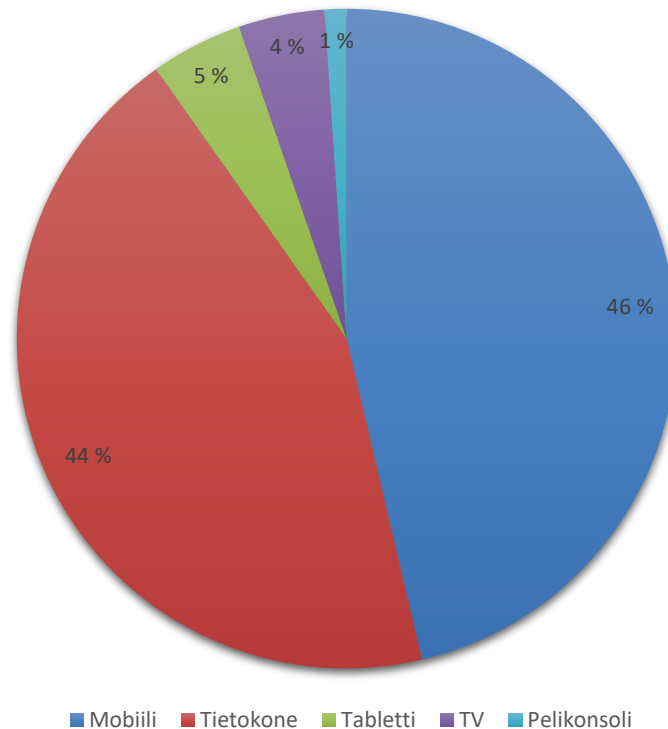
Näistä valmiiksi kirjoitetuista pointeista jätin kysymättä millaisia yleisiä mielipiteitä Suhosella on muusikoiden ja alkoholin välisestä suhteesta on. Koin, että Suhonen oli tuonut jo keskustelussa ilmi omat ajatuksensa siihen liittyen. Näiden kysymysten lisäksi esitin jatkokysymyksiä Suhosen vastausten perusteella. Kerroin Suhoselle myös projektin lähtökohdista sekä keskustelimme lämpimiksemme kuulumisiamme ennen kuin haastattelu alkoi. Suhosen kanssa oli helppo keskustella ja hän nosti paljon mielenkiintoisia näkökulmia.

Emppu Suhosen haastattelu julkaistiin kolmantena sarjassa (6.11. 2019), ja 22.2.2020 mennessä sitä oli katsottu 1310 kertaa ja yhteensä noin 84,7 tuntia. 11,39 minuuttia kestävä videon keskimääräinen katselu-aika oli 3,52 minuuttia. Ensimmäisen kuukauden aikana katselukertoja kertyi 523 ja yhteensä noin 36,2 tuntia. Videota katseltiin julkaisupäivänä 148 kertaa, yllättäen myös julkaisun jälkeisenä päivänä katseluita oli täsmälleen saman verran.

1310 katselusta 201 (15,34 %) oli kanavan tilaajia, ja loput 1109 (84,66 %) ei-tilaajia. Suhosen haastattelua katsottiin keskiarvallisesti lähes yhtä kauan, tilaajien keskiarvon ollessa vain kaks sekuntia (3,56 minuuttia) pidempi kuin ei-tilaajien.

Emppu Suhosen videota katsottiin 605 kertaa mobiililaitteella, 573 tietokoneella, 59 kertaa tablettilta, 55 kertaa television kautta sekä 14 kertaa pelikonsolilta. Pisin katselukeskiarvo oli television kautta katselleilla (4,53 minuuttia) ja seuraavaksi pisin oli pelikonsolin kautta katselleilla (4,42 minuuttia). Lyhin keskiarvo oli tässä tapauksessa tabletilla videota katselleilla (3,25 minuuttia). Suhosen haastattelua katsottiin yllättävän paljon suoraa tietokoneelta verrattuna muihin videoihin (noin 44 %).

Emppu Suhosen haastattelun katsojakertojen jakautuminen eri laitteille



Suhosen videota oli 15.5.2020 mennessä tykätty 19 kertaa, vailla yhtään ei-tykkäystä. Kommentteja oli kertynyt vain yksi, ja se oli positiivinen ja asiallinen.

3.5 Voli

Lähdin alun perin tavoittelemaan Teflon Brothers -yhtyeen Mikko Kuoppalaa, joka tunnetaan taitelijanimellä Pyhimys. Kuoppala on vierailut usein Radio Helsingissä, ja löysin hänen sähköpostinsa toimituksen sähköpostiarkistoista. Sain Kuoppalan kiinni sähköpostilla, mutta hän vetosi kiireiseen aikatauluun. Hän kuitenkin antoi Teflon Brothersien kahden muun jäsenen sähköpostiosoitteet. Tämän jälkeen sain kiinni yhtyeen jäsenen Heikki Kuulan ja sovin hänen kanssaan haastattelun. Kuula joutui kuitenkin viime tingassa perumaan haastattelun, jonka jälkeen laitoin pikaisen sähköpostipyynnön yhtyeen kolmannelle jäsenelle Volille, oikealta nimeltään Jani Tuohimaalle. Hän suostuikin paikkaamaan Kuulaa haastattelussa.

Kuoppalan, Kuulan ja Tuohimaan Teflon Brothers -yhtye on tullut tunnetuksi juhlimisesta ja alkoholin käytöstä kertovilla lauluillaan. Heidän *Harmaa rinne* -kappaleensa oli toteutettu yhteistyössä juomavalmistaja Hartwallin kanssa. Kappaleen oli tarkoitus mainostaa

long drink -juomia. Nämä olivat mielestäni mielenkiintoisia lähtökohtia keskustelulle. Lisäksi halusin sarjaan edes yhden edustajan rap-genrestä.

Haastattelu tehtiin 23.5.2019 aamupäivällä, ja haastattelun aikana joimme kahvia. Käytin jälleen neljää kameraa. Pääkameran tarkennus oli jälleen takanamme sijaitsevassa pullohyllyssä eikä meissä. Aurinko ei paistanut tuohon kellonaikaan siten, että se olisi valaisut ravintolaa siten, että se olisi avittanut Contour -kameran kuvanlaatua. Minua kuvaava kamera tarkensi takana olevaani tauluun, ja olen mielestäni sijoittunut kuvassa liian keskelle. Taustamelua ei ollut niin paljon kuin aiemmilla kerroilla.

Haastattelu sujui rennossa tunnelmassa, vaikka tätä haastattelua varten en kuvannutkaan kovin pitkään. Se, että käytin haastatteluun vähemmän aikaa johtui kenties siitä, että kyseessä oli jo neljäs haastattelu, ja olin jo luonut päässäni eräänlaisen muotin näille haastatteluille.

Valmiiksi itselleni kirjoitin seuraavat asiat:

- Amerikkalaisessa rap-skenessä on vahva mielikuva kuohuviinin virtaamisesta. Millaista se on Suomessa, virtaako kuohuviini?
- Teflon Brothersilla on lauluja, joissa kuulijaa lähes kannustetaan käyttämään alkoholia ja juhlimaan. Onko vastuu kuulijalla vai artistilla?
- Onko Teflon Brothers kaveriporukan hauskanpitoa ja jäsenten muut musiikkiprojektit sitä vakavampaa puolta heistä?
- Voisiko ryypäyksestä tehdä vakavan rapin?
- Jos alkoholi olisi henkilö, miten kuvailisit suhdettasi siihen?

Käytin kaikkia kysymyksiä, jotka olin kirjoittanut valmiiksi sekä tietenkin jatkokysymyksiä, jotka heräsivät Volin vastauksista. Myös Volin tapauksessa keskustelimme sekä ennen että jälkeen haastattelua niitä näitä, ja tämä vaikutti varmasti rentoon tunnelmaan. Tein myös hänelle selväksi videosarjan lähtökohdat.

Teflon Brothersien Volin haastattelu keräsi 22.2.2020 mennessä vain 451 katselukertaa ja sitä katsottiin noin 30,2 tuntia. 8,55 minuutin pituisen videon katselukeskisarvo oli kuitenkin 4,01 minuuttia, eli valtaosa katsojista katsoi videota ainakin puoleen väliin. Jakso julkaistiin 20.11.2019, sarjan neljäntenä jaksena. Ensimmäisen kuukauden aikana katseluita kertyi 285 kappaletta, ja videota katsottiin noin 19,3 tuntia. Julkaisupäivänä katseluita kertyi 127 kappaletta, jonka jälkeen ei suuria katselupiikkejä ilmennyt. Katselukerroista 162

(35,09 %) oli Radio Helsingin kanavan tilaajia, ja loput 289 (64,08 %) ei-tilaajia. Tilaajat katsoivat keskiarvallisesti 8 sekuntia pidempään videota (4,06 minuuttia).

Volin haastattelua katsottiin 221 kertaa mobiililaitteella, 192 kertaa tietokoneella, 16 kertaa televisiosta, 16 kertaa tabletilla sekä 6 kertaa pelikonsolilla. Vaikka pelikonsolilta katseluita kertyi vain 6, katsottiin keskiarvallisesti videota pisimpään (6,33 minuuttia). Seuraavaksi eniten videoita katsottiin television kautta (4,46 minuuttia) ja tietokoneelta (4,34 minuuttia). Lyhin katseluaika oli jälleen tabletin kautta (3,17 minuuttia).

Voli on Teflon Brothers -yhtyeen jäsenistä esiintynyt vähiten julkisuudessa, joten video olisi saattanut saada enemmän katselukertoja, jos videon nimessä olisi mainittu Teflon Brothers.



15.5.2020 mennessä Volin video ei ollut kerännyt lainkaan kommentteja. Tykkäyksiä kertyi 9 ja ei-tykkäyksiä 3 kappaletta.

3.6 Tuure Boelius

Tuure Boelius oli vierailut Radio Helsingin lähetyksessä aiemmin samana keväänä, jolloin esittelin idean tästä haastattelusta hänen tiedottajalleen, jonka kanssa hän oli saapunut toimitukseen. Viestittelin tiedottajan kanssa jonkin aikaa, ja lopulta haastattelu sovittiin 23.5.2019 keskipäivällä, eli haastattelu kuvattiin Volin haastattelun jälkeen.

Haastattelun sopimisessa oli kaikista kuudesta eniten empimistä, joka selittyi sillä, että Boeliuksen kuuntelijakunta on ryhmän nuorinta. Boelius oli sarjaan haastatelluista nuorin, vastaikään 18 vuotta täyttänyt, ja halusin sarjaan nuoren artistin näkökulmaa.

Vaikka Boelius ei ollut julkisesti myöntänyt alkoholin käyttöä alaikäisenä, olin kuitenkin nähnyt hänet alkoholin vaikutuksen alaisena ennen kuin täytti 18 vuotta. Siksi yhtenä ajatuksistani ennakkoon oli myös saada Boelius myöntämään, että on käyttänyt alkoholia alaikäisenä. Tämän hän myönsikin heti haastattelun alussa. Ajattelin, että kyseistä paljastusta olisi voinut pitää skuuppina, jolla kerätä katselukertoja. Niin ei varsinaisesti käynyt.

Haastattelu kokonaisuudessaan oli sarjan nopein. Tähän vaikutti se, että ennen haastattelua huomasin kameroiden akkujen olevan loppumaisillaan, enkä ollut tajunnut varustautua latureilla. Lumix -kameran, joka kuvasi lähikuvaa Boeliuksesta, akku loppui noin 30 sekunnin jälkeen haastattelun alkamisesta. Kuvamateriaalin niukkuuden vuoksi valmiissa videossa en käyttänyt ollenkaan Lumix -kameran materiaalia. Muiden kameroiden akut riittivät silti niin, että sain haastattelun tehtyä. Boeliuksen tiedottaja oli paikalla, joka ehkä hieman vaikutti tunnelmaan sillä tavalla, että keskustelusta tuli haastattelumaisempi kuin muissa. Boelius ei halunnut juotavaa, mutta haastattelusarjan jatkuvuuden kannalta laskin meille tuopilliset jäävettä.

Pääkamera tarkensi tällä kertaa baaritiskillä olleisiin vesituoppeihin. Keskipäivän aurinko valaisi ravintolaa jälleen niin, että Contour -kameran kuvan jälki oli hieman parempaa. Neljättä kameraa siirsin niin, että kuvassa näkyi minun lisäksi Boeliuksen takaosa. Kuvakulma toimii kenties paremmin kuin silloin kun olen käyttänyt sitä kuvaamaan pelkästään itseäni.

Boeliusta varten kirjoitin itselleni ylös:

- Boelius täytti juuri 18 vuotta, minkälainen tunnelma kun alkoholia saa nyt käyttää?
- Minkälaisista oli konserteissa esiintyminen alaikäisenä paikoissa, joissa alkoholia tarjottiin. Paikkoja kuten Ruotsin risteilyt.

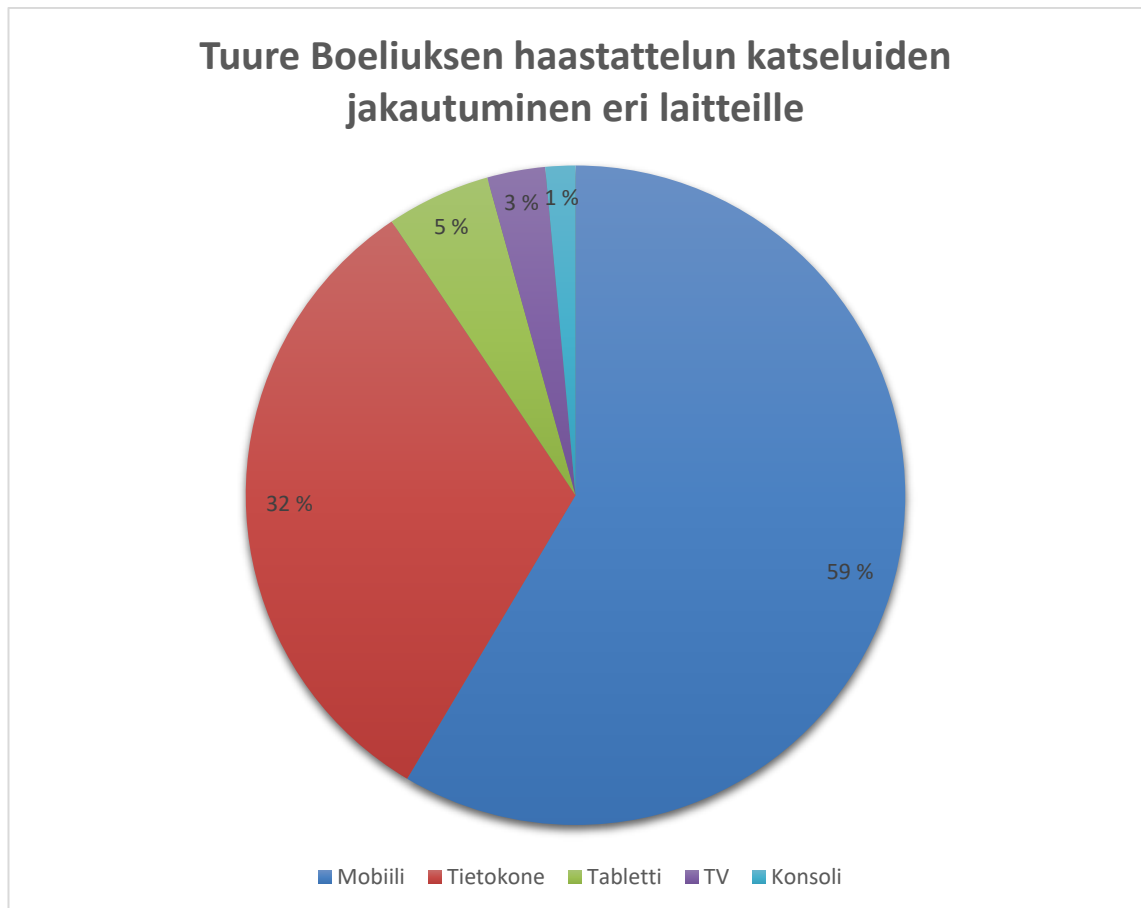
- Oliko kiusauksia käyttää alkoholia alaikäisenä, jos siihen tarjoutui mahdollisuus?
- Miltä mieltä Boelius on siitä, että muusikoihin tunnutaan usein yhdistettävän alkoholin käytön? Mistä se voi johtua?
- Millaisia eroja on pop -muusikoiden ja rock -muusikoiden välillä?
- Minkälainen paine on piilotella, vaikka alkoholinkäyttöä, kun suurin osa omasta yleisöstä on alaikäisiä?
- Jos alkoholi olisi henkilö, miten kuvailisit suhdettasi siihen?

Käytin kaikkia etukäteen kirjoittamiani kysymyksiä, ne kuitenkin muokkautuivat jonkin verran keskusteluun sopivimmiksi. Boeliuksen tiedottaja myös osallistui ainakin kerran haastatteluun muistuttamalla, että Boelius ei koskaan esiintynyt keikoilla alkoholin vaikutuksen alaisena. Boelius myös välillä vilkuili tiedottajaansa päin. Kävin myös Boeliuksen kanssa läpi projektin ideaa ja lähtökohtia ennen varsinaista haastattelua. Koska pelkäsin kameroiden akkujen loppumista, jäi lämmittelykeskustelu hieman muita lyhyemmäksi. Myös Boeliuksen tiedottajan paikallaolo vaikutti osaltani rentoutumiseen. Tiedottajan paikallaolo saattoi tietenkin rauhoittaa Boeliuksen omaa mieltä. Boelius myös lähti silloin tällöin vastaamaan hieman kysytyn asian vierestä ja paikoin tuntui, että hän olisi miettinyt osan vastauksista etukäteen, vaikka en ollut varsinaisia kysymyksiä hänelle antanutkaan. Kun haastattelua sovittiin hänen tiedottajansa kanssa, kerroin toki suurpiirteisesti minkälaisiin ajatuksiin haluisin vastauksia. Boelius myös tuntui välillä ymmärtävän kysymykset hieman väärin, ja vastasi niihin omalla tyylillään. Boelius tuntui kyllä rentoutuvan haastattelun edetessä, mutta koska pelkäsin kameroiden akkujen kestoa, en jäänyt turhaan venyttämään keskustelua. Ehdin kuitenkin esittää kaikki etukäteen miettineeni kysymykset sekä hieman jatkokysymyksiä Boeliuksen vastausten pohjalta.

Ensimmäisenä julkaistu (9.10.2019) Tuure Boeliuksen haastattelu oli kerännyt 22.2.2020 mennessä 1020 katselukertaa, ja videota oli katsottu yhteensä noin 59,2 tuntia. Videon katselukeskisarvo oli 3,28 minuuttia. Videon kokonaiskesto on 11,15 minuuttia, joten voidaan päätellä, että videota ei suurimmaksi osaksi katsottu alusta loppuun. Ensimmäisen kuukauden aikana Tuuren haastattelua oli katsottu 578 kertaa, yhteensä 34,6 tuntia. Eniten päiväkohtaisia katseluita oli julkaisupäivänä, 237 katselua.

Kaikkiaan 1020 katselukerrasta 769 eivät olleet Radio Helsingin kanavan tilaajia, eli noin 75,4 prosenttia katselijoista tulivat Radio Helsingin Youtube -kanavan tilaajien ulkopuolelta. Loput 24,6 prosenttia (251 katselua) olivat kanavan tilaajia. Kanavan tilaajat kuitenkin katsoivat videota pidempään, sillä heidän keskimääräinen katseluaikansa oli 4,07 minuuttia, kun ei-tilaajien vastaava oli 3,16 minuuttia.

Boeliuksen haastattelua katsottiin 597 kertaa mobiililaitteella, 327 kertaa tietokoneelta, 52 kertaa tablettilta, 29 kertaa televisiosta ja 15 kertaa pelikonsolilta. Televisiosta katsoneet katsoivat keskiarvallisesti pisimpään (4,56 minuuttia), kun taas tabletilla katsottiin keskiarvon mukaan vain 2,59 minuuttia.



Boeliuksen videota oli kommentoitu 15.5.2020 asti vain kerran, ja kyseisessä kommentissa kritisoitiin Boeliuksen kutsumista muusikoksi. Video oli kerännyt 13 tykkäystä ja 18 ei-tykkäystä, ollen näin ainoa sarjan videoista, joka keräsi enemmän ei-tykkäyksiä kuin tykkäyksiä.

3.7 Jenna Alexa

Tunsin Jenna Alexa -artistinimellä musiikkia tekevän Jenna Niemen entuudestaan, joten minulla oli hänen yhteistietonsa olemassa. Niemen kanssa tein jo haastattelusarjan demojakson 5.2.2019. Sen lisäksi, että Niemi on kohtuullisen uusi tulokas musiikkikentällä, ajattelin hänen taustansa ravintolatyöntekijänä tuovan erilaista näkökulmaa alkoholin käyttöön.

Ensimmäinen haastattelu tehtiin 21.5.2019 Emppu Suhosen haastattelun jälkeen, mutta olin haastatteluiden välissä sulkenut langattomien mikkien vastaanottimet ja ne unohtuivat pois päältä. Muuten onnistunut haastattelu oli siis käyttökelpoton, sillä minulla ei ollut siihen kunnon ääniraitaa.

Lopullinen haastattelu tehtiin keskipäivällä 29.5.2019, ja koska tämä oli periaatteessa jo kolmas kerta kuin tein lähes samaa haastattelua Niemen kanssa, tehtiin se melko ripeästi. Niemi osasi odottaa kysymyksiä ja minä vastauksia. Koitin kuitenkin hieman muuttaa kysymysten muotoa ja järjestystä, mutta esimerkiksi jatkokysymyksiä oli vaikea keksiä luontevasti, kun periaatteessa tiesi jo mitä haastateltava vastaa. Pääkamera tarkensi tällä kertaa melko hyvin meihin, ja valoisa huone pitää Contour -kameran kuvan käyttökelpoisena. Jostain syystä olin jälleen siirtänyt neljännen kameran kuvaamaan pelkästään itseäni, ja jälleen kamera tarkentaa takanani olevaan tauluun, ja olen sijoittunut liian keskelle kuvaa.

Niemeä varten olin kirjoittanut valmiiksi:

- Miten baarimikon ja muusikon työt sopivat yhteen?
- Onko baarimikkona oppinut jotain alkoholin käytöstä?
- Jennan omassa musiikkigenressä, eli urbaanissa popissa, harvoin lauletaan alkoholin käytöstä. Mistä se voisi johtua?
- Voisiko hän kirjoittaa kappaleen alkoholin viihdekäytöstä?
- Nuoret artistit tuntuvat käyttävän vähemmän alkoholia kuin ennen. Mistä tämä voisi johtua?
- Jos alkoholi olisi henkilö, miten kuvailisit suhdettasi siihen?

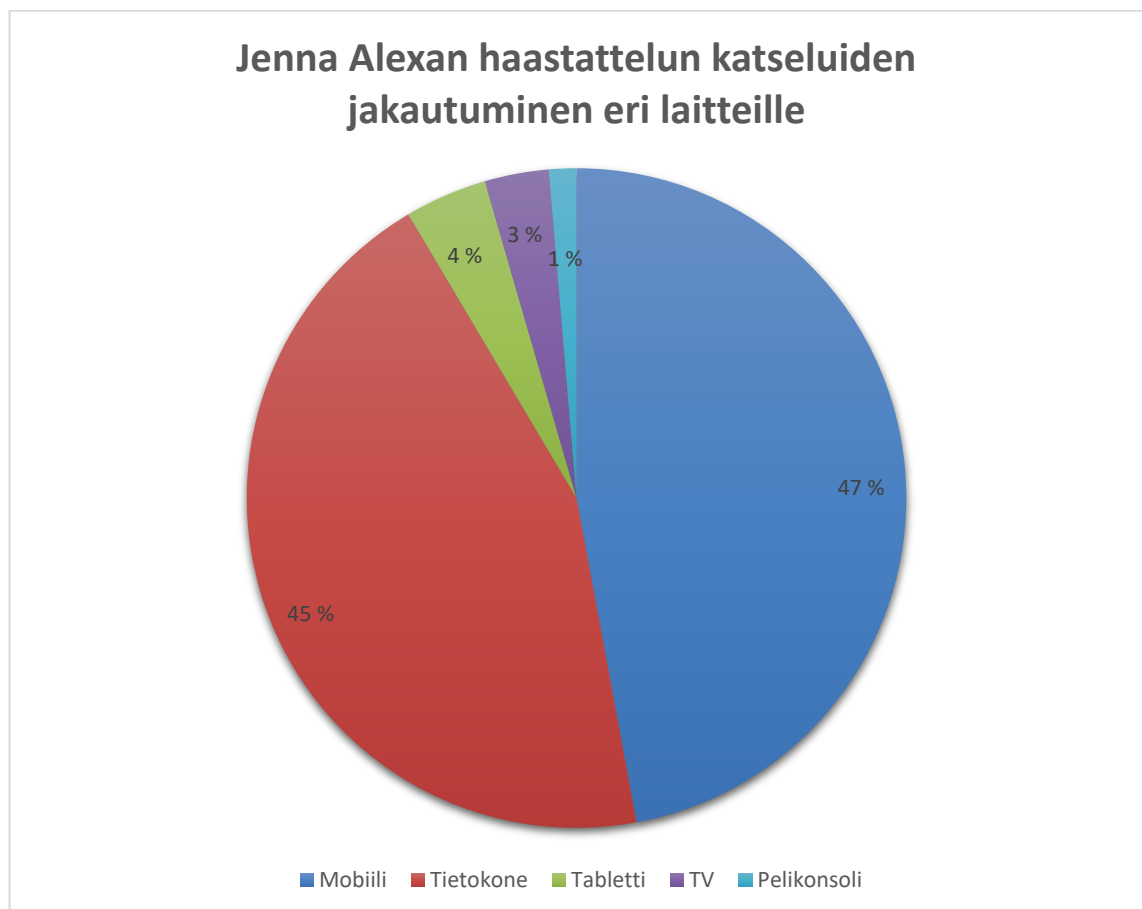
Käytin kaikkia etukäteen kysytyjä kysymyksiä Niemen haastattelussa, mutta ne muokkautuivat etenkin koska melko lailla sama haastattelu tehtiin kahdesti ensimmäisen haastattelun ääniraidan puuttuessa. Osa kysymyksistä oli myös hyvin samankaltaisia kuin jo demo-haastattelussa. Johtuen siitä, Niemi osasi vastata nopeasti, vaikka joka kerta hän vastasi kysymykseen hieman eri tavalla. Osasin myös itse ennakoida minkä tyyppisiä vastauksia hän antaisi, joten osasin ennakoida mihin suuntaan keskustelu menisi. Jokaisella haastattelukerralla keskustelu oli kuitenkin rentoa ja pohdiskeluvaa.

Jenna Alexan video julkaistiin 4.12. 2019 sarjan viidentenä. Video keräsi vain 223 katselukertaa 22.2.2020 mennessä, ja sitä katsottiin noin 7,6 tuntia. 8,44 minuuttia kestäneen videon katselukeskisarvo oli 2,02 minuuttia. Ensimmäisen kuukauden aikana videota katseltiin 158 kertaa, yhteensä noin 5,6 tuntia. Julkaisupäivänä katseluita kertyi 73.

Katselukerroista vain 90 (40,36 %) oli Radio Helsingin kanavan tilaajia. Loput 133 (56,64 %) olivat ei-tilaajia. Keskimäärin tilaajat katsoivat videota 2,20 minuuttia, ja ei-tilaajat 1,50 minuuttia.

Haastattelua katsottiin mobiililaitteella 105 kertaa, 99 kertaa tietokoneelta, 9 kertaa tabletilta, 7 kertaa televisiosta ja 3 kertaa pelikonsolilta. Tällä kertaa televisiosta katsojien keskimääräinen katseluaika jäi vain 34 sekuntiin. Videon alkuun oli jäänyt kuvaa, joka oli ei ollut täysin synkronoitu äänen kanssa, ja tämä näkyi erityisen selkeästi isommilta ruuduilta. Tämä on voinut vaikuttaa siihen, että television kautta videota katsoneet ovat lopettaneet katselun alkuunsa. Kuitenkin pelikonsoleilta videota oli katseltu keskimäärin 2,24 minuuttia, ja tabletilta 2,22 minuuttia. Tietokoneelta 2,18 minuuttia ja mobiililaitteelta 1,51 minuuttia.

Jenna Alexa oli vielä ainakin videoiden julkaisun aikaan haastattelusarjan vähiten julkisuudessa tunnettua henkilö, joka totta kai omalta osaltaan selittää videon vähäisempiä katselukertoja.



15.5.2020 mennessä Jenna Alexan videolle oli kertynyt yhtä monta tykkäystä kuin ei-tykkäystä; 3 kappaletta. Video keräsi 2 kommenttia, joista toinen harmitteli kuvan ja äänen epäsynkroniaa.

4 Johtopäätökset

Haastatteluihin suostuneet artistit olivat kanssani samaa mieltä siitä, että muusikoille tunnutaan sallivan erilainen vapaus alkoholin käyttöön kuin muissa ammatissa työskenteleville. Haastateltavat tuntuivat kokevan, että koska luovaa työtä tekeville on aikojan saatossa annettu niin sanottu lupa käyttää alkoholia, on siitä tullut jonkinlainen sallittu normi. Valtaosa kuitenkin tuntui olevan sitä mieltä, että nykyinen trendi on alkoholin käytön vähentäminen, ja jopa täysi raittius alkaa olla suosittua heidän ammatti-ikäpiirissään. Kukaan heistä ei tuomitse alkoholin käyttöä, mutta ei myöskään koe tarvetta korostaa sitä.

Käytin jokaisen jakson viimeisenä kysymyksenä kysymystä ”jos alkoholi olisi ihminen, miten kuvailisit välistänne suhdetta?”, ja kaikkien vastauksia yhdisti se, että kyseessä olisi ihminen, jonka kanssa voi olla hyvät välit, mutta tätä ei pidä nähdä liian usein. Kysymys myös miellytti vastaajia ja keräsi heiltä kehuja.

Saamieni lukujen perusteella voidaan todeta, että Youtubesta videoita katsellaan monenlaisilla eri laitteilla, mutta suosituin on kuitenkin mobiililaitte. Erityisesti Tuure Boeliuksen haastattelua katsottiin juuri mobiililaitteilla (59 % kaikista katseluista), muiden videoiden mobiililaittekatseukset pyörivät kaikki 46 - 54 % välillä. Videoita kuitenkin katseltiin mobiililta keskimääräisesti lyhyempiä aikoja kuin muilta laitteilta. Tämä johtunee siitä, että mobiililaitteen kanssa ollaan liikkeellä, ja katselu saatetaan keskeyttää, kun jäädytään esimerkiksi pois julkisen kulkuneuvon kyydistä.

Vähiten katseluita kertyi pelikonsoleilta, mutta pelikoneelta videoita katsoneet katsoivat videoita keskimääräisesti pidempään kuin muilla laitteilla. Myös television kautta videoita jaksettiin katsoa keskimääräisesti pidempään (lukuun ottamatta Jenna Alexan haastattelua). Tämä puolestaan selittynee sillä, että televisiosta ja pelikonsoleilta videoita katsotaan olettavasti kodin rauhassa omalla ajalla, jolloin katsojalla on enemmän aikaa katsoa videot loppuun saakka.

Suurin osa videoiden katselijoista eivät olleet Radio Helsingin kanavan tilaajia, eivätkä kanavan tilaajamäärät nousseet tai laskeneet merkittävästi julkaisuiden takia. Jouni Hynynen keräsi suurimman määrän katseluita, vaikka hän itse epäili ennen haastattelua, että olisi jo mediassa sanonut kaiken sanottavan alkoholista.

Kesän ja syksyn 2019 aikana Radio Helsingin toimituksen henkilökunnassa tapahtui lukuisia muutoksia, jotka saattoivat vaikuttaa siihen, että videoita ei mainostettu sosiaalisessa

mediassa ensimmäistä jaksoa lukuun ottamatta. *Artistit & Alkoholi* -videoiden jälkeen Radio Helsinki ei ole julkaissut Youtube -kanavallaan yhtään uutta videota, eli vaikuttaa siltä, että ainakaan tällä hetkellä, syksyllä 2020, Radio Helsinki ei panosta sisällön luomista Youtube -alustalle.

Mielestäni *Meet & Greet* -sarjan katselukerrat sekä *Artistit & Alkoholi* -sarjan kohtuulliset katselukerrat kertovat siitä, että juuri haastattelusarjat voisivat olla sellaista sisältöä, jota kanavalle kannattaa tuottaa. On toki Radio Helsingin oma asia, minkälaisen strategian he ottavat muunkin kuin radiosisältöjen tuottamisen lisäksi.

Jaoin videoita omissa sosiaalisen median välissäni, ja sain suullista palautetta tutuilta sekä hieman tuntemattomiltakin ihmisiltä. Kaikki suullisesti saatu palaute oli pääosin positiivista. Tekniset pikkuvirheet eivät katsojia tuntuneet haittaavan niin kauan kuin haastatteluiden sisältö oli laadukasta. Youtube -käyttäjien kommentit videoihin olivat pääosin positiivisia tai neutraaleja. *Artistit & Alkoholi* videot eivät lisänneet Radio Helsingin kanavan tilaajien määrää ainakaan merkittävästi, vaikka se olikin toiveenani projektia aloitellessa.

Videoiden houkuttelevuuteen olisi voinut panostaa enemmän. Satunnaisesti Youtube seilaavalle käyttäjälle pelkkä otsikko ”*Artistit & Alkoholi* – haastateltavan nimi”, ei välttämättä kerro paljoa. Tietenkin tällainen kysymyksiä herättävä otsikko saattaa houkuttaa joitain käyttäjiä. Videoiden kansikuvat olivat kaikki satunnaisia otoksia haastatteluista. Kansikuviinkin olisi voinut panostaa ottamalla erikseen jokaisesta haastateltavasta houkutteleva still-kuva. Mielestäni käytetyt kansikuvat kuitenkin houkuttelevat kohtuullisen hyvin katsojaa klikkaamaan videon käyntiin.

Tunnisteista, eli tägeistä, emme missään vaiheessa keskustelleet Radio Helsingin kanssa, eikä niitä mielestäni käytetty. Jälkeen päin mietittynä tunnisteisiin olisi voinut panostaa katsojien houuttelemiseksi.

4.1 Basso -radioon vertaaminen

Jos Radio Helsinkiä vertaa muihin kotimaisiin radiokanaviin lienee Basso ollut henkisesti lähinnä sitä. Molemmat ovat profiloituneet keskittymään kaupunkikulttuuriin, molemmilla on ollut painotusta erilaisiin erikoisohjelmiin sekä urbaaniin musiikkiin. Basso on levinnyt valtakunnalliseksi taajuudeksi, ja heidän ydinkohderyhmänsä on nuorempi kuin Radio Helsingillä (19-34 -vuotiaat Basso, 25-45 -vuotiaat Radio Helsinki.). Bassolla on enemmän kuulijoita viikossa (noin 111 000) kuin Radio Helsingillä (noin 70 000), mutta Radio Helsingin kuulijoiden kuuntelivat keskimääräisesti päivittäin pidempään, noin 148 minuuttia, kuin Basson 81 minuuttia. (Radiomedia ry 2019)

Basso on kuitenkin tehnyt paljon enemmän sisältöä, joka on suunnattu Youtubeen. Heidän Youtube -kanavallaan on tilaajia noin 20 tuhatta, eli yli kymmenkertaisesti enemmän kuin Radio Helsingillä. Basson videot keräävät nopeasti myös korkeampia katselulukuja Youtubesta kuin Radio Helsinki. Esimerkiksi Basson 14.3.2020 julkaistu *Slämäri* -videosarjan video, jolla esiintyy artisti nimeltä Ex Tuuttiz keräsi muutamassa vuorokaudessa noin 1 770 katselua. Basso on sittemmin myyty osaksi Bauer Median konsernia.

4.2 Opittua

Editoimistapojen lisäksi videosarjan lähes kokonaan yksin tuottamisesta ja toimittamisesta tuntui oppivan paljon. Jälkeen päin ajatellen minulla olisi pitänyt kenties olla selkeä tuottaja, jolle olisin vastannut projektin etenemisestä. Radio Helsinki antoi minun työstää projektia melkoisen vapaasti, ja projekti eteni vasta kun heidän suunnaltaan alkoi tulla painetta haastatteluiden valmistumisesta. Tuottajan (tai vastaavan roolin omaavan) kanssa olisimme voineet myös yhdessä ideoida ja kehitellä ohjelmalle vielä selkeämmät raamit sekä kenties toistuvan kysymyspatteriston, joka olisi entisestään helpottanut ja nopeuttanut videoiden leikkausta.

Sovimme harjoitteluni päättyessä huhtikuussa 2019, että haastattelut olisi kuvattu toukuun loppuun mennessä. Silloin vielä ajatus oli julkaista videot kesän 2019 aikana, mutta videoiden valmiiksi editoiminen venyi pitkälle kesään. Editoimisprosessin vauhtiin vaikutti osaltaan se, että omat kesän aikatauluni sekä Radio Helsingin toimituksen kesälomat menivät välillä ristiin. Tämä siis vaikutti siihen, milloin sain mitäkin korjausehdotuksia videoiden suhteen. Myös tätä olisi selkeän oma tuottajan olemassaolo mahdollisesti nopeuttanut. Kesällä ei ole kovin houkuttelevaa istua sisätiloissa editoimassa videoita, kun ei ole ketään kirittämässä aikataulujen suhteen.

Jälkeen päin ajatellen olisi myös ollut erittäin hyvä, jos projektissa minulla olisi ollut kuvausavustaja. Tämä olisi vaikuttanut parempien kuvakulmien valintaan, sekä kuvien tarkennuksiin. Kameran edessä haastatellessa ei näe mihin kamera tarkentaa tai onko kuvassa näkyvät henkilöt asettuneet optimaalisesti kuvaan. Avustaja olisi myös voinut tarkkailla ääntä, vaikka pahimmat ääniongelmat hoituvatkin editoidessa.

Vaikka kuvausteknisiä virheitä jäikin videoihin, niin kauan kun haastatteluiden sisällössä on laatua, täytyy peruste julkaisulle. Henkilökohtaisesti tekniset virheet harmittavat suuresti, sillä videoita katsellessani kiinnitän niihin itse suurimman huomion. Tiedostan totta kai, että tällaisiin yksityiskohtiin kiinnittää erityistä huomiota eritoten silloin, kun niiden olemassaolon tietää. Keskustellessani videoista esimerkiksi opiskelukavereiden kanssa osa heistä ei ainakaan myönnä kiinnittäneensä huomiota niihin virheisiin, jotka itse tiedostan.

Kysymyksiä on hyvä miettiä etukäteen, mutta omassa haastattelutyylissäni koen, että turhan pitkälle kysymyksiä ei tarvitse miettiä. Kun tietää tähtäävänsä noin 10 minuuttia kestäviin videoihin, ei kannata kirjoittaa itselleen muutamaa kysymystä enempää valmiita kysymyksiä. Tämä myös auttaa pitämään haastattelun keskustelumaisena ja luontevana. Haastateltavaa on kuunneltava ja reagoitava hänen sanomiseensa. Siihen keskittymiseen auttaa se, että ei mieti mitä kysyy seuraavaksi. Koen myös, että rennomman haastatteluilmapiiriin luomiseen auttaa, kun kertoo itsestään ja omista kokemuksistaan haastateltaessa. Se auttaa luomaan keskustelun ilmapiiriin. Näitä omia kokemuksia ei toki tarvitse jättää julkaistaviin videoihin, sillä ne eivät ole oleellisia julkaistun haastattelun kannalta.

Valmiiden kysymysten vähäinen määrä myös vähentää ajatusta lukea kysymyksiä paperista, mikä puolestaan auttaa pitämään katsekontaktia haastateltavaan. Kysymysten lukeminen paperilta ei myöskään näytä hyvältä videolla, joten valmiiksi kirjoitettujen kysymysten niukkuus vaikutti myös videoiden leikkauksiin.

Jälkeen päin on herännyt ajatus olisiko kysymyspatteristo pitänyt olla lähes identtinen jokaisessa haastattelussa, tai olisiko keskusteluista saatu mielenkiintoisempia, jos haastattelut olisi toteutettu niin, että kaikki haastateltavat olisivat olleet paikalla samaan aikaan ja kuuden kymmenminuuttisen haastattelun sarjan sijaan olisikin toteutettu yksi kuusikymmentäminuuttinen video. Siinä tapauksessa oma roolini olisi muuttunut toki haastattelijaksi enemmän keskustelun moderaattorin tapaiseksi. Saatoin löytää jotain uusia tapojani haastattelutekniikkaan ja tyyliini, mutta en koe kokeneeni valtaisaan oppimiselämystä, vaan lähinnä vahvistanut jo tiedostamiani asioita.

Alkoholin käytöstä puhuminen on yhteiskunnassamme kohtuullisen intiimiä, ja, pois lukien yhteiskunnallisesti merkittävät henkilöt, alkoholin käyttö kuuluu yksityiselämän piiriin. Siihen nähden sain haastateltavat puhumaan kohtuullisen avoimesti heidän suhteestaan alkoholiin. Tässä auttoi varmasti se, että pidimme suurimmaksi osaksi keskustelun yleisellä tasolla muusikoiden suhteesta alkoholiin. Kerroin jo ennen haastatteluja, että tarkoitukseni ei ole kaivaa mitään retostelevia paljastuksia haastateltavien ryppyreissuilta, saati hurjia takahuonetarinoita. Luettakoon tästä pois Boeliuksen paljastus alkoholin käytöstä alaikäisenä, mutta sekään ei osoittautunut suureksi paljastukseksi. Rento keskustelun ilmapiiri johtikin enimmäkseen pohdintoihin esimerkiksi siitä, miksi yhteiskunnassamme taiteilijoiden, kuten muusikoiden, on suvaitumpaa käyttää alkoholia arjessa. Mielestäni aiheesta voisi käydä pidempääkin keskustelua, mutta tämän projektin puitteissa saimme kohtuullisen hyvin summattua aihetta.

4.3 Vastaavan projektin toteutuksesta tulevaisuudessa

Vastaavaa videoprojektia voisi kehittää lisäämällä tekijätiimiin ihmisiä. Etenkin kuvausasistentti olisi todennäköisesti parantanut videoiden teknistä laatua, mikä olisi saattanut lisätä videoiden katseluiden määrää. Radio Helsinki olisi voinut jakaa videoita enemmän omissa sosiaalisen median väylissään mikä olisi varmasti tuonut lisää katselukertoja.

Vastaavaa haastattelusarja toteuttaessa voisi pohtia tarkemmin esimerkiksi jaksojen pituutta. Toki, jos toteutuslupa olisi Youtube, kannattaisi videot pitää minimissään 10 minuuttia kestävinä. Reippaasti pidempiäkin videoita voisi toki harkita, mutta silloin on pidettävä huolta siitä, että haastattelun sisältö pysyy mielenkiintoisena läpi koko videon keston.

Radio Helsingin Youtube -kanava ei ole aktiivinen, eikä suoraan sinne tuotettua sisältöä ole paljon. Jos Radio Helsinki päättäisi aktivoida Youtube -kanavaansa, voisi seurata millaisia katselulukuja uudet videot keräisivät. Radio Helsinki ei juuri mainosta Youtube -kanavaansa radion taajuuksilla tai muilla sosiaalisen median väylillään. Radio Helsingillä on kuitenkin oma yleisönsä, joka ei tunnu kuitenkaan käyttävän juurikaan aikaansa Youtubessa.

Yksi vaihtoehto tämänlaisessa videosarjassa olisi laittaa artistit keskustelemaan keskenään aiheesta, juuri samaan tapaan kuin Radio Helsingin *Meet & Greet* -videoilla oli tehty. Lisäisin keskusteluihin moderaattorin, joka pystyisi pitämään keskustelua niin sanotusti raiteilla. Moderaattori auttaisi myös pitämään videon pituutta maltillisena.

5 Lähteet

- Adams S. 2009. Interviewing for Journalists – Second edition. Routledge. New York. Luettu: 18.9.2020
- Australian Broadcasting Company. 2012. Interviewing tips for video interviews. Katosttavissa: <https://education.abc.net.au/home#!/media/1771607/interviewing-tips-for-a-video-interview> Katsottu: 23.1.2017
- eBrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut. 2015. Youtube nuorten suosituin sosiaalisen median palvelu. Oulu. Luettavissa: <https://www.epressi.com/tiedotteet/tietotekniikka/youtube-nuorten-suosituin-sosiaalisen-median-palvelu.html> Luettu: 19.9.2019
- Erho N. 7.4.2016 Haastattelun pelisäännöt. Journalisti. Helsinki. Luettavissa: <https://www.journalisti.fi/artikkelit/2016/5/haastattelun-pelisnnt/> Luettu: 7.10.2020
- Heikelä J. 11.4.2017. Toimittaja. Haastattelu. Helsinki.
- Julkisen Sanan Neuvosto 2011. Journalistin ohjeet. Luettavissa: https://www.isn.fi/journalistin_ohjeet/ Luettu: 10.6.2020
- Jääskeläinen M. 22.1.2017. Lehtori. Haastattelutekniikka. Haaga-Helia Ammattikorkeakoulu. Helsinki. Luento
- Keinonen H. 2017. Televisioformaatti ja kulttuurinen neuvottelu. Nykykulttuurin tutkimuskeskus. Jyväskylä. Luettu 16.9.2020
- Kunnuri, M. 2018. Youtuben optimointi ja analytiikka. Kuulu. Helsinki. Luettavissa: <https://www.kuulu.fi/blogi/youtuben-optimointi-ja-analytiikka/> Luettu: 15.4.2019
- Nieminen, J. 2020. Hölkkääjä päätyy ultrajuoksuvideoihin ja kasvisruuan ystävä vegaanisältöihin – Youtuben algoritmin tehtävä on katsojan koukuttaminen. Yle. Luettavissa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2020/02/12/algoritmin-tehtavana-ei-ole-totuuden-etsiminen-vaan-ihmisten-pitaminen-sivuilla> Luettu: 14.2.2020
- Nippala, V. 2020. Opas: Youtube-videoiden optimointi Youtuben hakua varten. eLuotsi Finland Oy. Orivesi. Luettavissa: <https://www.eluotsi.fi/youtube-videoiden-optimointi/> Luettu: 18.5.2020
- Näre S. 2005. Julkisuudesta ja intimitteetistä. Kirjapaja Oy. Helsinki. Luettu 9.7.2020

Radio Media ry. Basso Mediakortti 2019. Helsinki. Luettavissa: <https://www.radiomedia.fi/radiokanavat/mediakortit/bassoradio> Luettu: 4.12.2019

Radio Media ry. Radio Helsinki Mediakortti 2019. Helsinki. Luettavissa: <https://www.radiomedia.fi/radiokanavat/mediakortit/radio-helsinki> Luettu: 1.12.2019

Saarenmaa L. 2010. Intiimin äänet: Julkisuuskulttuurin muutos suomalaisissa ajanvieterlehdissä 1961-1975. Tampereen yliopistopaino. Tampere. Luettu: 12.10.2020

Townsend, B. 2016. Everything You Need to Know About Youtube's Controversial 10 minute Trick. PopBuzz. Lontoo. Luettavissa: <https://www.wetheunicorns.com/features/youtubers-are-now-making-their-videos-over-ten-min/> Luettu: 5.3.2019

Vainikka E. 2014. Toimittaja yksityisen ja julkisen leikkauspisteessä. Teoksessa H. Luostarinen & P. Raittila (toim.). Journalistin vapaus. Vastapaino. Tampere. Luettu 24.6.2020

Youtube Basso -kanava. Luettavissa: <https://www.youtube.com/user/BassoMedia> Luettu: 16.5.2019

Youtube, Radio Helsinki -kanava. Luettavissa: <https://www.youtube.com/user/RadioHelsinki/featured> Luettu: 16.5.2019

YouTube 2020. Youtube numeroina. Luettavissa: <https://www.youtube.com/intl/fi/about/press/> Luettu: 20.2.2020

6 Liitteet

6.1 Linkit Youtube -videoihin

Artistit & Alkoholi – Tuure Boelius

<https://www.youtube.com/watch?v=TLczLxg1cow&t=425s>

Artistit & Alkoholi – Anni Lötjönen

<https://www.youtube.com/watch?v=EHw0jUqLSsU&t=1s>

Artistit & Alkoholi – Emppu Suhonen

<https://www.youtube.com/watch?v=wPjosRTfUTY&t=596s>

Artistit & Alkoholi - Voli

<https://www.youtube.com/watch?v=aCYOy8OKIMA&t=398s>

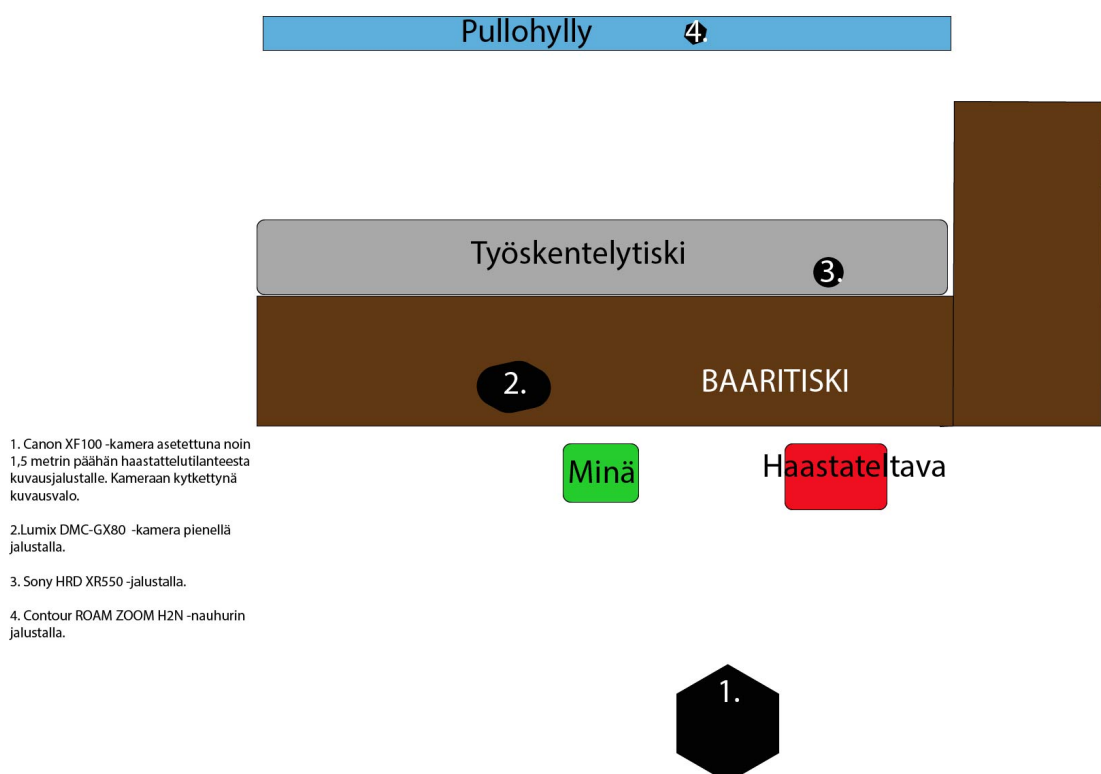
Artistit & Alkoholi – Jenna Alexa

https://www.youtube.com/watch?v=zHoG_iXMyts&t=128s

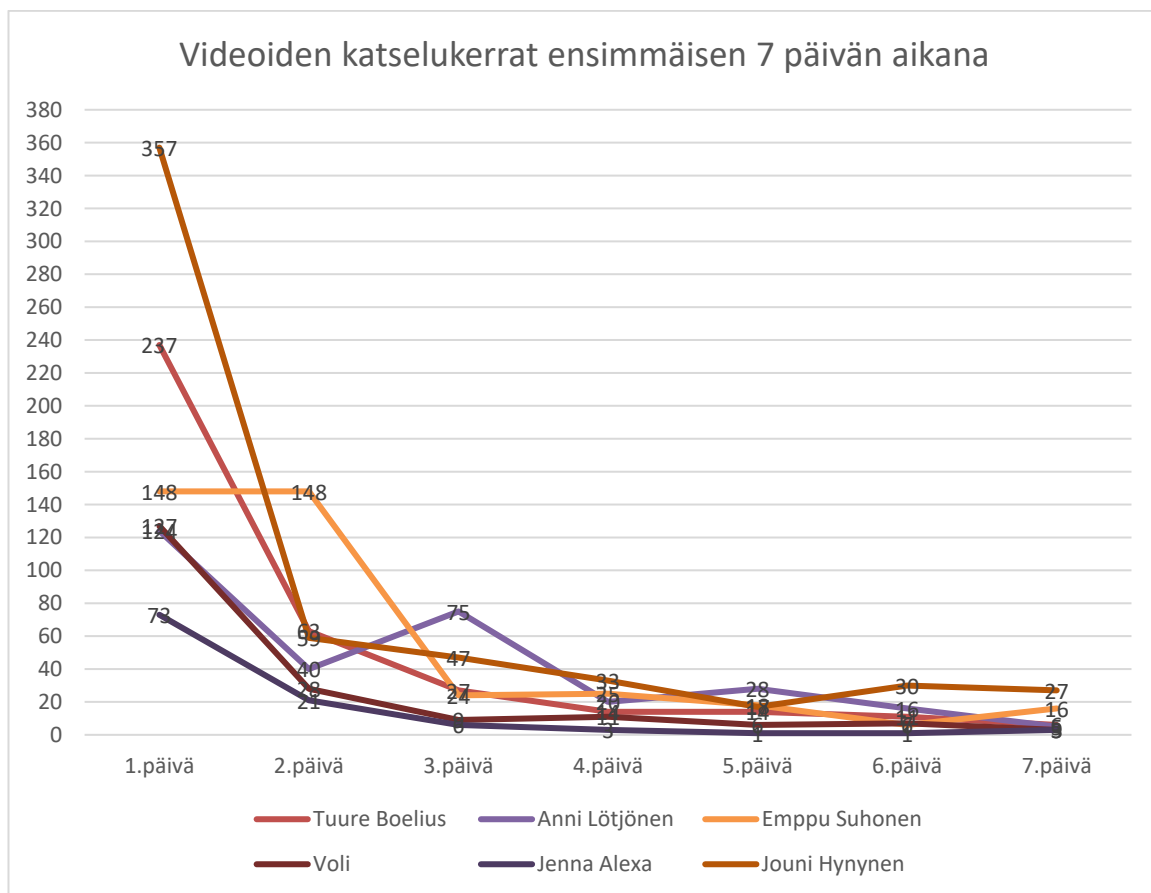
Artistit & Alkoholi – Jouni Hynynen

<https://www.youtube.com/watch?v=ZHyvRF6Q89Q&t=575s>

6.2 Kartta kameroiden asettelusta



6.3 Kaikkien videoiden katselukerrat ensimmäisen viikon aikana



6.4 Youtubesta saatuja Excel-taulukoita

Tuure Boeliuksen video julkaistupäivästä 22.2.2020 asti:

Subscription status	Views	Views (%)	Watch time (hours)	Watch time (hours) (%)	Average view duration	Average view duration (%)
Total	1020		59,179		0:03:28	
NOT_SUBSCRIBED	769	75,39	41,9023	70,81	0:03:16	93,92
SUBSCRIBED	251	24,61	17,2767	29,19	0:04:07	118,64

Device type	Views	Views (%)	Watch time (hours)	Watch time (hours) (%)	Average view duration	Average view duration (%)
Total	1020		59,179		0:03:28	
MOBILE	597	58,53	33,2468	56,18	0:03:20	95,99
DESKTOP	327	32,06	20,0375	33,86	0:03:40	105,62
TABLET	52	5,1	2,5934	4,38	0:02:59	85,96
TV	29	2,84	2,3849	4,03	0:04:56	141,74
GAME_CONSOLE	15	1,47	0,9164	1,55	0:03:39	105,3

Anni Lötjösen video julkaisupäivästä 22.2.2020 asti:

Subscription status	Views	Views (%)	Watch time (hours)	Watch time (hours) (%)	Average view duration	Average view duration (%)
Total	2205		106,6094		0:02:54	
NOT_SUBSCRIBED	1974	89,52	94,5441	88,68	0:02:52	99,06
SUBSCRIBED	231	10,48	12,0653	11,32	0:03:08	108,03

Device type	Views	Views (%)	Watch time (hours)	Watch time (hours) (%)	Average view duration	Average view duration (%)
Total	2205		106,6094		0:02:54	
MOBILE	1190	53,97	45,5239	42,7	0:02:17	79,12
DESKTOP	746	33,83	45,4585	42,64	0:03:39	126,03
TABLET	146	6,62	6,5472	6,14	0:02:41	92,75
TV	97	4,4	7,0989	6,66	0:04:23	151,37
GAME_CONSOLE	26	1,18	1,9808	1,86	0:04:34	157,58

Emppu Suhosen video julkaisupäivästä 22.2.2020 asti:

Subscription status	Views	Views (%)	Watch time (hours)	Watch time (hours) (%)	Average view duration	Average view duration (%)
Total	1310		84,715		0:03:52	
NOT_SUBSCRIBED	1109	84,66	71,5255	84,43	0:03:52	99,73
SUBSCRIBED	201	15,34	13,1895	15,57	0:03:56	101,47

Device type	Views	Views (%)	Watch time (hours)	Watch time (hours) (%)	Average view duration	Average view duration (%)
Total	1310		84,715		0:03:52	
MOBILE	605	46,18	37,8764	44,71	0:03:45	96,81
DESKTOP	573	43,74	37,4796	44,24	0:03:55	101,15
TABLET	59	4,5	3,3691	3,98	0:03:25	88,3
TV	55	4,2	4,4908	5,3	0:04:53	126,26
GAME_CONSOLE	14	1,07	1,1003	1,3	0:04:42	121,54

Volin video julkaisupäivästä 22.2.2020 asti:

Subscription status	Views	Views (%)	Watch time (hours)	Watch time (hours) (%)	Average view duration	Average view duration (%)
Total	451		30,2412		0:04:01	
NOT_SUBSCRIBED	289	64,08	19,1318	63,26	0:03:58	98,73
SUBSCRIBED	162	35,92	11,1094	36,74	0:04:06	102,27

Device type	Views	Views (%)	Watch time (hours)	Watch time (hours) (%)	Average view duration	Average view duration (%)
Total	451		30,2412		0:04:01	

MOBILE	221	49	12,8126	42,37	0:03:28	86,46
DESKTOP	192	42,57	14,6222	48,35	0:04:34	113,58
TV	16	3,55	1,2716	4,21	0:04:46	118,53
TABLET	16	3,55	0,8787	2,91	0:03:17	81,91
GAME_CONSOLE	6	1,33	0,656	2,17	0:06:33	163,05

Jenna Alexan video julkaisupäivästä 22.2.2020 asti:

Subscription status	Views	Views (%)	Watch time (hours)	Watch time (hours) (%)	Average view duration	Average view duration (%)
Total	223		7,6011		0:02:02	
NOT_SUBSCRIBED	133	59,64	4,0886	53,79	0:01:50	90,19
SUBSCRIBED	90	40,36	3,5125	46,21	0:02:20	114,5

Device type	Views	Views (%)	Watch time (hours)	Watch time (hours) (%)	Average view duration	Average view duration (%)
Total	223		7,6011		0:02:02	
MOBILE	105	47,09	3,2463	42,71	0:01:51	90,7
DESKTOP	99	44,39	3,8112	50,14	0:02:18	112,94
TABLET	9	4,04	0,3559	4,68	0:02:22	116,02
TV	7	3,14	0,0676	0,89	0:00:34	28,34
GAME_CONSOLE	3	1,35	0,1201	1,58	0:02:24	117,47

Jouni Hynysen video julkaisupäivästä 22.2.2020 asti:

Subscription status	Views	Views (%)	Watch time (hours)	Watch time (hours) (%)	Average view duration	Average view duration (%)
Total	3141		303,8682		0:05:48	
NOT_SUBSCRIBED	2891	92,04	279,8238	92,09	0:05:48	100,05
SUBSCRIBED	250	7,96	24,0444	7,91	0:05:46	99,42

Device type	Views	Views (%)	Watch time (hours)	Watch time (hours) (%)	Average view duration	Average view duration (%)
Total	3141		303,8682		0:05:48	
MOBILE	1584	50,43	138,0116	45,42	0:05:13	90,06
DESKTOP	1076	34,26	114,4473	37,66	0:06:22	109,95
TV	257	8,18	30,1355	9,92	0:07:02	121,21
TABLET	163	5,19	14,4855	4,77	0:05:19	91,86
GAME_CONSOLE	61	1,94	6,7883	2,23	0:06:40	115,03

Taustatietoa

Kuuluvuusalueella 1.600.000 suomalaista.
Viikkotavoittavuus 120.000 kuuntelijaa (FM & Online)

Streamiavaukset 200.000 per viikko, 800.000 per kuukausi.

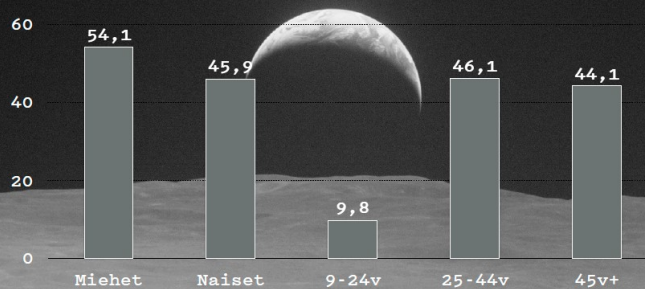
Erittäin uskollinen premium-yleisö, viikkokuuntelu keskim. 6,01h per kuuntelija (361min per listener)*

Seuraavalla toimilupakaudella 1.1.2020 lähtien kuuluvuusalue laajenee pääkaupunkiseudun lisäksi myös Tampereelle ja Ouluun.

FM-lähetykset alkoivat 1. maaliskuuta 2001, kanava valittiin vuonna 2017 jo 12:nne kerran Vuoden Radioksi**

* Lähde: Kansallinen Radiotutkimus (KRT 3-8/2018)
** Musiikki & Media Gaala

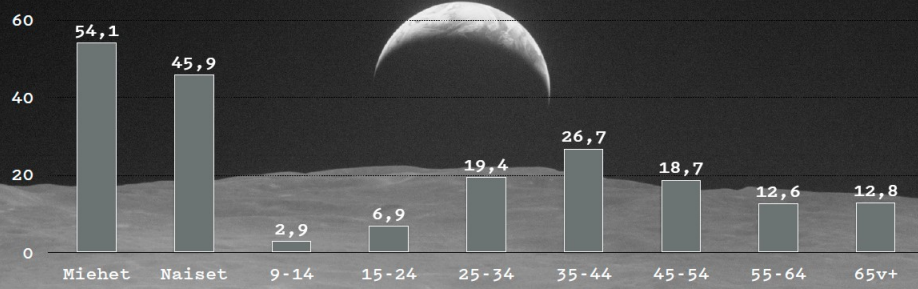
Sukupuoli ja ikä



Lähde: Kansallinen Radiotutkimus (maalis-elokuu 2018)

 **RADIO
HELSINKI
93,5**

Sukupuoli ja ikä



Lähde: Kansallinen Radiotutkimus (maalis-elokuu 2018)

 **RADIO
HELSINKI**
98,5