



Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Pauliina Sapman

Podcastin tuottaminen ja julkaiseminen

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Tieto- ja viestintätekniikka

Insinöörityö

5.11.2020

Tekijä Otsikko	Pauliina Sapman Podcastin tuottaminen ja julkaiseminen
Sivumäärä Aika	29 sivua 5.11.2020
Tutkinto	Insinööri (AMK)
Tutkinto-ohjelma	Tieto- ja viestintäteknikka
Ammatillinen pääaine	Mediateknikka
Ohjaaja	Lehtori Toni Spännäri
<p>Insinööriyön tarkoituksena oli tutkia podcastin tuottamista ideointivaiheesta julkaisuun. Tavoitteena oli luoda mahdollisimman menestyvä ja viihdyttävä podcast.</p> <p>Projekti aloitettiin tutkimalla podcastin historiaa ja suunnittelemalla tulevan podcastin sisältöä. Tätä varten tutkittiin ja pohdittiin tulevan podcastin sisältöä ja toteutustapaa. Sopivan laitteiston löytäminen oli tärkeää, jotta ylimääräisiltä työvaiheilta vältyttäisiin jälkikäsitelyssä. Podcast äänitettiin itse rakennetussa studiossa.</p> <p>Tuotannon lopputuloksena saatiin valmis podcast-jakso, joka jaettiin eri kuuntelualustoille. Tähän tärkeimmät työvaiheet keskittyvät RSS-syötteen toimintaan ja Anchor-sovelluksen käyttöön. Kuuntelijoiden saavuttaminen on myös tärkeää, ja keinona siihen käytettiin eri sosiaalisten medioiden kanavia ja tehostettua mainontaa.</p> <p>Valmiiksi tulokseksi saatiin ensimmäinen tuotantokausi Kasuaalisti-podcastia. Tuotantokautteen kuului kahdeksan noin tunnin mittaista jaksoa. Kuuntelijoita tavoitettiin sosiaalisen median markkinoinnin työkaluilla. Mahdollisia tulevaisuuden kehitysideoita podcastin menestymistä tukemaan olisivat näkyvämpi markkinointi sosiaalisessa mediassa ja runsaampi sisällön tuottaminen.</p>	
Avainsanat	podcast, äänittäminen, editointi, markkinointi, äänituotanto

Author Title	Pauliina Sapman Creating and publishing a podcast
Number of Pages Date	29 pages 5 November 2020
Degree	Bachelor of Engineering
Degree Programme	Information Technology
Professional Major	Media Technology
Instructor	Toni Spännäri, Senior Lecturer
<p>This thesis is about production of a podcast from the idea to the publication. The goal was to create the most successful and entertaining podcast possible.</p> <p>The project began by researching the history of the podcast and planning the content of a future podcast. To this end, the content and implementation of the upcoming podcast were examined and considered. Finding suitable equipment was important to avoid additional work steps in post-processing. The podcast was recorded in a self-built studio.</p> <p>The result was a finished podcast episode which was then distributed to different audio platforms. The main work steps for this focus on the operation of the RSS feed and the use of the Anchor application. Reaching out to listeners is also important and its means are being explored.</p> <p>The ready product was the first season of Kasuaalisti podcast. The season included eight episodes which lasted about an hour. Listeners were reached with the social media marketing tools discussed in the work. Potential future development ideas to support the success of the podcast would be more prominent marketing on social media and more content production.</p>	
Keywords	podcast, recording, editing, marketing, audio production

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Ideointivaihe	2
2.1	Idean syntyminen	2
2.2	Konseptin rakentaminen	3
2.3	Viihdyttävyyys	5
3	Laitteet ja ohjelmat	6
3.1	Mikrofonit	6
3.2	Äänikortti	8
3.3	Tietokone	10
3.4	Sovellus	11
4	Äänitys	12
4.1	Studion asetelma	12
4.2	Äänittäminen	13
5	Jälkituotanto	15
5.1	Editoiminen	15
5.2	Valmiin tuotoksen vienti	17
6	Julkaiseminen	18
6.1	RSS-syöte	18
6.2	Julkaisualustat	20
6.3	Markkinointi	23
7	Yhteenveto	28
	Lähteet	30

Lyhenteet ja käsitteet

RSS	Really simple syndication. Käytetään usein päivittyvän digitaalisen sisällön luomiseen.
XLR	Äänitekniikassa käytetty liitin, jossa on 3–7 napaa.
WAV	Waveform audio format. Äänitiedostomuoto.
MP3	MPEG-1 Audio layer 3. Hallitseva tiedostomuoto äänen jakamiseen.

1 Johdanto

Yksinkertaisimmillaan podcast on internetissä julkaistu ääniohjelma, jonka kuuntelija voi ladata omalle laitteelle tai kuunnella podcast-palvelussa silloin, kun haluaa. Podcast on verrattavissa radio-ohjelmiin, vaikka sitä ei lähetetä radioon. Monet radiot ovat tosin lähetyksensä tallentaneet podcast-muotoon, jotta kuuntelijat voivat kuunnella ohjelmaa sopivana aikana.

Podcastin ensi askeleet voidaan määrittää jo 1990-luvun puoliväliin, jolloin muutamat verkkosivut tarjosivat valikoiman äänitiedostoja, joita pystyi selaamaan ja niiden valikoimasta valitsemaan musiikkia, puheohjelmia tai tiedotuksia. Internetradioiden alkukautena julkaistiin vuonna 1993 Internet Talk Radio, joka oli ensimmäinen radioasema internetissä [1]. The Computer Chronicles oli sen ensimmäinen ohjelma, joka luokiteltiin asynkroniseksi radioksi. Kuuntelijat pystyivät oman tahtonsa mukaan kelaamaan ja pysäyttämään äänitiedostoa. Toimittaja Adam Curry oli yrittänyt löytää tapaa lähettää videota ja ääntä. Vuonna 2000 hän tapasi yhden RSS-syötteen kehittäjästä, Dave Winerin. He alkoivat yhdessä kehittää ratkaisua, miten RSS-syötteeseen saataisiin ääntä ja videota sisällytettyä, ja näin Winer kehitti <enclosure>-eli kotelointitunnisteen RSS-syötteen sisälle. Näin pystyttäisiin noutamaan tiedostoja internetistä seuraamalla yksinkertaisesti kyseiseen tiedostoon osoittavan koodin osoitetta [2]. Ensimmäinen podcast oli kuitenkin Christopher Lydonin ääniblogi, jossa hän haastatteli poliitikkoja ja bloggaajia, ja Winer auttoi häntä julkaisemaan sen podcastina [3].

Alkuperäinen englanninkielinen termi podcasting on tullut sanojen iPod ja broadcasting yhdistelmästä [4], vaikka siitä on myös kiistelty [5]. iPod tarkoittaa Applen kehittämää kannettavaa musiikkisoitinta ja broadcasting suomeksi käännettynä on lähettämistä. Ensimmäiset podcastit tulivat Suomeen vuonna 2005. Samana vuonna sana podcast myös lisättiin Kotimaisten kielten keskuksen sanatietokantaan. Podcastit ovat vuosi vuodelta saaneet tunnettua ja suosio on kasvanut, mutta suoraa yksiselitteistä suomenkielistä vastinetta sanalle ei ole. [4.]

Suomen ensimmäinen podcastlähetyksen julkaistiin 31.5.2005 nimellä FcLate Netradio jaksolla "Hanurikirje" [6]. Samoihin aikoihin aloittivat myös muut podcastlähetykset, ja niitä seurasi myös Ylen oma podcast, joka aloitti syyskuun ensimmäisenä päivänä 2005.

Kaupalliset toimijat seurasivat pian perässä, ja näin myös Stara.fi-verkkolehti aloitti lähetyksensä ja kuukautta myöhemmin myös Iskelmä-, Radio NRJ- ja SBS-radiot. Toukokuussa 2007 ensimmäinen ei-radiolähetyksistä kierrätetty podcast-ohjelma POP-Talk alkoi Ylen toimesta, ja itsenäinen päivittäinen Henrik Anttosen podcast PodPäivää aloitti toukokuussa 2006. [7.] Podcastien historia ulottuu pitkälle, mutta suosioon ne eivät päässeet saman tien.

Insinööriyöraportissa selostetaan oman podcastin tekeminen ja vaiheet, jotka vaadittiin valmiin tuotoksen tekemiseen. Mukana on taustaa siitä, miten päädyttiin tekemään podcastia ja mitä suunnittelu piti sisällään. Työssä pohditaan, mitä hyvä podcast pitää sisällään ja mitkä ovat viihdyttävyyden kriteerit sisällön luomisessa. Käsitellään myös teknologiaa äänityksen taustalla ja julkaisemisessa käytettävien työkalujen toimintaa. Lisäksi käydään läpi kohderyhmän saavuttamiseen vaadittavaa mainostusta ja alustoja, joilla tämä on mahdollista.

2 Ideointivaihe

2.1 Idean syntyminen

Kaikki sai alkunsa syksyllä 2019, kun opiskelukaverini kanssa päädyimme keskustelemaan aamuradiolähetyksistä. Kävi ilmi, että molemmilla oli salainen haave radiojuontajan ammatista, ja päätimme lähteä toteuttamaan yhteistä projektia. Aluksi suunnitelmissa oli amatööriradion perustaminen, mutta se tuntui kahdelle työssäkäyvälle opiskelijalle liian suurelta sitoutumiselta. Luvat ja laitteisto, joita amatööriradion ylläpitämiseen olisi vaadittu, maksoivat kahdelle opiskelijalle liikaa eikä aikaa tuntunut tarpeeksi löytyvän. Syntyi ajatus yhteisestä podcastista.

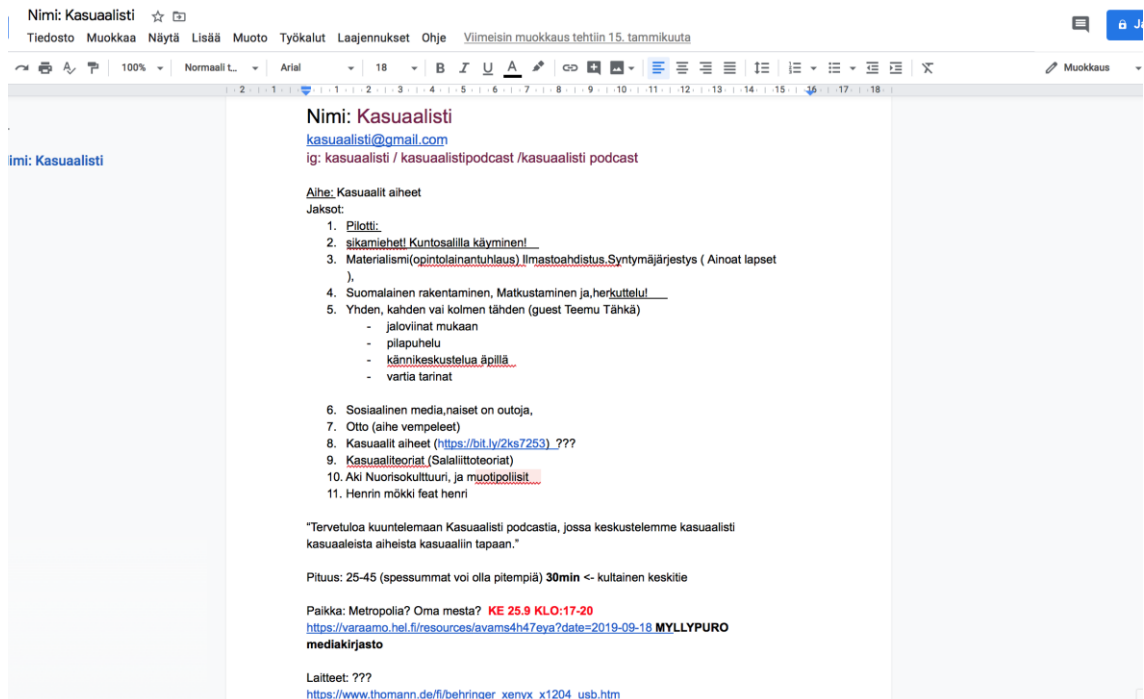
Amatööri- ja paikallisradioiden suosio on ollut vuosia jo laskussa [8], kun taas podcastien suosio nousussa. Tähän vaikuttaa kilpailu kuuntelijoiden vapaa-ajasta. Radio on liian sidonnainen tiettyyn hetkeen toisin kuin podcast. Moni suosionsa YouTuben kautta saanut suomalainen alkoi tehdä podcasteja, mikä luultavasti edesauttoi niiden suosion nousua. Erilaiset elokuvien, sarjojen ja musiikin suoratoistopalvelut toivat myös podcasteja pinnalle mainostuksen avulla ja antamalla niille lisää näkyvyyttä. Esimerkiksi yksi suurimmista musiikintoistopalveluista nimeltä Spotify helpotti podcastien kuuntelua

uudella ominaisuudella vuonna 2020. Tämän päivityksen myötä käyttäjien on helpompaa löytää uusia podcasteja tutustumalla podcastien top- ja nousussa-listoihin [9]. Lisäksi monista radio-ohjelmista tehtiin jälkikäteen kuunneltavia podcasteja, kuten YleX:n ja Radio Novan aamuohjelmista. Tämän vuoksi podcastien tekeminen ei tuntunut liian erilaiselta verrattuna alkuperäiseen haaveeseen radiourasta.

2.2 Konseptin rakentaminen

Konseptilla tarkoitetaan suoraan sanakirjan mukaan luonnosta tai käsikirjoitusta ja myös jotain, mikä ei ole vielä valmis [10]. Tässä insinööriyössä konseptilla tarkoitetaan käsikirjoitusta ja suunnitelmaa tulevasta toteutuksesta. Tarkoituksena oli luoda mahdollisimman vankka pohja hyvälle podcast-konseptille, joka kiinnostaisi mahdollisimman monia ihmisiä. Aiheen siis pitäisi olla monelle samaistuttava tai helposti lähestyttävä ja tekijöiden täytyisi kehittyä juontajina. Tätä varten täytyi pohtia, mikä olisi podcastin kohderyhmä. Kohderyhmää ei saa tiivistää liian suppeaksi, vaan kuuntelijoita halutaan mahdollisimman paljon tunnetun podcastin luomiseksi. Kaikkia on vaikea miellyttää, mutta aina saa yrittää.

Loppujen lopuksi podcast sai ytimekkään yksinkertaisen aiheen, joka oli *kasuaalit aiheet* ja nimesimmekin podcastin Kasuaalisti-podcastiksi. Kasuaali tarkoittaa rentoa ja epävirallista. Podcastissa keskustellaan kasuaaleista aiheista kasuaaliin tapaan. Näitä aiheita ovat esimerkiksi opiskelu, työelämä, matkustelu, naapurit, sosiaalinen media ja monet muut kasuaalit aiheet. Aiheet ovat helposti lähestyttäviä ja monelle samaistuttavia. Koska tavoitteena on myös viihdyttää kuuntelijoita, jokaista jaksoa tehdään humoristisella vivahteella. Jaksot eivät saa olla liian pitkiä tai liian lyhyitä. Sopivaksi kestoksi yhdelle jaksolle päätettiin noin tunti. Jokainen jakso sisältää myös pienempiä kokonaisuuksia ja on niillä päätetty pienempiin osiin. Kuvasta 1 nähdään suunnitelmaluonnosta ensimmäisestä suunnittelukokouksesta, jossa päätettiin jaksojen sisältöä ja pituutta.



Kuva 1. Dokumentti ensimmäisen suunnittelupalaverin jälkeen.

Haastetta toi se, että koko podcast perustuu niin sanotusti hack-aiheiden ympärille. Hack-aihe tarkoittaa aihetta, joka on käytetty jo monta kertaa ja on usein helposti ennalta arvattava tarinan kulun osalta [11]. Tämän vuoksi kiinnostavuus täytyy luoda uusilla näkökulmilla. Molempien tekijöiden henkilökohtainen näkökulma pitää tuoda esiin persoonallisella ja kuuntelijaa miellyttävällä tavalla. Omasta kerrontatyylistä täytyy tehdä mielenkiintoinen ja antaa kuulijalle syy kuunnella.

Voidaan ottaa myös uusia näkökulmia asioihin esimerkiksi keskustelupalstoilta ja uutissivustoilta ja varsinkin niiden kommentteista. Näkökulmien esille tuominen kiinnostaa kuuntelijaa, ja kun omat ideat aiheesta loppuvat kesken, on sallittua ja jopa suotavaa turvautua internetin tarjontaan. Yleiset anonyymit keskustelupalstat tai uutisten kommenttikentät täyttyvät usein erilaisten ihmisten kommentteista, joilla on täysin erilaiset lähtökohdat asiaan. Näiden näkökulmien esille tuominen antaa aiheelle enemmän vaihtelevuutta ja värikkyyttä.

2.3 Viihdyttävyys

Kun tavoitteena on tehdä mahdollisimman monelle viihdyttävää sisältöä, täytyy tehdä tutkimusta. Pitää selvittää viihdyttävän juonnon kriteerit. Omat juontajaesikuvani ovat YleX:n aamun Ville Eerikkilä ja Juuso Kallio, joiden kerrontatyylillä olen seurannut jommon vuoden ajan. Heiltä olen myös pyrkinyt ottamaan hieman mallia, miten itse saisin kerrontaa yhtä luontevaksi.

Tutkin myös Ville Eerikkilän opinnäytetyötä, jossa hän on tehnyt tutkimuksen 15–29-vuotiaista. Tutkimuksessaan hän oli soittanut neljä erityylistä juontoa kohderyhmälle ja sen jälkeen kyselylomakkeen avulla kerännyt tietoa jokaisen juonnon hyvistä ja huonoista puolista. Tuloksista paljastuu piirteitä, joiden voidaan luonnehtia kuuluvan viihdyttävään juontoon. Tutkimuksesta paljastui, etteivät viihdyttävän kerronnan ominaisuudet ole rakettitiedettä, vaan ne voidaan koostaa tiettyjen elementtien ympärille. Itseironia ja itsensä niin sanottu nolaaminen on lähes aina viihdyttävää. Se inhimillistää juontajaa ja tekee hänestä helpommin samaistuttavan hahmon. Inhimillistäminen on tärkeää, koska juontajaa ei nähdä, jolloin häntä on vaikea kuvitella tavalliseksi henkilöksi. Spontaanit naurunpuuskat, jotka syntyvät luontevasta kerronnasta, miellyttävät kuuntelijan korvaa ja lisäävät kerronnan luontevuutta. Pelkkä uutisen lukeminen tai valmiin tarinan suora kerronta ei miellytä, vaan kuuntelija haluaa kuulla uusia mielipiteitä ja näkökulmia asiasta, jotta kiinnostavuus säilyisi. [11.]

Yllätysmomentit pitävät kuuntelijan varpaillaan ja samalla koukussa. Kuulijan koukkuun saamisen täytyy onnistua pelkästään äänen välityksellä ja luomalla jonkinlainen henkilökohtainen side. Esimerkiksi aamuradion juontajat, joita passiivisesti kuuntelee jokapäiväisten rutiinien ohella, kehittyvät vähän kuin kavereiksi, jotka ovat aamuisin paikalla. Samantyyppinen side voidaan luoda myös podcastien välityksellä.

3 Laitteet ja ohjelmat

3.1 Mikrofonit

Mikrofonia hankittaessa tutkittiin monia vaihtoehtoja, jotta löytyisi optimaalisin laite tarvittavaan käyttöön. Ensin oli valittava mikrofonityyppi. Äänituotantoon yleisesti käytetään dynaamisia ja kondensaattorimikrofoneja. Kondensaattorimikrofonit ovat erittäin herkkiä ja havaitsevat pienenkin taustäänen sekä kaukaiset äänet hyvin tarkasti. Niiden toimintatapa perustuu ulkopuolisella virtalähteellä muodostettuun sähkökenttään, jossa liikkuu sähköä johtava kalvo ja tämä saa aikaan sähkökentässä muutoksen. Kalvo on asetettu lähelle kiinteää metallilevyä, ja ne yhdessä muodostavat kondensaattorin. Herkkyytensä vuoksi ideaalein käyttöympäristö kondensaattorimikrofonille on häiriötön studio, jota käytössä ei ollut. Dynaaminen mikrofoni on monikäyttöisin vaihtoehto eikä liian herkkä. Lisäksi ne ovat kestäviä ja kestävät hyvin voimakkaita ääniä särkymättä. Dynaaminen mikrofoni ei vaadi ulkoista virtalähdettä, vaan siinä kelaan kiinnitetty kalvo liikkuu edestakaisin värähdellen magneettikentässä ääniaaltojen vaikutuksesta. Kelan päihin näin muodostuu samanlaista jännitteen vaihtelua kuin ääniaaltojen vaihtelu. Toimintaperiaate on päinvastainen verrattuna dynaamisiin kaiuttimiin. [12.]

Taustatutkimuksen jälkeen päädyttiin käyttämään äänityksessä kuvassa 2 näkyvää dynaamista mikrofonia, ja tarkemmin käyttöön päätyi Røden PodMic. Tämä mikrofoni on kehitetty nimenomaan podcastien optimaaliseen äänittämiseen. Mikrofonin sisään on rakennettu valmiiksi suodatin, joka pyrkii minimoimaan klusiilit ja iskunvaimennus estää ylimääräisen tärinän äänessä. Klusiili on äänne, joka syntyy, kun ilmavirta pysäytetään ääntöväylässä ja äkillisesti annetaan sen purkautua, esimerkiksi usein kovien kovia konsonanteja lausussa ääni paukahtaa ulos suusta. Hankintaan vaikutti myös merkkiuskollisuus valmistajaa kohtaan. Molemmilla tekijöillä oli aikaisempaa kokemusta australialaisen Røden tuotteista videokuvauksen yhteydessä, joten voitiin luottaa myös tämän mikrofonin laatuun.



Kuva 2. Røden podmic-mikrofoni [13].

Mikrofonit tarvitsivat myös toimiakseen kolminapaiset XLR-kaapelit, joita yleensä äänitekniikassa käytetään balansoidun kytkennän mahdollistamiseen. Balansoitua kytkentää kutsutaan myös symmetriseksi kytkennäksi, jossa usein pari kierretty signaali ja sen vastakkaisvaihteiseksi käännetty signaali kuljetetaan vierekkäisissä johtimissa. Johtimiin vaikuttavat ulkopuoliset sähkömagneettiset häiriöt ovat suurin piirtein samat. Vastaanotettaessa vastakkainen signaali käännetään jälleen ja molemmat signaalit yhdistetään. Tällöin vastakkaiset häiriösignaalit kumoavat toisensa ja varsinainen haluttu signaali kaksinkertaistuu. Ks. kaava 1. Tämän tekniikan avulla vältytään ylimääräiseltä häiriöltä myös pidemmissä kaapeleissa. [14.]

$$S + H - (-S + H) = 2S \quad (1)$$

S on signaali

$-S$ on vastakkaisvaiheinen signaali

H on häiriö

3.2 Äänikortti

Saatu ääni dynaamisesta mikrofonista on muutettava tietokoneelle sopivaan muotoon erillisen laitteen avulla. Äänikortti on laite, joka tietokoneeseen liitettynä lukee äänitulon kautta tulevan signaalin ja muuttaa äänen analogisesta muodosta digitaaliseen muotoon. Tällöin äänitiedostoa on mahdollista käsitellä koneella [15]. Ulkoinen äänikortti ohittaa automaattisesti tietokoneen oman sisäisen äänikortin, joka usein ei ole äänituotantoon kovinkaan laadukas. Äänikorttiin voidaan liittää mikrofonit, instrumentit, kaiuttimet, kuulokkeet ja muut ulkoiset laitteet. Insinööriyön äänityksessä tarvittiin vain kuulokkeet ja mikrofonit.

Äänikortteja on olemassa erittäin yksinkertaisia malleja ja monimutkaisempia suuren tuotannon malleja. Yksinkertaisimmissa laitteissa on vain kaksi ulostuloa, joiden avulla saadaan esimerkiksi toteutettua stereoäänenlähtö ja kaksi sisääntuloa, esimerkiksi mikrofonille ja kitaralle. Stereoäänellä tarkoitetaan äänentoistossa kahden kaiuttimen eli vasemman ja oikean sekä vähintään kahden äänikanavan käyttämistä. On olemassa myös yhden tulon äänikortteja kuten kuvassa 3 oleva 1-kanavainen PreSonus-merkkinen Audiobox iOne. Monimutkaisissa ammattikäytössä olevissa laitteissa tuloja ja lähtöjä saattaa olla useampia sekä jokaiselle niistä omat säädöt. Tällaisia laitteita käytetään yleensä suurissa konserteissa tai live-tapahtumissa. Kuvassa 4 on Yamahan 12-kanavainen äänikortti ammattimaisempaan käyttöön.



Kuva 3. PreSonus Audiobox iOne -äänikortti [16].



Kuva 4. Yamaha AR12c -äänikortti [17].

Äänityksessä käytettiin Røden Rødecaster Prota, joka on kehitetty nimensä mukaisesti optimaaliseksi podcastien äänittämiseen. Laitteessa on liitännät jopa neljälle mikrofoniille sekä neljä kuulokeliitaintä. Äänenvoimakkuuden liukusäätimellä eri mikrofoniin voimakkuuden muuttaminen oli helppoa, ja ne sai myös vaivattomasti samalle äänentasolle. Sisäänrakennettu muistikorttipaikka mahdollisti sen, että podcasteja oli mahdollista äänittää myös suoraan muistikortille [18].

Helppoutensa lisäksi kuvassa 5 nähtävässä Rødecasterissa oli mielenkiintoisia lisäominaisuuksia, joita ei kaikissa tutkituissa äänikorteissa ollut. Siinä on kahdeksan ohjelmoitavaa ääniefektipainiketta, joihin saa kätevästi tilanteisiin sopivia ääniefektejä. Tosin toisinaan ne olivat enemmän häiriöksi kuin hyödyksi, jos tunnelma sattui olemaan hieman levoton. Painikkeihin, joita myös pideiksi kutsutaan, sai helposti ohjelmoitua enemmän kuin yhden äänen, joten ei ollut huolta siitä, olisiko niitä tarpeeksi. Kätevän kosketusnäytön avulla painikkeiden ääniefektejä pystyi selaamaan ja vaihtamaan näkyville mielenkiintoisimmat efektit. Laitteeseen voi yhdistää myös puhelimen kätevästi Bluetoothin kautta. Tämä mahdollisti sen, että äänityksen aikana pystyttiin ottamaan puhelinyhteys johonkuhun studio ulkopuoliseen henkilöön.



Kuva 5. Røden Rødecaster pro -äänikortti [19].

3.3 Tietokone

Kun varsinaiset äänituotantolaitteiden ollessa kunnossa tarvitaan, tietokone prosessoimaan ja tallentamaan saatu materiaali. Käytössä oli sekä Windows-käyttöjärjestelmän sisältävä pöytätietokone, että kannettava Applen MacBook Pro. Molempien koneiden käytölle on perustellut syyt, ja koska myös mahdollisuus molempien käyttöön oli ei ollut tarvetta valita vain yhtä. Yleensä äänituotannossa molemmissa on omat positiiviset puolensa. Loppujen lopuksi on täysin käyttäjästä kiinni, kumpaa hän päätyy käyttämään. [20.]

Studio rakennettiin aina erilliseen paikkaan, joten äänityksessä käytettäväksi otettiin Applen MacBook pro vuosimallia 2015. Kone on kevyt ja helppo kuljettaa paikasta toiseen, joten se sopi tehtävään hyvin. Lisäksi jostain syystä Mac-käyttöjärjestelmän, äänityssovelluksen ja äänikortin yhdistelmä toimi paremmin, kuin jos äänityskoneena olisi käytetty Windows-pohjaista kannettavaa, joka oli toinen vaihtoehto. Jostain syystä Windows-kone ei tunnistanut äänikortin kaikkia tuloja ja lähtöjä automaattisesti, toisin kuin Mac. Syytä tähän ei lähdetty sen enempää selvittämään, koska helpompi vaihtoehto oli käyttää toista kannettavaa.

Pöytäkoneella päädyttiin tekemään suurin osan jälkikäsitellyssä sen tehokkuuden vuoksi. Windows-käyttöjärjestelmän sisältävä pöytäkone tarvitsi kuitenkin hieman päivitystä ennen sen käyttöä jälkituotannossa. Koneen RAM-muisti oli 16 GB, minkä takia se toimi nopeasti. RAM-muisti on koneen lyhytaikainen kirjoitusmuisti, ja se määrää koneen nopeuden suorittaa komentoja. Itse pitkäaikainen muisti ei ollut riittävä, jotta suuri kokoista äänitiedostoa olisi pystynyt koneella käsittelemään. Tämän vuoksi ennen projektin aloittamista koneeseen lisättiin yhden terabitin verran SSD-muistia. SSD säilöo pitkäaikaismuistin eli tiedostot ja ohjelmat. Lisäksi koneen virtalähde päivitettiin uudempaan malliin varmuuden vuoksi, koska se oli alkanut pitää epämiellyttävää ääntä. Virtalähteen rikkoutuminen voi aiheuttaa myös muiden tietokoneen komponenttien eli osien rikkoutumista.

Paljon jälkikäsitelyä helpotti myös se, että pöytäkoneessa oli kolme näyttöä. Tämän vuoksi kaikki tarvittava pystyttiin näyttämään samanaikaisesti. Yhdellä ruudulla auki oli editointiohjelma, toisella muistiinpanot ja kolmannella muistiinpanot editointiohjelman käyttämistä varten, koska editointiosaamista ei aluksi ollut paljoa. Päivityksen jälkeen kone myös toimi tehokkaammin, joten se sai toteutettua komennot paljon nopeammin kuin nauhoituksessa käytetty kannettavatietokone.

3.4 Sovellus

Äänittämistä ja editointia varten markkinoilla on tarjolla monia ilmaisia ja maksullisia ohjelmia. Täysin tuntematonta työkalua ei haluttu lähteä käyttämään, vaan pyrkimyksenä oli käyttää jotain, mitä on aiemmin tullut testattua. Audacity ja Adoben Audition ovat molemmat sellaisia ohjelmia, jotka olivat olleet käytössä aikaisemmin.

Audacity on alustasta riippumaton ilmainen äänen editointiin tarkoitettu sovellus, joka on ensimmäistä kertaa julkaistu vuonna 2000 [21]. The Audacity Team on kehittänyt sovelluksen, ja se on GPL-lisensoitu. GPL eli General Public License on vapaan ohjelmiston lisenssi. Tämä tarkoittaa, että kuka tahansa voi käyttää, kopioida, muuttaa ja jakaa edelleen kyseisiä ohjelmia ja niiden lähdekoodia. Lisenssi seuraa myös muokatun sovelluksen mukana [22]. Audacity on ollut suosittu jo pitkään sen ilmaisuuden ja helppokäyttöisen käyttöliittymän vuoksi. Se sisältää kaikki vaadittavat ominaisuudet podcastin tekemistä varten.

Audition on Adoben kehittämä digitaalinen äänityöasema, joka on julkaistu ensimmäistä kertaa vuonna 2003. Siinä on samat perusominaisuudet podcastin käsittelyyn kuin Audacityssakin. Sovellusta kuitenkin pidetään korkealuokkaisena ja ammattitasoisena äänenmuokkausohjelmana, koska siinä on kuukausittainen maksu ja monipuolisesti ominaisuuksia. On lähes mahdotonta löytää ominaisuutta, jota ohjelmassa ei ole. [23.] Kokemuksen ja laitteen luotettavuuden vuoksi päädyttiin käyttämään Adoben Auditionia. Ohjelma oli mieluisa sekä äänittäessä että editoinnissa, ja lisäksi sen käyttöliittymä miellytti. Ohjelma oli ollut myös useammin käytössä kuin Audacity, joten sen käyttöä ei tarvinnut paljon opetella uudelleen.

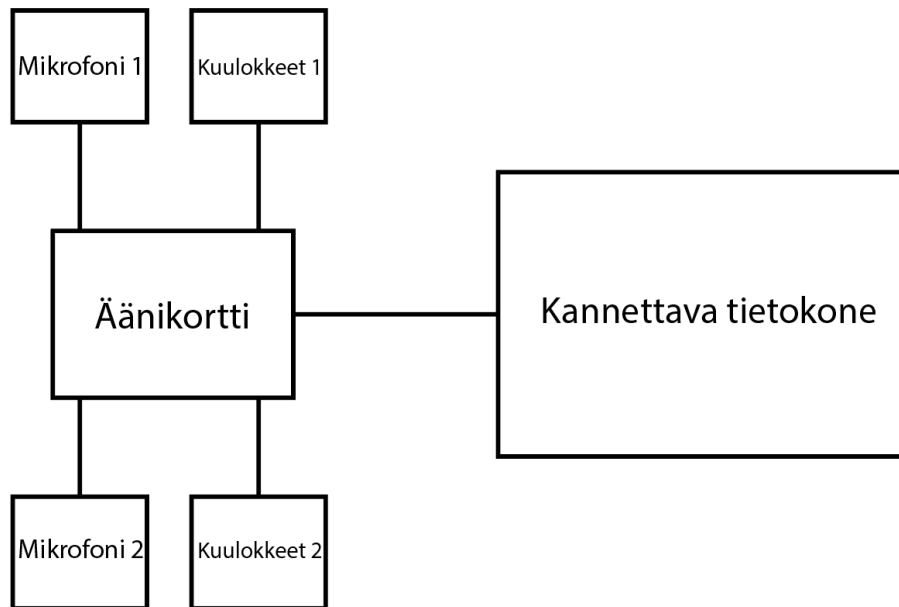
4 Äänitys

4.1 Studion asetelma

Pelkästään laadukkaat laitteet eivät takaa onnistunutta äänityssessiota, myös studion asetelmaan on kiinnitettävä huomiota. Tilasta pyritään luomaan mahdollisimman tehokas ja laitteet asettelemaan niin, että mahdollisimman vähän häiriötä syntyy. Häiriöt voivat olla äänen laatuun vaikuttavia tekijöitä tai käytännöllisyyteen vaikuttavia, kuten tiellä olevat liian pitkät johdot. Laitteiden välillä kulkevien johtojen on käytännöllisyyssyistä ja häiriöiden minimoimisen kannalta oltava mahdollisimman sopivan mittaisia. Monien sähkölaitteiden kanssa työskenneltäessä on varmistettava, että ne eivät luo häiriötä keskenään, mikä saattaisi myöhemmin kuulua ikävänä taustaaänenä nauhoituksessa. Studiotila ei myöskään saa olla liian kaikuva. Tilan kaikua voidaan vähentää erilaisilla akustiikkalevyillä tai raskailla ääntä vaimentavilla verhoilla ja matoilla.

Oma studio rakennettiin tukevalle pöydälle, ja se koostui kuvan 6 mukaisesti. Pöydän molempiin päätyihin kiinnitettiin mikrofonit, jotka sai helposti taitettavilla mikrofonijaloilla ruuvattua pöytään kiinni. Jaloissa oli kolme liikkuvaa niveltä, joiden avulla mikrofoneja pystyi liikuttamaan kätevästi. Mikrofonien johdot pyöritettiin jalkojen ympärille, jotta ylimääräistä ei roikkuisi. Johtojen paikoilleen kiinnittäminen esimerkiksi teipin avulla olisi myös tehnyt äänitysympäristöstä turvallisemman, jolloin ylimääräiset johdot eivät olisi olleet tiellä. Koska äänitys tehtiin omassa keittiössä, ei näin kuitenkaan tehty, koska se

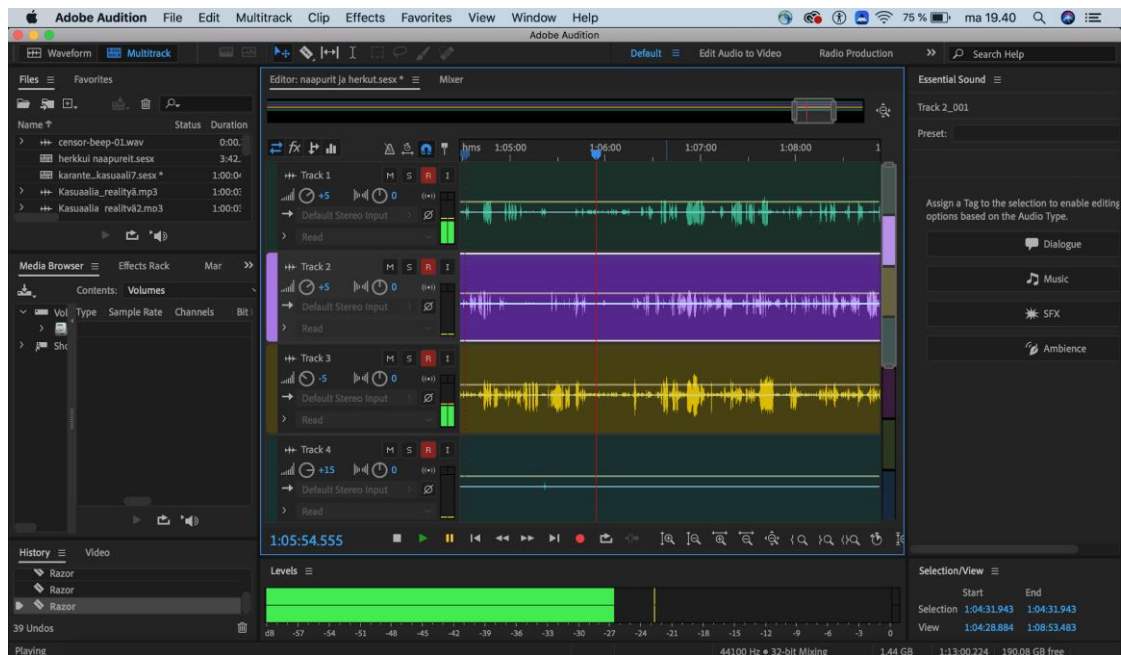
olisi lisännyt liikaa ylimääräistä työtä studiota purkaessa ja kootessa. Äänityksen aikana molemmilla oli tietokoneet helposti esillä muistiinpanojen vuoksi. Toista konetta käytettiin samalla äänittämiseen ja sen seurantaan, ja toisella oli mahdollista helposti hakea tietoja aiheeseen liittyen.



Kuva 6. Tekninen kaavio kotistudiosta.

4.2 Äänittäminen

Laitteiden ollessa fyysisesti paikoillaan ne täytyi vielä määrittää ja liittää toisiinsa. Mikrofoneista ja kuulokkeista kulki johdot äänikorttiin, joka taas yhdistettiin USB-kaapelilla kannettavaan tietokoneeseen. Kannettavalla avattiin äänittämiseen käytetty Audition-sovellus. Sovellus tunnistaa automaattisesti USB-portissa kiinni olevan äänikortin ja sen lähtö- ja tuloliitännät. Auditionin asetuksista määritetään äänityksen sisääntuloksi Rodecster. Tämän jälkeen aloitetaan uusi moniraitaprojekti, jolle itse äänitys tapahtuu. Moniraitaprojektissa jokainen sisääntulo tallennetaan omalle ääniraidalle eikä samalle, kuten kuvasta 7 nähdään.



Kuva 7. Adobe Auditionin näkymä kuunneltaessa materiaalia.

Jokaiselle raidalle määritetään, mitä äänilähdettä se kuuntelee. Jokaisen raidan sisääntulovalikossa näkyy valmiiksi Rodecasterin sisääntuloportit, ja niistä valittiin ne portit, joihin mikrofonit oli liitetty. Kumpikin mikrofoni laitettiin omille raidoille. Toisille raidoille laitettiin tilanteen mukaan muita äänilähteitä. Aikaisemmin mainittiin, että Rodecasterissa on ääniefektipainikkeita. Ne saadaan myös moniraitaprojektissa omalle raidalle. Painikkeet saatiin äänitettyä laittamalla lähteeksi pelkästään Rodecaster, koska painikkeet oli sisäänrakennettu laitteeseen. Bluetooth-sisääntulo saatiin myös haluttaessa omalle raidalle. Kun kaikki sisääntulot oli määritelty ja testattu toimiviksi, ei enää tarvinnut muuta kuin painaa nauhoita, painiketta.

Kun studioasetelma oli pystytetty ja laitteet määritetty valmiiksi laitettiin nauhoitus saman tien käyntiin. Nauhoituksen alkuun tuli tällöin paljon tyhjää ja turhaa äänitystä, mutta välillä saatiin tallennettua joitakin aidosti spontaaneja ja hauskoja kohtia, joita voitiin liittää sopimaan valmiiseen podcast-jaksoon.

Äänittäessä on otettava huomioon monia asioita, jotka vaikuttavat äänityksen laatuun. Hyvin äänitetty materiaali on helpompi editoida jälkituotantovaiheessa. Vaikka laitteisto ja ohjelmisto olisi kuinka laadukasta, niin äänittäjässä voi olla vika tässäkin tapauksessa. Hyvin ja selkeästi tuotettu puhe ja ylimääräisten taustäänien minimointi edesauttavat tulevaa työmäärää editoinnissa. Aina kaikki ei onnistu täydellisesti, mutta etukäteen suunnittelu helpottaa lähetyksen tekemistä huomattavasti. Muistiinpanot on hyvä olla

tehtynä valmiiksi, ja ne on myös hyvä käydä läpi yhdessä ennen äänittämisen aloittamista. Omissa äänityssessioissa käytettiin tätä ohjetta vasta muutaman äänityksen jälkeen, ja eron jälkituotannossa huomasi heti. Kun äänityksen kulkua ei etukäteen ollut sovittu, se aiheutti paljon leikkaamista ja äänipätkien uudelleen sijoittelua. Valmiiksi suunniteltu aihe on myös helpompi ja luontevampi keskustella läpi mikrofonin. [24.]

5 Jälkituotanto

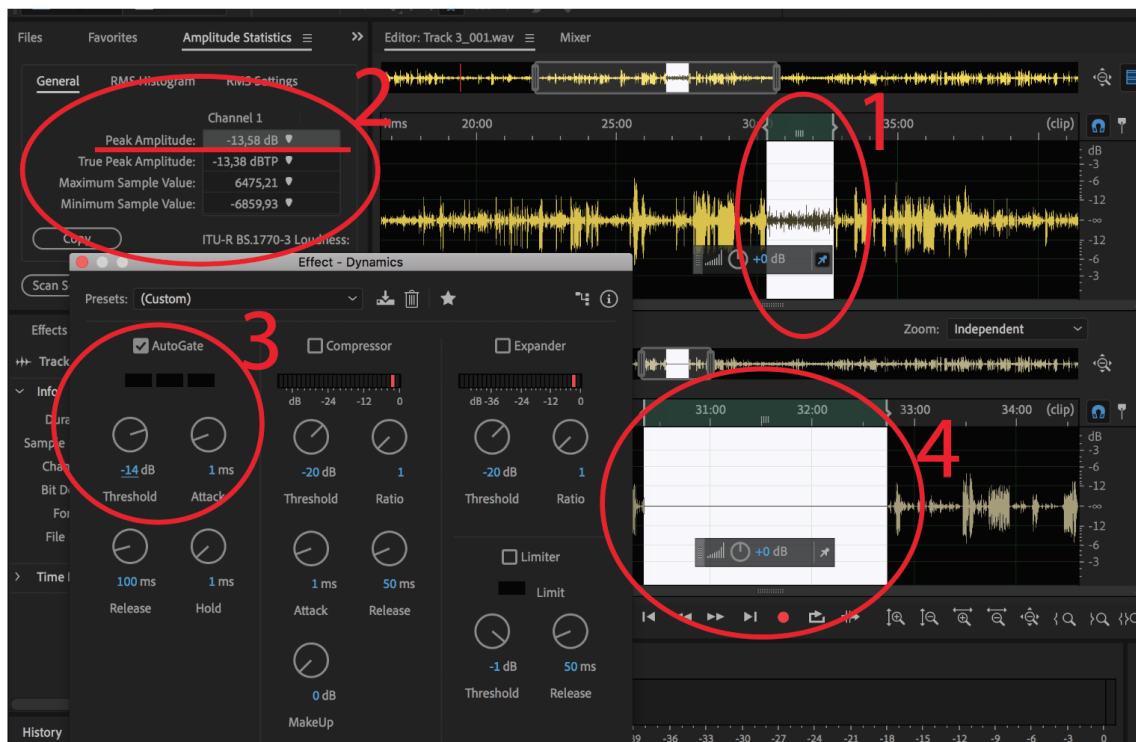
5.1 Editointi

Tallennettu äänite täytyy useimmiten editoida eli muokata ennen julkaisua, ellei tarkoitus ole luoda täysin rehellistä ja hiomatonta julkaisua. Koko nauhoitus on hyvä aluksi kuunnella kokonaan läpi muistiinpanoja ja huomioita muistiin kirjoittaen. Muistiinpanoja tehdessä on hyvä kirjata valmiiksi kohdat, joihin välisoitot halutaan, ja kirjata, mitkä kohdat eivät ole tarpeellisia. Epämieluisat kohdat, kuten pitkät hiljaisuudet, taustahäiriöt, artikuloitongelmat ja aiheen ulkopuoliset keskustelut, voi tässä vaiheessa leikata pois. Aiheiden järjestystä ja kerronnan kulkua voi myös muokata mieluisammaksi editointivaiheessa.

Monissa podcasteissa, joita on kuultu, on esiintynyt välisoittoja. Niillä saa kätevästi eroteltua eri aiheita toisistaan ja ilmoitettua samalla kuuntelijalle, että aihe muuttuu, tai annettua kuuntelijalle hyvän kohdan pitää taukoa kuuntelusta. Podcastin tunnusmusiikit ja välisoitot loi kokonaan henkilö, joka oli jo pidempään työskennellyt musiikkituotannon parissa. Käytössä oli alkuun ja loppuun kuuluva tunnusmusiikki ja kaksi noin kolmen sekunnin pituista välisoittoa, jotka olivat molemmat vaihtelevasti käytössä.

Kun nauhoitus on kuunneltu kokonaan läpi, voidaan aloittaa itse editointi. Laitteita valittaessa ja äänitysvaiheessa tehtiin hyviä päätöksiä, koska ne vähensivät jonkin verran editointiin käytettävää aikaa. Dynaamisten mikrofonien ansiosta taustäänien vuoto oli lähes olematon, joten siitä ei tarvinnut erikseen muokata pois. Kerran äänityksessä oli mukana myös kolmas henkilö, jolla oli käytössä kondensaattorimikrofoni, ja siinä oli vahvasti ei-haluttua taustääntä mukana. Kyseiselle ääniraidalle oli tallentunut mikrofonin takia myös kahden muun henkilön puheet. Tästä

aiheutuu kaiku valmiiseen tuotokseen, jos sitä ei käsitellä. Ongelmien editoiminen pois on kuitenkin tehty helpoksi Adobe Auditionin työkalujen avulla. Aluksi valitaan äänitteestä kohta, jossa on ei-haluttuja ääniä. Kuvassa 8 ympyrän numero 1 sisällä näkyy valittu kohta. Valitun kohdan korkein voimakkuus halutaan selvittää, ja se saadaan tehtyä työkalun “Amplitude statistics” avulla eli voimakkuuden tilastot -työkalu. Kuvassa ympyrän 2 kohdalla näkyy, että pätjän korkein voimakkuus on -13,58 dB. Luku näkyy miinuksena, koska se ilmaistaan poikkeamana keskikohdasta. Tämän poikkeaman tasaamalla päästään eroon ei halutusta äänestä. Kuvassa näkyvän ympyrän 3 sisällä on työkalu, jossa on kohta “threshold” eli kynnyisarvo. Siihen asetetaan suurin piirtein sama luku, mikä saatiin aikaisemmasta kohdasta. Muutos aiheuttaa ympyrän 4 sisällä näkyvän poikkeamien katoamisen. Tämän jälkeen asetetaan pienelle pätkälle tehty asetemuutos koko äänitteelle. Näin ei-haluttu taustaääni mikrofonista saadaan poistettua. Samalla saadaan myös ylimääräiset hiljaiset saman voimakkuuden muutkin häiriöt poistettua.



Kuva 8. Häiriöiden käsittely nauhoitteesta.

Luvussa 4 mainittiin, että henkilökohtaisesti säädän mikrofonien ja muiden sisääntulojen äänenvoimakkuudet vasta editointivaiheessa. Äänityksen aikana saatettiin liikkua aika paljon, joten mikrofoniiin tuli puhuttua eri kohdista. Tämä vaikutti äänenvoimakkuuteen, koska dynaamiset mikrofonit eivät tallenna ääntä niin herkästi, joten pienetkin muutokset siinä, mistä kohtaa mikrofoniiin puhutaan, saattavat vaikuttaa selkeästi. ”Multitrack

mixdown” eli moniraitainen projekti mahdollistaa, että jokainen ääniraita on valmiiksi eriteltynä ja näin jokaiselle raidalle on mahdollista määrittää sopiva voimakkuus. Raidat, jotka äänittivät puhetta, täytyi käydä tarkemmin läpi ja mahdollisesti määritellä leikkaustyökalulla eri kohtiin eri äänenvoimakkuus. Puheääni laitettiin tässä vaiheessa suurin piirtein samalle tasolle ja varmistettiin, etteivät ääniefektit ja välisoitot olleet liian kovalla. Jokaisen raidan alussa on yksinkertainen säätö, jota yksinkertaisesti vetämällä saadaan voimakkuutta hiljemmalle tai kovemmalle.

Äänen laadun ja voimakkuuksien ollessa kunnossa pystyttiin aloittamaan kerronnan kulun muuttaminen. Tässä hyvänä työkaluna toimi leikkaustyökalu, jolla valittiin ääniraidasta haluttu pätkä ja se siirrettiin yksinkertaisesti vetämällä haluttuun kohtaan podcastia. Vaihe toistettiin jokaisen halutun pätkän kohdalla, kunnes koko kokonaisuus oli halutussa järjestyksessä. Nyt podcast oli tallentamista vaille valmis.

5.2 Valmiin tuotoksen vienti

Editoinnin ja haluttujen muokkauksen jälkeen ääni on tallennettava koneelle, mitä myös vienniksi kutsutaan. Käytettiin kahta tapaa tämän tekemiseen, mutta jälkimmäistä tapaa voisi luonnehtia hieman ammattimaisemmaksi. Editointia harjoitellessa kärsivällisyyttä ei löytynyt sen verran, että olisin paljon kiinnittänyt huomiota tallennustapaan. Yksinkertaisesti editoinnin ollessa valmis sai sen kätevästi tallennettua MP3-muotoon vientityökalulla. Tästä syntyi usein ongelma, jonka huomasi tallennettua tiedostoa kuunnellessa. Usein tiedosto oli joko liian hiljainen, vaikka kaiuttimien äänenvoimakkuus oli isolla, tai toisinpäin. Ongelman sai korjattua muuttamalla jokaisen ääniraidan volyymitasoa kovemmalle ja tallentamalla sen taas tällä tyylillä uudestaan. Tämän tavan käyttö ei ole järkevää, vaikka loppujen lopuksi saakin julkaisukelpoisen tuotoksen.

Oikea hieman ammattimaisempi tapa on ensin muuttaa koko moniraitasessio WAV-tiedostoksi ohjelman sisällä. WAV on yksinkertainen äänen tallennukseen käytetty tiedostomuoto, joka ei sellaisenaan ole hyvä isojen tiedostojen käsittelyyn. Tallennuksen jälkeen käytetään työkalua ”Match volume” eli äänentasaus, jolla saadaan koko nauhoitteen volyymitaso tasapainotettua yhtä voimakkaaksi. Tämän jälkeen tiedostolle on hyvä määrittää metadatatiedot. Metadata eli kuvailutieto on tiedoston mukana kulkeva tieto. Määriteltyjä metatietoja ovat yleensä kappaleen nimi, artisti, albumi ja kuvaus. Nämä tiedot siirtyvät tiedoston mukana ja esimerkiksi kannettavalle laitteelle

tiedostoa siirtäessä. Kannettava laite osaa lukea tämän ja näin pystyy näyttämään sitä. Podcastille määritetyt tiedot olivat jakson nimi, podcastin nimi ja jakson kuvaus. Tämän kaiken tehtyä tiedoston voi suoraan tallentaa koneelle haluamanaan muotona. Podcast tallennettiin MP3-tiedostomuotona, joka on yleinen toimiva tiedostomuoto suuremman äänitiedoston jakamiseen.

6 Julkaiseminen

6.1 RSS-syöte

RSS-syöte eli *Really Simple Syndication* on päivittyvän sisällön julkaisuun käytettävä syöte. Kuten podcastien historiaa läpikäydessä kerrottiin, RSS-syötteen avulla voidaan jakaa multimediaa, kuten ääntä. RSS-syöte pohjautuu XML-kieleen. XML tulee sanoista *Extensible Markup Language*, joka on merkintäkieli [25]. Yksinkertaisuudessaan RSS-syöte on sivullinen koodia, joka sisältää kaiken informaation jaettavasta tiedostosta. Esimerkkikoodissa 1 nähdään yksinkertainen versio RSS-syöttestä. Esimerkissä on Podcast Solution -podcastin yhden jakson RSS-syöte. Syöte sisältää linkin podcastiin, jakson nimen, jakson kuvauksen, kertojan nimen, julkaisupäivän ja tärkeimmän <enclosure>-eli kotelointitunnisteen. Kyseisin tunnisteiden sisällä on linkki jakson tiedostomuotoon ja sen perustiedot, jotta julkaisualusta osaisi käsitellä sen oikein. [26.]

Kasuaalisti-podcastin RSS-syötteeseen johtava linkki nähdään esimerkkikoodin 2 kohdalla. Linkin takaa löytyy samankaltainen koodi kuin esimerkissä 1, mutta sinne päivittyvät jokaisen jakson tiedot, kun ne ladataan palvelulle, joka säilöo podcast-tiedostoja. Näin pelkästään kyseisen lyhyen osoitteen jakaminen julkaisualustoille riittää siihen, että ne pääsevät hakemaan uusimmat podcast-jaksot toistettavaksi alustalleen.

```
<title>Podcast Solutions Podcast</title>
  <link>http://www.podcastolutions.com</link>
  </description>Everything you need to know about
  podcasting. Based on the best-selling book,
  Podcast Solutions.<description>
  <pubDate>Wed, 04 Apr 2007 20:26:38 -0700</pubDate>
  <item>
    <title>#1: Welcome to The Podcast Solutions
    Podcast!</title>
```

```

<description>
This is the first edition of our new podcast, to serve as an
ever-updating addition to our book, Podcast Solutions.
If
you have any questions or comments, or you just want
to
say hello, please drop us a line.
</description>
<author> pill@podcastsolutions.com (Michael Geoghegan
and Dan Klass)</author>
- <pubDate>Wed, 06 Apr 2005 20:26:38 -0700</pubDate>
<enclosure
url=http://www.podcastsolutions.com/podcasts/PS05_04_05.mp3
length="14830355" type="audio/mpeg"/>
</item>

```

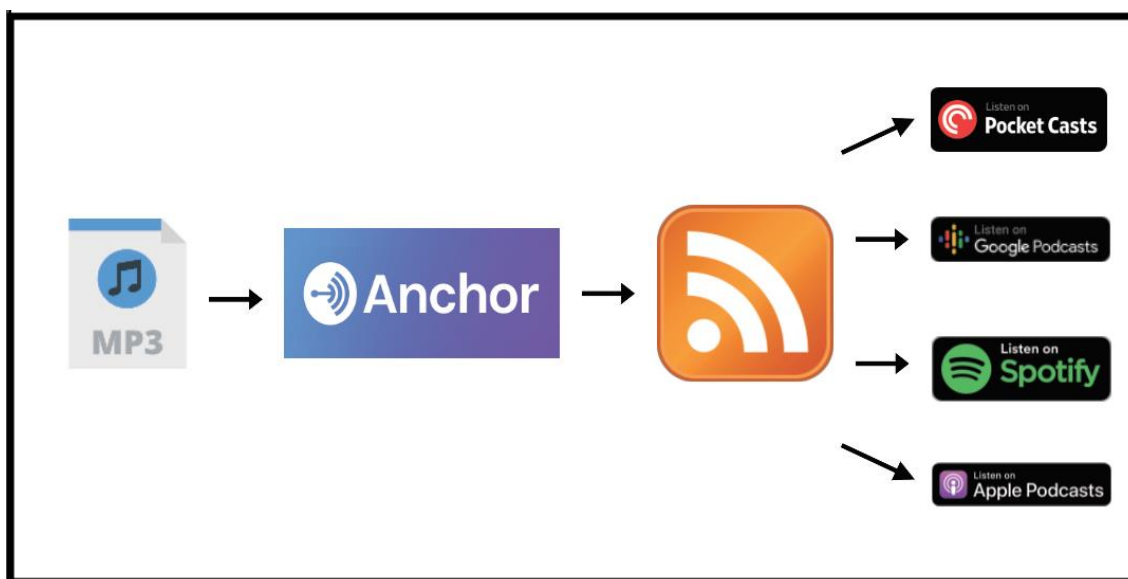
Esimerkkikoodi 1. RSS-syöte [2].

<https://anchor.fm/s/12a1c298/podcast/rss>

Esimerkkikoodi 2. Kasuaalisti-podcastin RSS-syötteen osoite.

RSS-syötteen luomiseen on onneksi olemassa valmiita palvelintilaa tarjoavia palveluita eli sivuja, jotka säilyttävät podcastin tiedoston. Julkaisualustalta päästään tähän tiedostoon käsiksi RSS-syötteen avulla. Soundcloud ja Anchor ovat sivuja, joille voi luoda oman profiilin ja ladata sinne äänisisältöä. Profiilista luodaan RSS-syöte (ks. esimerkkikoodi 2), jonka voi sivulta kopioida edelleen jaettavaksi. Alustat, joille RSS-syöte on jaettu, saavat nyt kaiken sisällön, mitä alkuperäiselle luodulle profiilille ladataan.

Anchorin profiilin avulla pystytään RSS-syöte lähettämään suoraan kahdeksalle eri kuuntelualustalle ilman, että niille pitää erikseen luoda omaa profiilia. Kuvassa 9 nähdään, miten MP3-tiedostosta tehdään RSS-syöte, jonka logo on oranssivalkoinen, ja kyseinen syöte viedään eteenpäin julkaisualustoille.

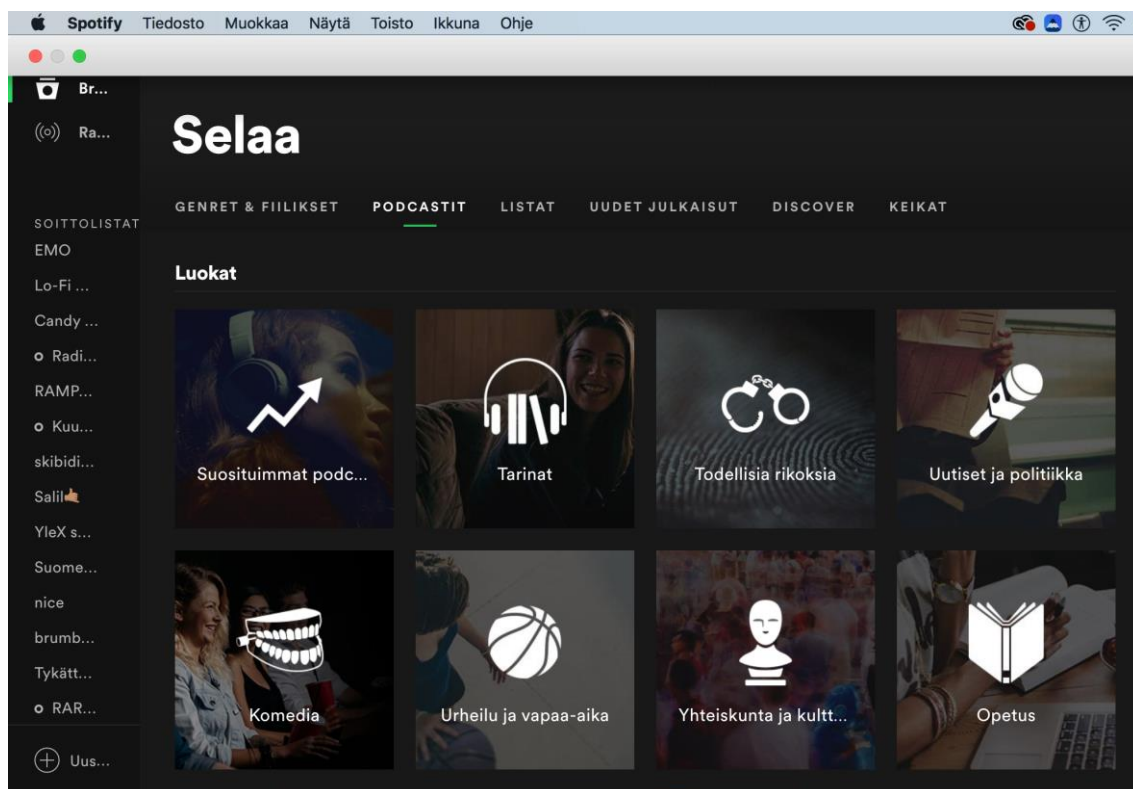


Kuva 9. MP3:sen matka julkaisualustalle.

6.2 Julkaisualustat

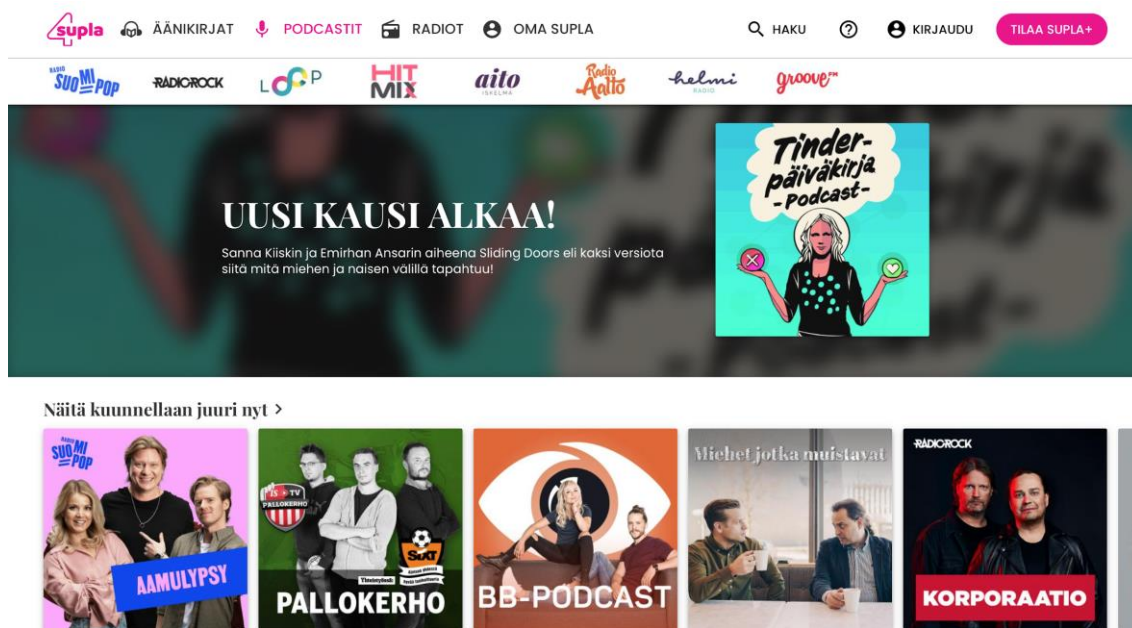
Podcastien yleistyminen on tuonut markkinoille myös monia alustoja, joilla julkaisu on mahdollista. Anchorin avulla on mahdollista jakaa suoraan kansainvälisesti yleisimmille podcastien kuuntelualustoille, kuten Spotifyhin, Apple podcastiin ja Google podcastiin. Kotimaisia alustoja podcastien kuunteluun ovat esimerkiksi Supla, Yle Areena ja RadioPlay. Jokainen näistä on suuren suomalaisen mediatalon alainen alusta. Kaupallisille alustoille, kuten esimerkiksi Suplaan ja RadioPlayhin, täytyy erikseen hakea. Anchorin kautta julkaistaville alustoille riittää vain profiilin luonti ja sisällön lataaminen.

Kuvassa 10 nähtävä sovellus on Spotify, jota käyttää kuukausittain 320 miljoonaa kuuntelijaa [27]. Podcastit-välilehdeltä voi selata teemoittain erilaista kuunneltavaa, ja tätä kautta voi löytää myös uusia podcasteja kuunneltavaksi. Spotify on yksi kahdeksasta kuuntelualustasta, joille Anchor tekee automaattisesti profiilin ja jakaa sinne jokaisen ladatun jakson. Palvelu on julkaistu vuonna 2008, ja se on kehitetty Ruotsissa. Spotify on kehitetty monelle järjestelmälle yhteensopivaksi, ja sitä voi käyttää myös ilmaiseksi [28]. Tämän vuoksi potentiaalisia käyttäjiä on monia, joten jaksoja mainostaessa jaetaan suoria linkkejä Spotifyhin. Apple ja Google podcastien ongelmana on se, että palvelut on kehitetty puhelinkäyttöjärjestelmille, joten ne ovat optimaalisia käytettäväksi vain kyseisen puhelimen omistaville käyttäjille.



Kuva 10. Spotify. Podcastien selausvalikko [29].

Yksi Suomen tunnetuimpia podcastin kuuntelualustoja on kuvassa 11 nähtävä Supla. Supla on Sanoma Oyj -konsernin alainen kaupallinen podcastien, radion ja äänikirjojen suoratoistopalvelu. Kuukaudessa se tavoittaa satojatuhansia käyttäjiä [30], joten alustalle pääsy toisi helposti ja nopeasti näkyvyyttä. Suplan podcasteja ei tosin voi suoraan ladata omalle laitteelle, vaan ne täytyy kuunnella suoraan internetsivuilta tai mobiililaitteelle ladattavasta sovelluksesta. Suplaan päästäkseen podcastilla täytyy olla jo valmis kuuntelijaryhmä tai sen pitää olla joukosta erottuva. Kaupallisuuden vuoksi Suplaan valitaan vain ne podcastit, jotka toisivat Suplalle lisää käyttäjiä. Supla myös mainostaa sinne päätyviä podcasteja näkyvästi, joten hyötysuhde on alustalla molemminpuolinen [30].



Kuva 11. Supla. Podcastien etusivu [31].

Jakso.fi, jonka podcastien listaussivu on nähtävissä kuvasta 12, on suomalaisiin podcasteihin keskittyvä sivusto, joka avattiin vuonna 2015. Jokainen suomalainen podcastin tekijä voi lähettää sinne oman podcastin tiedot ilmaiseksi. Palvelun etusivulle ilmestyvät aina uusimmat podcast-jaksot riippumatta niiden tunnettuudesta. Sivua kuvaillaan suomalaisten podcastien-yhteisöksi, jossa jaetaan podcast-aiheisia artikkeleita ja jota luonnehditaan kiinnostavien podcastien verkostoksi [32]. Sivulta itseltään ei podcasteja pysty kuuntelemaan, mutta sieltä löytyvät suorat linkit alustoihin, joilla kiinnostavan podcastin kuuntelu on mahdollista. Jakso on ilmainen palvelu, jonka on kehittänyt helsinkiläinen podcast-tuotantoyhtiö Jaksomedia. Yhtiön tarkoituksena on edistää podcastien asemaa Suomessa julkaisemalla Jakson omia podcasteja ja kirjoittamalla artikkeleita aiheeseen liittyen [32].

Suomalaiset podcastit

Tälle sivulle on koottu suomalaiset podcastit. Lisäykset voi ilmoittaa [lomakkeella](#).



[0-100 \[nolla viiva sata\]](#), uusin jakso 9.4.2020 – tilaa: [RSS](#), [Apple-podcastit](#) – [\(ohje\)](#)



[007 Travelers](#), uusin jakso 1.1.1970 – tilaa: [RSS](#), [Apple-podcastit](#) – [\(ohje\)](#)



[10 myyttiä yhteiskunnasta](#), uusin jakso 20.10.2020 – tilaa: [RSS](#), [Apple-podcastit](#) – [\(ohje\)](#)



[10X Finland Podcast](#), uusin jakso 29.4.2020 – tilaa: [RSS](#), [Apple-podcastit](#) – [\(ohje\)](#)

Kuva 12. Jakso.fi. Kooste suomalaisista podcasteista [33].

6.3 Markkinointi

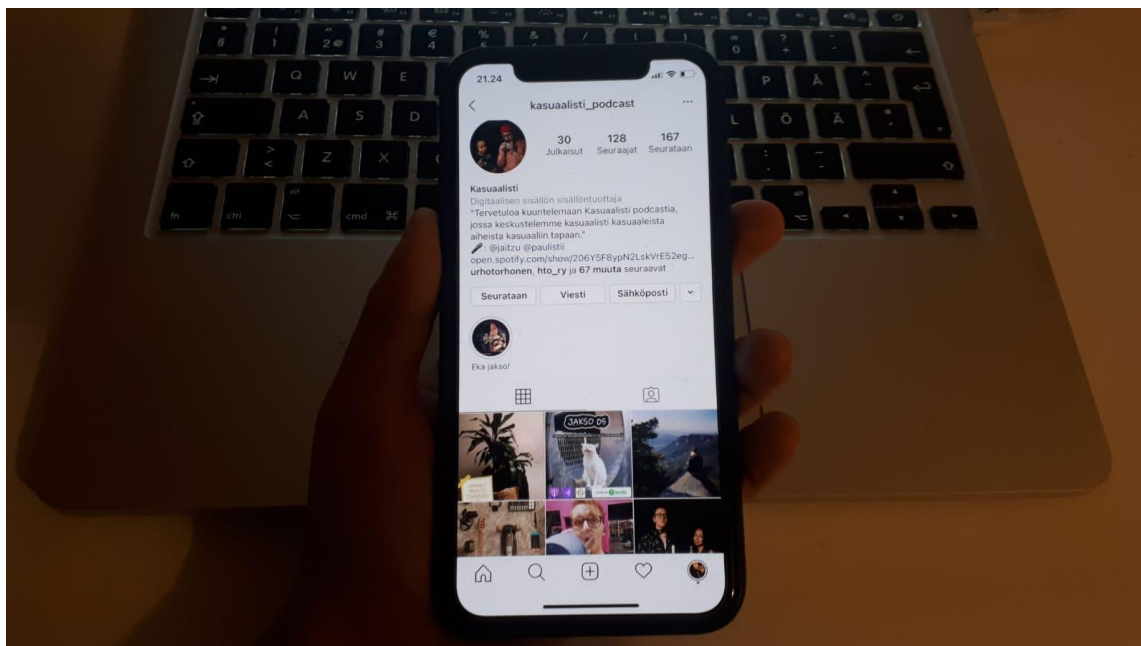
Valmis podcast-lähetys ei automaattisesti saavuta kohdeyleisöä, joten sen eteen on tehtävä myös oma määränsä työtä. Nykymaailmassa, jossa podcast-lähetys on useita ja kaikki kilpailevat näkyvyydestä, on panostettava erittäin paljon mainontaan, jotta podcastista saataisiin menestyvä. Sosiaalinen media on yksi markkinoinnissa käytettävistä keinoista, jolla on helpointa aloittaa näkyvyyden tavoittelu hyvissä ajoin. Yleisimpiä käytössä olevia alustoja ovat Instagram, Facebook ja viime aikoina suosiota kasvattanut TikTok. Jokaista alustaa on hyvä käyttää aktiivisesti, koska jokaisella niistä on oma käyttäjäryhmä.

Facebook on näistä sosiaalisista medioista vanhin, ja se on julkaistu vuonna 2004. Monella yrityksellä ja julkisuuden henkilöllä on Facebook-profiili, jota yksityiset henkilöt voivat seurata. Näillä sivuilla julkaistaan uutisia, mainoksia ja ylipäättään sisältöä, joka voisi kiinnostaa profiilia seuraavaa käyttäjää. Yritysprofiili on samankaltainen kuin yksityishenkilönkin, joten yhteyden kohderyhmään saa kehitettyä helpommin [34].

Nykyään lähes jokaisella yrityksellä on vähintään verkkosivu tai Facebook-sivu, koska sinne on helppoa laittaa perustiedot ja ylläpitäjän on helppoa päivittää sinne tietoa.

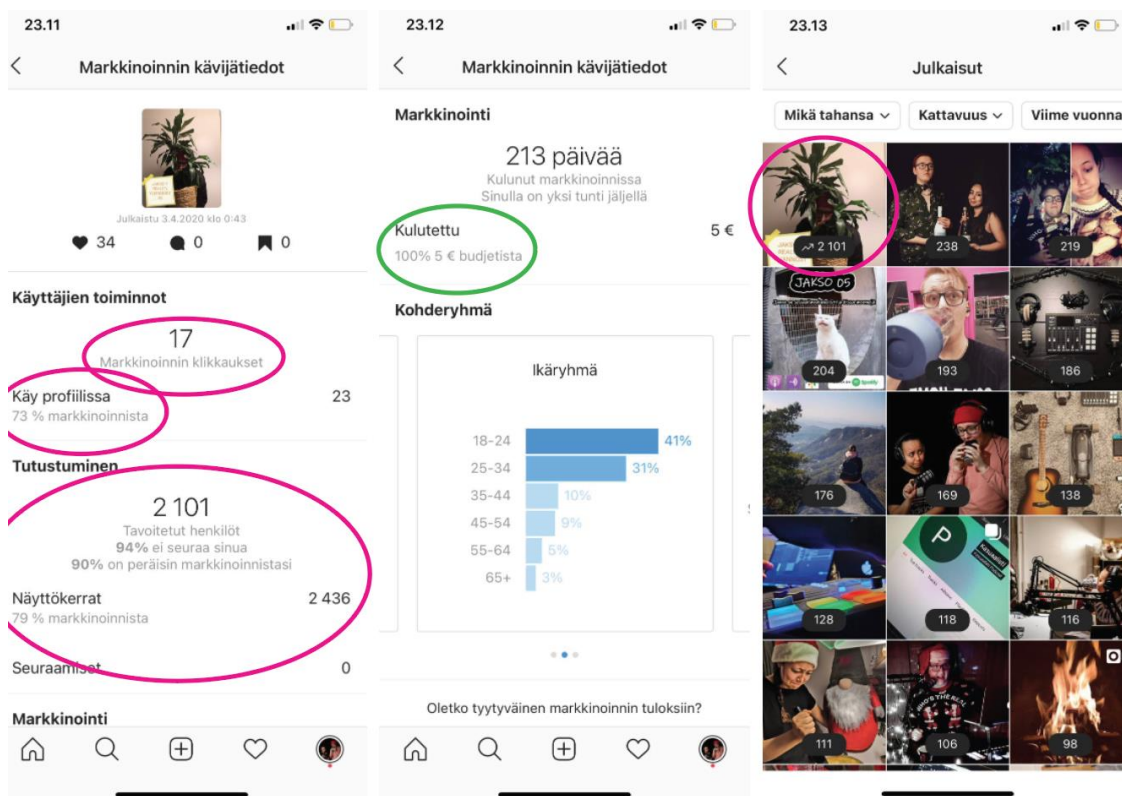
Nykyään Facebookin omistuksen alainen vuonna 2010 julkaistu Instagram on helppo mainostusalustana käytetty sosiaalinen media. Instagram on kuvienjakopalvelu, jossa yksityiset käyttäjät, julkisuuden henkilöt ja yritykset voivat jakaa sisältöä omaan profiiliinsa ja mainostaa itseään. Instagramilla on kuukausittain yli miljardi käyttäjää, ja vuonna 2014 tilastojen mukaan sinne ladattiin päivittäin yli 70 miljoonaa kuvaa ja videota [35].

Omaa näkyvyyttä voi lisätä käyttämällä avainsanoja, joita kutsutaan myös tageiksi. Niitä pääsee helposti käyttämään lisäämällä sanan eteen ristikkomerkin eli ruudun. Kuva, johon avainsanoja on liitetty, pääsee samalle sivulle muiden kuvien kanssa, jossa on käytetty samaa avainsanaa. Näitä kuvia voi yksinkertaisesti hakea Instagramista kirjoittamalla hakukenttään kyseisen avainsanan. Esimerkiksi avainsanalla "podcast" löytyy 14,4 miljoonaa kuvaa. Oma kuva ei välttämättä saa haluttua näkyvyyttä niin monen kuvan joukosta, mutta mitä enemmän tykkäyksiä kuva saa sitä paremmaksi nousevat sen mahdollisuudet saada enemmän näkyvyyttä avainsanan hakutuloksissa. Avainsanojen käytössä kannattaa kuitenkin pitää kohderyhmä mielessä. Englanninkieliset avainsanat eivät välttämättä ole suomenkieliselle podcastille edustavimpia, joten sen sijaan, että avainsanana on "podcast", kannattaa harkita "suomipodcast"-merkinnän käyttöä. Tällä avainsanalla on Instagramissa 1 000–10 000 kuvaa, ja se tavoittaa pelkästään suomenkielisiä kuuntelijoita. [36.] Kasuaalisti-podcastin Instagram-julkaisut, jotka näkyvät kuvassa 13, pyrkivät käyttämään juuri suomalaisille podcastin kuluttajille kohdennettuja avainsanoja.



Kuva 13. Kasuaalisti-podcastin Instagram-sivu.

Niin kuin Facebookissa, myös Instagramissa voi käyttää tehostettua mainontaa ja maksaa julkaisun näkyvyydestä. Tämä on yleinen ja edullinen tapa markkinoida ja voi lyhyessäkin ajassa tuoda tuhansia uusia näyttökertoja sisällölle. Tehostetut julkaisut saadaan näkymään myös niille käyttäjille, jotka eivät podcastin sosiaalista kanavaa seuraa. Kuvassa 14 on tilastoja siitä, mitä yksi pienimpiä markkinointeja Instagramissa voi saada aikaan. Kuvassa vihreällä ympyröidystä kohdasta nähdään, että julkaisuun on käytetty 5 euroa ja punaisella ympyröidyissä kohdissa näkyy markkinoinnin tulos. Vain 5 eurolla on saavutettu 2 101 käyttäjää joista 94 % oli sellaisia, jotka eivät Instagram-kanavaa seuranneet. Oikeimmalla olevasta punaisella ympyröidystä kohdasta näkyvät näyttökerrat. Näyttökertoja saatiin tavanomaiseen verrattuna paljon enemmän.



Kuva 14. Instagram-markkinoinnin tilastot [36].

Viime vuosina suosiota on kerännyt myös alun perin vuonna 2016 julkaistu sosiaalisen median alusta nimeltä TikTok. Se poikkeaa muista sosiaalisista medioista, koska sinne julkaistava sisältö koostuu 15–60 sekunnin pituisista videoista. Videoiden näkyvyyttä saadaan keräämällä seuraajia, ja tähän voi käyttää myös muista sosiaalisista median alustoista apuna.

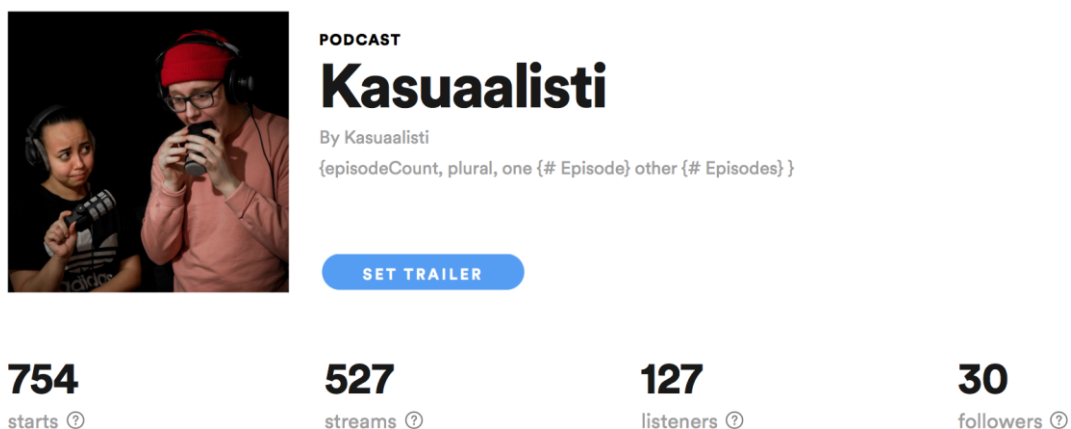
TikTokin laskeutumissivua kutsutaan For you -sivuksi, jossa tekoälypohjainen algoritmi generoi käyttäjälle häntä kiinnostavia videoita aikaisempien tykkäysten ja katseluiden mukaan. Algoritmi tarkoittaa sääntökokoelmaa. Jos luotu sisältö onnistuu täyttämään tarpeeksi monen henkilön For you-sivun kriteerit, on yksittäisellä videolla mahdollisuus saavuttaa jopa miljoona näyttökertaa, vaikka muut videot eivät menestyisi. Nopea ja runsaasti näkyvyyttä saava video menee tällöin viraaliksi. Juuri tämän ominaisuuden vuoksi TikTokista on tullut mieluisa sisällöntuottajille, koska näkyvyyttä on helppoa lähteä tavoittelemaan.

TikTok kuitenkin vielä kieltää kaupalliset yhteistyöt sovelluksessa [37], joten se ei ole syrjäyttämässä muita sosiaalisen median alustoja vaikuttajamarkkinoinnissa. Vuonna 2019 TikTokin vuorovaikutusprosentti oli kaikista suurin verrattuna muihin sosiaalisiin

medioihin [38]. Vuorovaikutusprosentti saadaan suhteuttamalla kommenttien ja tykkäysten määrä seuraajien määrään.






Podcast ei kuitenkaan ole vielä lähtenyt hyödyntämään TikTokin markkinointimahdollisuuksia. Vaikka teoria kuulostaa helpolta, saattaa TikTok-videon tekemiseen helposti vierähtää useampi tunti. Videoiden pituus tuo omat haasteensa, koska niin lyhyiden ja hauskojen videoiden suunnittelu on haastavaa ja aikaa vievää. Tulevaisuudessa voisi harkita mahdollisen kolmannen henkilön lisäämistä projektiin, ja hän voisi olla kokonaan vastuussa markkinoinnista. Tällöin uuden ja säännöllisen sisällön tuottaminen olisi helpompaa.

Markkinoinnin tuloksena podcast saavutti kiitettävän määrän kuuntelijoita. Tutuille tiedon jakaminen ja Instagram-markkinointi toivat 127 kuuntelijaa Spotifyn kautta. Spotifyn tilastoista nähdään myös erikseen, montako kertaa mikäkin jakso on aloitettu ja montako kertaa se on kuunneltu loppuun. Yhteensä kaikkia kahdeksaa jaksoa on aloitettu 754 kertaa, kuten kuvasta 15 voi nähdä. Podcast on myös saavuttanut 30 seuraajaa Spotifyn kautta. Tämä tarkoittaa sitä, että nämä kuuntelijat saavat omalle Spotify-etusivulleen tiedon siitä, kun uusi jakso on julkaistu. Näitä seuraajia voidaan kutsua myös vakituiksi kuuntelijoiksi.



Kuva 15. Podcastin kuuntelukerrat Spotifysa [39].

Tehostettu markkinointi toteutettiin jakson 7 kohdalla. Aikaisemmin tarkasteluissa todettiin sen tuoneen näkyvyyttä sosiaalisen median julkaisuun kymmenenkertainen määrä tavalliseen julkaisuun verrattuna. Kuitenkin kuvasta 16 nähdään, että menestyminen ei ollut lähellekään sama kuuntelijoiden kohdalla. Viidestä jaksosta, jotka kuvassa näkyvät, sai markkinoitu jakso kaikista vähiten kuunteluja. Ainoa selitys tälle on se, että jakso ei kerryttänyt sosiaalisen median näkyvyydestä huolimatta uusia kuuntelijoita ja jakson aihe ei myöskään miellyttänyt jo olemassa olevia kuuntelijoita. Vaikka mainonta sosiaalisessa mediassa on tärkeä tapa saada uusia kuuntelijoita, se ei välttämättä aina toimi.

	(EPISODECOUNT, PLURAL, ONE (# EPISODE) OTHER (# EPISODES))	STARTS	STREAMS	LISTENERS
	8. Tuottaja speciaali	42	26	21
	7. Reality yliannostus	39	27	11
	6. Seitsemän kasuaalia aihetta.	76	56	27
	5. Janne on sosiaalimediaholisti ja kissa meemejä	70	53	30
	4. Se matkustusjakso	82	65	38

Kuva 16. Yksittäisten jaksoiden kuuntelijat.

7 Yhteenveto

Insinöörityössä perehdyttiin podcastiin ja sen syntyhistoriaan ja selvitettiin, mitä vaiheita käydään läpi omaa podcastia luotaessa. Tavoitteena oli valmistaa laadukas podcast, joka tavoittaa mahdollisimman hyvin kuuntelijoita eri sosiaalisen median alustoja käyttäen. Työ suoritettiin harrastusmielessä toisen Metropolian opiskelijan kanssa vuosina 2019 ja 2020.

Podcastin aihetta suunniteltaessa tutkittiin viihdyttävän ja mieluisan juonnon ja kerronnan piirteitä, joita myöhemmin pystyttäisiin käyttämään omassa podcastissa. Tutkimusten mukaan inhimillisillä piirteillä, kuten omien ”mokien” julki tuomisella, saadaan luotua henkilökohtaisempaa sidettä kuuntelijaan, minkä vuoksi kuuntelija palaa podcastin pariin. Erilaisten näkökulmien ja yllättävien käännteiden avulla kuuntelija

pidetään varpaillaan, ja näin mielenkiinto podcastia kohtaan pysyy yllä. Tutkittiin myös tarvittavat laitteet ja sovellukset podcastin tuottamista varten. Selvitettiin myös niiden yleinen toimintaperiaate ja verrattiin markkinoilla olevia laitteita toisiinsa. Äänityksessä käytettyjen laitteiden hyödyntäminen suunniteltiin podcastin näkökulmasta, jolloin kokonaisuudesta saatiin mahdollisimman ideaali podcastin tuottamista varten.

Tulokseksi saatiin ensimmäinen tuotantokausi Kasuaalisti-podcastia, joka sisälsi kahdeksan jaksoa. Jokainen jakso oli pituudeltaan noin tunnin mittainen ja sisälsi muutaman käsiteltävän aiheen. Jaksot tehtiin MP3-tiedostomuotoon ja siirrettiin Anchor-nimiselle palvelin alustalle. Tämä alusta mahdollisti podcastin laajan jakamisen muillekin alustoille RSS-syötteen avulla.

Markkinoinnin monipuolisuutta ja sen mahdollisuuksia tutkiessa huomattiin TikTokin ja Instagramin tehostettujen mainosten potentiaali, vaikka niistä ei tämän projektin kohdalla ollut hyötyä. Nykymaailmassa lähes koko kohderyhmän tavoittaa sosiaalisessa mediassa, joten näkyvän mainostuksen eteen ei tarvita läheskään niin paljon työtä kuin esimerkiksi podcastien alkuaikoina 1990-luvulla olisi täytynyt tehdä. Markkinoinnin tuloksena Kasuaalisti-podcast saavutti 127 kuuntelijaa podcastin kautta ja sai 126 sosiaalisen median seuraajaa.

Syntynyttä podcastia on tarkoitus lähteä kehittämään uudella tuotantokaudella, jossa jälleen käsitellään kasuaaleja aiheita kymmenen jakson verran. Lisäksi markkinointia tehostetaan ottamalla mukaan työkaluja, joita insinööriyössä lueteltiin, kuten TikTok ja omat Facebook-sivut. Tarkoituksena on saada lisää näkyvyyttä ja tehdä Kasuaalisti-podcastista menestyneempi.

Lähteet

1. Markoff, John. 1993. Turning the Desktop PC Into a Talk Radio Medium. Verkkoaineisto. The New York Times. <<https://www.nytimes.com/1993/03/04/us/turning-the-desktop-pc-into-a-talk-radio-medium.html>> 4.3.1993. Luettu 3.11.2020.
2. Woodland, Michael. 2007. Podcast solutions: The Complete Guide to Audio and Video Podcasting. 2nd edition. E-kirja. Friends of ED.
3. Pot, Justin. 2013. The evolution of the podcast - How a medium was born [Geek history]. Verkkoaineisto. Make use of. <<https://www.makeuseof.com/tag/the-evolution-of-the-podcast-how-a-medium-was-born-geek-history/>> 23.8.2013. Luettu 3.11.2020.
4. Eronen, Riitta. 2018. Podcast. Verkkoaineisto. Kielikello. <<https://www.kielikello.fi/-/podcast#wrapper>> Luettu. 27.7.2020.
5. Morris, Tee & Tomasi, Chuck. 2017. Podcast for dummies. 3rd edition. John Wiley sons Inc.
6. Hannu, Lauri. 2005. Podcast. Verkkoaineisto. <<https://fclate.org/podcast/>> Luettu 27.7.2020.
7. Podcasting. Verkkoaineisto. Wikipedia. <https://fi.wikipedia.org/wiki/Podcasting#cite_note-26>. Luettu 27.7.2020.
8. Kallio, Juuso. 2015. Paikallisradio nyt ja tulevaisuudessa. Opinnäytetyö. Tampereen Ammattikorkeakoulu. Theseus-tietokanta.
9. Kemppe, Janiko. 2020. Huomasitko? Spotify uudistui – nyt kannattaa aloittaa podcastien kuuntelu. Verkkoaineisto. Iltalehti. <<https://www.iltalehti.fi/digiuutiset/a/960861a8-dc74-4673-955d-ad435a67199f>> 16.7.2020. Luettu 23.10.2020.
10. Piehl, Aino. 1993. Konseptit sekaisin. Verkkoaineisto. <<https://www.kielikello.fi/-/konseptit-sekaisin>> 4/1993. Luettu 3.11.2020.
11. Eerikkilä, Ville. 2012. Viihdyttävän radiojuonnon metsästys. Opinnäytetyö. Tornion Ammattikorkeakoulu. Theseus-tietokanta.
12. Mikrofonit. 2005. Verkkoaineisto. Äänipää. <http://www.aanipaa.tamk.fi/analog_2.htm> Luettu 20.10.2020.

13. Berg, Tyler. 2020. Review of the RØDE PodMic: Seriously Good Audio for Seriously Low Cost. Verkkoaineisto. <<https://medium.com/@tylerandberg/review-of-the-r%C3%B8de-podmic-seriously-good-audio-for-seriously-low-cost-8d20f0cfa20e>> 30.8.2020. Luettu 20.10.2020.
14. Balansoitu kytkentä. Verkkoaineisto. Wikipedia. <https://fi.wikipedia.org/wiki/Balansoitu_kytkent%C3%A4> Luettu 20.10.2020.
15. Crich, Tim. 2010. Recording tips for engineers for cleaner, brighter tracks. Third edition. Elsevier.
16. The 10 best audio interfaces - essential buyers guide 2017. Verkkoaineisto. Get that pro sound. <<https://getthatprosound.com/the-10-best-audio-interfaces-essential-buyers-guide/>> Luettu. 5.11.2020.
17. StudioLive AR12c. Verkkoaineisto. PreSonus. <<https://www.presonus.com/products/StudioLive-AR12c>> Luettu 5.11.2020.
18. RØDECaster Pro. Verkkoaineisto. RØDE. <<https://rode.com/rodecasterpro/>> Luettu 20.10.2020.
19. White, Paul. 2019. Rode RodeCaster Pro Podcast Studio Console & Audio Interface. Sound on sound. Verkkoaineisto. <<https://www.soundonsound.com/reviews/rode-rodecaster-pro>> 4/2019. Luettu 20.10.2020.
20. Menasche, Emile D. 2009. The Desktop studio: a guide to computer-based audio production. Second edition. Hal Leonard Books.
21. Mazzoni, Dominic & Granneman, Scott. 2007. Podcasting with Audacity: Creating a Podcast with Free Audio Software - Mac, Windows, and Linux. E-kirja. Pearson.
22. GNU General public license. Verkkoaineisto. Wikipedia. <https://fi.wikipedia.org/wiki/GNU_General_Public_License> Luettu 20.10.2020.
23. McLean, Matthew. 2020. Adobe Audition review (Plus my favorite audition tools for podcasting). Verkkoaineisto. <<https://www.thepodcasthost.com/editing-production/adobe-audition-review/>> 11.2.2020. Luettu 20.10.2020.
24. Halls, Jonathan. 2016. Rapid Media Development for Trainers: Creating Videos, Podcasts, and Presentations on a Budget. E-kirja. Association for talent development.
25. Heikniemi, Jouni. 2001. Mikä on XML? Verkkoaineisto. <<http://www.heikniemi.fi/kirj/moxml.html>> 19.2.2001. Luettu 5.11.2020.

26. Holzner, Steven. 2006. Secrets of RSS. E-kirja. Peachpit press.
27. Company info. Verkkoaineisto. For the record. <<https://newsroom.spotify.com/company-info/>> Luettu 5.11.2020.
28. Tietoja meistä. 2020. Verkkoaineisto. Spotify. <<https://www.spotify.com/fi/about-us/contact/>> Luettu 5.11.2020.
29. Selaa. Verkkoaineisto. Spotify-sovellus. Luettu 5.11.2020
30. Radio- ja podcast-sovellus Supla on ladattu jo yli puoleen miljoonaan laitteeseen. Verkkoaineisto. Sanoma. <<https://sanoma.fi/tiedote/radio-ja-podcast-sovellus-supla-on-ladattu-jo-yli-puoleen-miljoonaan-laitteeseen/>> 19.12.2018 Luettu 5.11.2020
31. Supla. Verkkoaineisto. <<http://supla.fi>> Luettu 5.11.2020
32. Sulopuisto, Olli. 2015. Mikä jakso on? Verkkoaineisto. <<https://jakso.fi/selitys>> 12.9.2015. Luettu 5.11.2020.
33. Suomalaiset podcastit. Verkkoaineisto. Jaksomedia. <<https://jakso.fi/podcastit>> Luettu 5.11.2020.
34. Coles, Linda. 2014. Marketing with social media. E-kirja. Wiley.
35. Instagram. Verkkoaineisto. Wikipedia. <<https://fi.wikipedia.org/wiki/Instagram>> Luettu 5.11.2020.
36. Instagram. Verkoaineisto. Instagram-sovellus. Luettu 5.11.2020.
37. Wecström, Vanessa. 2019. Mikä on TikTok, ja mitä jokaisen tulisi tietää siitä? Verkkoaineisto. Indie place. <<https://www.indieplace.fi/mika-on-tiktok/>> 15.4.2019. Luettu 5.11.2020.
38. 50 TikTok stats that will blow your mind in 2020. Verkkoaineisto. Influencer marketinghub. <<https://influencermarketinghub.com/tiktok-stats/>> Luettu 5.11.2020.
39. Catalog. Verkkoaineisto. Spotify for podcasts. <<https://podcasters.spotify.com/podcast/206Y5F8ypN2LskVrE52egF/overview>> Luettu 19.11.2020.