

# RADIOJUONTAJAN VIESTINTÄOSAAMINEN VIIHDEOHJELMASSA

Puheviestinnän pro gradu -tutkielma

Terhi Seppälä

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

Tampereen yliopisto

Kevät 2015

TAMPEREEN YLIOPISTO

Viestinnän, teatterin ja median yksikkö

SEPPÄLÄ, TERHI: Radiojuontajan viestintäosaaminen viihdeohjelmassa

Pro gradu -tutkielma, 66 s., 3 liites.

Puheviestintä

Toukokuu 2015

---

Radiota kuunnellaan Suomessa paljon, mutta sitä ja etenkin sen puhesisältöjä on tutkittu vain vähän. Radio on kuitenkin välineenä muista poikkeava ja viestintäkontekstina ainutlaatuinen. Suora lähetys, ohjelmien pitkä kesto sekä ennalta määrittelemättömät aiheet tekevät nimenomaan prime time -viihdeohjelmista kiinnostavan viestintätilanteen.

Tässä tutkielmassa pyrittiin selvittämään, millaista viestintäosaamista radiojuontaja viihteellisen ohjelman juontamisessa tarvitsee. Tarkoitus oli ensiksi selvittää, millaiset seikat määrittävät radiojuontamista viestintätilanteena. Sen jälkeen tarkasteltiin juontajien käsityksiä hyvästä juontamisesta, jonka jälkeen he arvioivat omaa juontamiseen liittyvää viestintäosaamistaan ja sen kehitystä.

Tutkimukseen osallistui kaupallisilta ja Yleisradion kanavilta yhteensä yksitoista juontajaa, joilla kaikilla oli yli kolmen vuoden kokemus radiojuontamisesta. Kaikki juonsivat tutkimusentekohetkellä viihteellistä prime time -ohjelmaa yhden tai useamman juontoparin kanssa. Aineisto kerättiin teemahaastattelun keinoin ja tuloksia analysoitiin sisällönanalyysin menetelmin. Tutkimustulokset osoittavat, että juontamistilanteen viestintää määrittävät seikat kuten juontamisen funktio, viihteellisyys, radiokanava ja -ohjelma, aikataulu, suunnitelmallisuuden ja improvisaation yhdistäminen, parityöskentely sekä kuulijat.

Keskeisimmiksi hyvän juontamisen piirteiksi nousivat muiden muassa hyvä ääni ja esiintymisen luontevuus sekä draamantaju ja ymmärrys rytmikasta. Juontajalta toivottiin rohkeita aihevalintoja ja uusia näkökulmia, joiden löytämiseksi hänen olisi jatkuvasti etsittävä inspiraatiota omasta elämästään. Hyvää viihteellisen radio-ohjelman juontajaa kuvailtiin positiiviseksi ja nopeaksi havainnoimaan, ideoimaan ja reagoimaan. Tärkeinä pidettiin myös interpersonaalisia taitoja suhteessa juontopariin tai -pareihin ja yleisöön.

Omiksi juontamiseen liittyviksi vahvuuksikseen haastatellut mainitsivat useimmin reagointinopeuden ja yleisöön kohdistuvat interpersonaaliset taidot. Onnistumisen tunteita synnytti tyypillisimmin onnistunut kuulijoiden aktivointi ja parityöskentely. Juontamisosaaminen oli haastateltujen mukaan karttunut suurimmaksi osaksi työtä tekemällä. Opintojen merkitystä pidettiin viihteellisessä juontamisessa melko pienenä.

# SISÄLLYS

## TIIVISTELMÄ

1 JOHDANTO .....	4
2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS .....	6
2.1 Radio viestintävälineenä .....	6
2.1.1 Radion vaiheita Suomessa .....	6
2.1.2 Radion nykytilanne Suomessa .....	8
2.1.3 Radion ominaispiirteitä viestintävälineenä .....	14
2.2 Radiojuontajat ja viihdeohjelman juontaminen.....	15
2.3 Viestintäosaaminen.....	19
2.3.1 Viestintäosaamisen määrittelyä .....	19
2.3.2 Esiintymistaito viestintäosaamisen osana.....	21
2.3.3 Radiojuontamisen viestinnällisiä edellytyksiä .....	22
3 TUTKIELMAN TOTEUTUS .....	25
3.1 Tutkimusongelma ja kysymyksenasettelu .....	25
3.2 Tutkimusmenetelmä .....	27
3.3 Haastateltavat ja aineiston kerääminen .....	29
3.4 Tulosten analyysi .....	31
4 TULOKSET .....	33
4.1 Juontaminen viestintätilanteena .....	33
4.2 Hyvä juontaminen.....	42
4.3 Radiojuontajien oma juontamiseen liittyvä viestintäosaaminen ja sen kehitys .....	47
5 POHDINTA.....	54
5.1 Tulosten pohdinta .....	54
5.2 Tutkimuksen arviointi.....	58
5.3 Jatkotutkimusaihioita .....	62
KIRJALLISUUS.....	63
LIITE 1: Teemahaastattelurunko .....	67
LIITE 2: Haastattelupyyntö.....	69

## 1 JOHDANTO

Vaikka uudentyyppiset mediavälineet ja -sisällöt kasvattavat koko ajan suosiotaan, kuuntelijamäärät osoittavat radion olevan edelleen ihmisille tärkeä media (Wiio & Nordenstreng 2012, 18). Radio välittää ajankohtaisia uutisia ja tietoa, mutta tarjoaa myös ajanvietettä ja viihdettä. Joillekin radio pitää seurata, vaikka juontajat ovatkin kuulijan kanssa eri paikassa eivätkä varsinaisesti puhu juuri hänelle (ks. esim. Isotalus & Valo 1995).

Sekä kaupallisilta että Yleisradion kanavilta lähetetään etenkin aamuisin ja päiväsaikaan suorana lähetyksenä viihdeohjelmia, joissa vuorottelevat musiikkikappaleet ja kahden tai useamman juontajan humoristisen epämuodollinen jutustelu. Juontajien välinen rento keskustelu on samalla interpersonaalista viestintää ja toisaalta esiintymistä tuhansille radionkuuntelijoille. Radioviestinnän voi myös ajatella kokeneen hiljattain muutoksen kohti vuorovaikutteisempaa ohjelmantekotapaa. Radioviestintää on perinteisesti pidetty täysin yksisuuntaisena, mutta nykyään internet ja erilaiset sosiaalisen median kanavat tarjoavat mahdollisuuden ainakin jonkinasteiseen reaaliaikaiseen vuorovaikutukseen juontajien ja kuuntelijoiden välillä.

Viihdeohjelmia on perinteisesti pidetty muuta ohjelmistoa vähämerkityksisempänä (Nukari & Ruohomaa 1992, 63). Suorina lähetyksinä lähetettävät viihdeohjelmat ovat kuitenkin ainutlaatuinen puheviestintäkonteksti, jossa viestintää määrittävät esimerkiksi välineen ei-visuaalinen luonne sekä sen liikuteltavuus ja kuunneltavuus eri tilanteissa (Crisell 1994, 3). Radioviestintä vetoaa tehokkaasti mielikuviin (Nukari & Ruohomaa 1997, 136), mutta institutionaalisen puheen se on toisaalta jatkuvan tarkkailun alaisena esimerkiksi poliittisiin ja moraalisiin kysymyksiin liittyen (Scannell 1991, 7).

Radion prime time -viihdeohjelmat ovat tyypillisiin tv-ohjelmiin verrattuna kestoiltaan moninkertaisia ja niitä esitetään monia tv-ohjelmia useammin, tavallisesti neljänä tai viitenä päivänä viikossa. Viihdeohjelmilla ei yleensä ole ainakaan tarkkaa ennalta määriteltyä teemaa, jolloin puheenaiheet voivat vaihdella eri kanavien, ohjelmien ja toisaalta myös saman ohjelman eri lähetysten välillä suuresti.

Tässä tutkielmassa pyritään kartoittamaan radiojuontajien omia käsityksiä suorassa juontotilanteessa tarvittavasta viestintäosaamisesta. Juontajat itse osannevat parhaiten kertoa juontotilanteiden haasteista ja vaatimuksista ja suhteuttaa tarvittavaa osaamista niihin.

Teemahaastattelun keinoin halutaan selvittää esimerkiksi sitä, millaisena viestintätilanteena radiojuontaminen haastateltaville näyttäytyy, miten he määrittelevät taitavan juontamisen ja millaiseksi he kuvailevat omaa viestintäosaamistaan ja sen kehitystä. Viestintäosaamista tarkastellaan nimenomaan juontajien itsensä näkökulmasta, sillä tarkoituksena ei ole arvioida juontajien suoriutumista, vaan kartuttaa ymmärrystä juontotyön edellyttämistä tiedoista, taidoista ja asenteista.

## 2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

### 2.1 Radio viestintävälineenä

#### 2.1.1 Radion vaiheita Suomessa

Radio tuli ensimmäisenä sähköisenä mediana koteihin 1900-luvun alussa (Ruohomaa 2000, 127). Suomessa radiosta tuli joka kodin viestin 1940–1950-luvuilla, suunnilleen samaan aikaan television kanssa (Nordenstreng & Wiio 2012, 25). Radiotarjonnan kasvaessa ja sähkönsäätelyyn loputtua radionkuuntelu lisääntyi. Televisio alkoi 1950-luvun lopulla kilpailla radion kanssa perheiden vapaa-ajasta, mutta radio säilytti merkityksensä. (Ruohomaa 2000, 127.) Ohjelmatarjonta lisääntyi vähitellen, ja 70-luvulle tultaessa radioverkot kattoivat koko maan. Tuolloin radiota kuunneltiin keskimäärin kaksi tuntia päivässä. (Nordenstreng & Wiio 2012, 25.) Radionkuuntelu oli vähitellen keskittynyt aamuun ja iltapäivään, ja tv:tä, jos taloudessa sellainen oli, katseltiin iltaisin (Ruohomaa 2000, 131).

Perinteisesti radiokanavan ohjelmiston muodostivat peräkkäiset, yksittäiset ohjelmat, jotka toimivat radion ohjelmatarjonnan ja -tuotannon perusyksikköinä. Eri ohjelmat suunnattiin eri kuulijaryhmille. Tällainen radiosisältö tuotti pirstoutuneita yleisöjä, jotka vaihtoivat kanavalta toiselle heitä kulloinkin kiinnostavien ohjelmien aikataulujen mukaisesti. (Hujanen & Ala-Fossi 2012, 141.)

Amerikkalainen viihde oli rantautunut Eurooppaan toisen maailmansodan jälkeen, ja sen kasvattaessa suosiotaan myös eurooppalainen radio alkoi viihteellistyä ja kaupallistua (Kemppainen 2000, 102). Radion kaupallistuminen tapahtui television kaupallistuminen vanavedessä (Alasuutari 2000, 99–100). Murros julkisen palvelun radiosta kaupalliseen kilpailuasetelmaan tapahtui vähitellen ja eri aikoina eri puolilla Eurooppaa (Kemppainen 2000, 103), Suomessa muita Pohjoismaita aiemmin. Meillä yleisradion monopoliaseman murtumisen jälkeen siirryttiin suoraan kaupallisiin radioihin, kun taas muissa Pohjoismaissa radio ensin hajautui erilaisten paikallisten ja yhteisöllisten kansanliikkeiden kesken. (Hujanen & Ala-Fossi 2012, 123.)

Suomen yleisradiojärjestelmän muutoksessa yksityistäminen ja kaupallistuminen liittyvät kiinteämmin toisiinsa kuin muissa Pohjoismaissa. Yksityistäminen tarkoittaa sitä, että valtion ja

julkisyhteisöjen osuutta radioyhtiöiden omistuksessa vähennetään. Radion sisällöissä yksityistäminen näkyy siten, että radio-ohjelmia tuotetaan ja markkinoidaan kuin mitä tahansa kaupallisia tuotteita. Tätä kutsutaan kaupallistumiseksi, jonka myötä radiosta on tullut myös mainosväline. Mainonta onkin yksityistetyn, kaupallisen radion tärkein tulonlähde. (Hujanen & Ala-Fossi 2012, 123.)

Suomessa radion kaupallistumisen ensiaskeleet otettiin vuonna 1985, kun valtioneuvosto myönsi ensimmäiset toimiluvat yksityisille paikallisradioille. Siihen asti yleisradioyhtiö Yleisradiolla oli ollut yksinoikeus radiotoimintaan. Kilpailuasetelma muuttui entisestään 1990-luvulla, jolloin myönnettiin ensimmäiset toimiluvat niin kutsutuille erikoisradioille ja ensimmäiselle kaupalliselle valtakunnalliselle radioverkolle, Radio Novalle. Nova aloitti lähetykset keväällä 1997, ja alusta alkaen Radio Novan lähetysvirtaa hallitsi paikallisradioiden tapaan musiikki. Vähitellen perustettiin myös muita kaupallisia radiokanavia, jotka ovat yksityisiä yrityksiä. Niitä eivät koske julkisen palvelun rajoitteet ja vaatimukset, vaan toimintaa määrittää taloudellisen voiton tavoittelu. (Hujanen & Ala-Fossi 2012, 121–132.)

Euroopassa julkisen palvelun yleisradiot menettivät monopoliasemansa lisäksi monin paikoin myös ylipäätään hallitsevan asemansa. Julkisen palvelun yhtiöt joutuivat uudenlaisessa tilanteessa kilpailemaan sähköisen viestinnän kuunteluosuuksista muiden, kaupallisten yhtiöiden kanssa. Tätä muutosta kilpailutilanteesta vauhditti teknologian kehittyminen, kansainvälistyminen, ohjelmistojen viihteellistyminen sekä kaupallisten yritysten omistuksen keskittyminen. (Kemppainen 2000, 99–100.)

Yle vastasi kilpailuasetelman muutokseen tekemällä vuonna 1990 radiouudistuksen, jonka myötä sen radiotarjonta muuttui ja laajeni. Kanavista rakennettiin entistä yhtenäisempiä, niitä kohdennettiin uudelleen ja ohjelmisto muuttui sekä määrällisesti, rakenteellisesti että sisällöllisesti. Ohjelmisto keveni ja viihteellistyi, kun kevyen musiikin osuus radio-ohjelmistoissa kasvoi ja mainonnan kieli muokkasi koko ohjelmistoa. Virallisilla tahoilla pelättiin muutoksen uhkaavan radion perinteistä kulttuurista merkitystä, mutta itse asiassa radion uudistuminen oli sen elossapysymisen edellytys. (Nukari & Ruohomaa 1992, 63–67.)

Kilpailuasetelman muutoksen myötä julkinen ja yksityinen radio ovat Hujanen ja Ala-Fossin (2012, 122–142) mukaan ohjelmapolitiittisista eroista huolimatta lähentyneet toisiaan, kun ohjelmiin on alettu suhtautua tuotteina ja kuuntelijoihin kuluttajia. Heidän mukaansa Euroopassa eri maiden

yleisradioyhtiöt ovat omaksuneet ja soveltaneet joitakin kaupallisen radion toimintamalleja, mutta samaan aikaan ne pyrkivät erottumaan kaupallisista kilpailijoistaan korostamalla julkisen palvelun tehtäväänsä demokratian, sosiaalisen yhteenkuuluvuuden ja ilmaisuvapauden edistäjinä.

Kiristyneen kilpailun myötä radion kohderyhmä ja -profilointiajattelu voimistui 1990-luvulla. Radioasemat etsivät jatkuvasti uusia kohderyhmiä. Perinteisesti kohderyhmät jaoteltiin iän mukaan, mutta vuosituhannen vaihteeseen tultaessa kohderyhmäajattelussa alettiin sen lisäksi ottaa huomioon esimerkiksi kuuntelijan sukupuoli, elämänvaihe ja elämäntyyli. (Sarkkinen 2000, 115–116.) Etenkin kaupallinen radio tarvitsee tarkoin määritellyn, mieluiten suuren ja homogeenisen kohdeyleisön, jolle mainostajat voivat kohdistaa mainontansa (Vilkko 2010, 128).

Suomessa lähetettyjen radio-ohjelmien määrä oli jo 1970-luvulla Pohjoismaiden huipputasoa, ja sittemmin määrä on edelleen lisääntynyt merkittävästi. Uusi viestintäteknikka ja lisääntynyt ohjelmatarjonta on hajauttanut yleisön. Siinä missä 50-luvun alussa miltei koko Suomen kansa saattoi kerääntyä kuuntelemaan samaa radiolähetystä, nyt kuuliijoista kilpailevat lukuisat Yleisradion ja eri kaupallisten kanavien radiolähettykset. (Nordenstreng & Wiio 2012, 25–27.) Yle hallitsi radiomarkkinoita 2000-luvun alkuun asti, mutta sen jälkeen radion kokonaiskuuntelu on jakautunut noin puoliksi Ylen ja muiden radiokanavien kesken (Hujanen & Ala-Fossi 2012, 139).

Radiolähetysten välittäminen digitaalisesti internetin kautta tuli mahdolliseksi 1990-luvun puolivälissä (Hujanen & Ala-Fossi 2012, 147), ja 2000-luvulle tultaessa internetin kautta oli mahdollista kuunnella jo yli 1500 kanavaa (Gorman & McLean 2003, 204). Radion internetkuuntelun viikkotavoitavuus on Suomessa noin 10 prosentin luokkaa (Finnpanel 2015). Toiminnassa on myös sellaisia radiokanavia joita on mahdollista kuunnella ainoastaan internetissä. Radion kuuntelijoista kilpailevat myös sellaiset internetin musiikkipalvelut kuten Spotify.

### 2.1.2 Radion nykytilanne Suomessa

Nykyään suomalainen radiokenttä on julkisen ja yksityisen palvelun sekamuoto. Valtakunnalliseen ja alueelliseen radiotoimintaan keskittyvän Yleisradio Oy:n toiminta perustuu erilliseen lakiin ja sitä rahoitetaan julkisin varoin, kun taas yksityiset radiot tarvitsevat valtioneuvoston myöntämän toimiluvan ja perustavat toimintansa pääasiassa mainonnasta saataviin tuloihin. (Hujanen & Ala-Fossi 2012, 121.)



Kaupallisten radio- ja tv-asemien toimintaa määrittelee voiton tavoittelu. Voittoa ne saavat myymällä mainostajille aikaa puhutella radionkuuntelijoita. Myös ei-kaupallisten organisaatioiden on toiminnassaan noudatettava samankaltaista markkina-ajattelua, sillä ne kilpailevat kuulihoista kaupallisten kanavien kanssa. (Fairclough 1995, 60–61.) Kaupalliset kanavat tarvitsevat laajoja kuulijajoukkoja saavuttaakseen taloudellista voittoa markkinoinnista ja sponsoritoiminnasta (Kemppainen 2000, 102), kun taas ei-kaupalliset mediaorganisaatiot joutuvat vetoamaan kuulijamääriin perustellessaan olemassaolonsa sekä valtiolle että toimintansa rahoittavalle kansalle. Tämän takia niin kaupalliset kuin ei-kaupalliset tiedotusvälineet ovat alttiita markkinapaineille. (Fairclough 1995, 60–61.)

Kilpailuasetelman vuoksi Yleisradio joutuu tasapainottelemaan ristiriitaisten sisältötoiveiden välillä. Helpoin tapa suurien yleisöjen saavuttamiseen olisi mukailla kaupallisen radion toimintastrategiaa ja ohjelmistoa, mutta jos Ylen ohjelmat ovat liian samanlaisia kuin kaikki muutkin, ei sen toiminnan rahoittaminen julkisin varoin vaikuta järkevältä. Jos taas julkisen palvelun yhtiön sisällöt poikkeavat kaupallisten kanavien ohjelmista mutta miellyttävät vain harvoja, ei toimintaa myöskään silloin kannata tukea. (Kemppainen 2000, 109.) Lisäksi Yleisradion ohjelmatoimintaa ohjaa Laki Yleisradio Oy:stä (1380/1993). Lain mukaan Ylen tulee esimerkiksi tukea demokratiaa, vaalia kotimaista kulttuuria, ottaa huomioon sivistys- ja tasa-arvonäkökohdat, tarjota mahdollisuus oppimiseen, painottaa lapsille ja nuorille suunnattuja ohjelmistoja sekä tukea suvaitsevaisuutta.

Kaupallinen radiotoiminta on ylikansallista. Radion kaupalliset muodot ovat kehittyneet teollisuudeksi, ja samalla sen rakenne on keskittynyt ja omistus on kansainvälistynyt. Vanhaa järjestystä noudattaneessa radiotoiminnassa keskeisintä olivat kulttuuriset ja ideologiset asiat, uudessa järjestyksessä toimintaa määrittävät teolliset ja kaupalliset näkökulmat. Tämä pätee kaupallisen radion lisäksi jossain määrin myös julkisiin palvelun yleisradioihin. (Kemppainen 2000, 106.) Yleisradiotoiminnassa ovat perinteisesti korostuneet julkinen omistus, ei-kaupallisuus, tiedonvälitys ja lähettäjälähtöinen näkökulma (Nukari & Ruohomaa 1992, 75). Sittenkin yleisradiokin on omaksunut amerikkalaistyypin radion muotoja, sisältöjä ja toimintatapoja. Kemppaisen (2000) mukaan ”yleisradion ohjelmistoa on kehitetty vastaamaan uutta kilpailutilannetta, organisaatioajatteluun on tullut dynaaminen ote ja tapa tehdä työtä on kehittynyt. Julkisen palvelun radiossa muutoksesta on tullut pysyvä olotila.” (Kemppainen 2000, 102–110.)

Kansainvälistyminen ja tekniikan kehittyminen ovat mahdollistaneet radiokanavien määrän huomattavan kasvun (Sarkkinen 2000, 115). Nykyään monet kaupalliset radiokanavat ovatkin ylikansallisten mediayhtiöiden omistuksessa (Ala-Fossi 2005, 213–214). Näiltä ulkomaisilta toimijoilta kaupalliset radiot ovat saaneet muualla valmiiksi kokeiltuja toimintamalleja, mikä on vahvistanut kaupallisten radioiden kehitystä niin kutsutuiksi formaattiradioiksi (Hujanen & Ala-Fossi 2012, 129). Formaattiradioiden ohjelmiston perustana on yleensä tietyn tyyppiseen musiikkiin perustuva, tietokoneavusteisesti ohjattu soittolista (Nukari & Ruohomaa 1996, 133).

Radiokanavan formaatti määrittyy useimmiten soitettun musiikin perusteella. Valitsemalla tietyn formaatin, eli pääasiassa soittamalla tietynlaista musiikkia, radiokanava pyrkii tavoittamaan tietyn osan kaikista mahdollisista kuulijoista. (Kempainen 2000, 101.) Ala-Fossi ja Haara (2010, Hujanen ja Ala-Fossin 2012, 129 mukaan) kertovat formaattiradioiden ohjelmistosta näin: ”Formaattiradioiden ohjelmisto on parhaana kuunteluaikana (*prime time*) juontajakeskeistä lähetysvirtaa, jonka rakenne perustuu tietyn aikajakson sisällä samanlaisena toistuvaan tuntikiertoon eli rotaatiokelloon. Sen perusosia ovat juonnot, musiikki ja uutiset sekä asema- ja ohjelmatunnukset ja erilaiset musiikkiin perustuvat välitteet eli jinglet, mutta mukana voi olla myös lyhyitä toimitettuja osuuksia, kuten haastatteluja ja muuta vastaavaa.” Radiotoiminta on nykyään monimediaalista, eli radiot toimivat ja tuottavat sisältöä radion lisäksi myös internetiin, mobiilipalveluihin ja niin edelleen (Uimonen 2011, 202).

Radion ohjelmatarjonta ja -tuotanto koostui aiemmin yksittäisistä ohjelmista, mutta nykyään ohjelmistot rakennetaan usein lähetysvirtaperiaatteelle, jossa korostuu ohjelmiston sisällöllinen ja tyyllinen jatkuvuus (Hujanen & Ala-Fossi 2012, 141–142). Lähetysvirtamuotoinen ohjelmisto on suoraan nykyhetkeen sijoittuvaa ”juontajavaltaista” toimintaa. Lähetysvirtaradion tuotantotapa voidaan nähdä ”eteenpäin vyöryvänä, pääosin reaaliaikaisena [sic] ja reagoivana, uudelleenasemoituvana, spiraalinomaisena toimintoketjuna”. Peräkkäiset ohjelmat ovat lähetysvirta-ajattelussa korvautuneet ohjelmajatkumolla, joka muistuttaa ennemminkin yhtä pitkää lähetystä. (Nukari & Ruohomaa 1992, 54–61.) Kaupallisessa radiossa on alun perinkin ollut Ylen kanaviin verrattuna vähemmän eri ohjelmanimikkeitä, ja perinteinen ohjelman käsite on hämärtynyt (Nukari & Ruohomaa 1997, 17).

Erilaisia tuotantotapoja hyödynnetään radiokanavilla joskus rinnakkain, niin että lähetysvirtaan perustuvat radiokanavat saattavat kuitenkin lähettää ja markkinoida yksittäisiä, otsikoituja ohjelmia.

Samalla perinteiset ohjelmakanavat ovat alkaneet hyödyntää lähetysvirtamalla tuottaessaan yksittäisiä ohjelmia ja ohjelmasarjoja. (Hujanen & Ala-Fossi 2012, 143.)

Perinteistä asiaohjelmaa tarjoaa nykyään voittopuolisesti Yleisradio (Kemppainen 2000, 102), mutta esimerkiksi Ylen populaarikulttuuriin keskittyvä nuorisokanava YleX muistuttaa tuotantotaltaan melko lailla kaupallista lähetysvirtaradiota (ks. esim. Hujanen & Ala-Fossi 2012, 140). Muillakin Ylen kanavilla esitettävät ohjelmapuffit tai vastaavat rinnastuvat kaupallisen radion mainoksiin (Nukari & Ruohomaa 1992, 86). Niillä voidaan mainostaa esimerkiksi oman kanavan ohjelmia, kanavan järjestämiä konsertteja tai muita tapahtumia. Musiikilla, kanavatunnuksilla, mainoksilla, puheisällöillä, kanavan tempolla ynnä muilla yhdessä luodaan niin kutsuttu kanavasaundi eli kanavan äänellinen yleisilme (Uimonen 2011, 31).

Lähetysvirtaradiossa ohjelmaa määrittää niin kutsuttu rotaatiokello, jonka avulla toistetaan samaa tuotantokuviota – puhetta, musiikkia, jinglejä ja kaupallisilla kanavilla mainoksia – uudestaan ja uudestaan (Nukari & Ruohomaa 1992, 57–58). Lähetysvirtaradiossa päivä voidaan jakaa osiin esim. seuraavalla tavalla: ”aamu / töihin ajo (06.00–10.00), päivä (10.00–15.00), iltapäivä / töistä paluu (15.00–19.00), illasta keskiyöhön ja keskiyöstä aamuun”. (Uimonen 2011, 21.) Radiossa ja tv:ssä noudatetaan ajattelua, jonka mukaan parhaat ohjelmat lähetetään parhaaseen lähetysaikaan (Nukari & Ruohomaa 1992, 85), eli silloin kuin ne saavuttavat suurimmat kuulijajoukot.

Radion ensimmäisenä viitenä vuosikymmenenä radion sisällöllisiä valintoja oli ohjannut yläpuolelta määritelty näkemys siitä, mitä kansa tarvitsee. Kaupallisen radion nousun myötä yleisradioyhtiöt ovat joutuneet arvioimaan asemansa ja tehtävänsä uudelleen. Sisältöjen suunnittelussa on siirrytty kuulijoiden näkökulmaan, eli miettimään, mitä laaja yleisö haluaa kuulla. Tämän selvittämiseen hyödynnetään usein yleisömittauksia. Nykyisin radiokanavien tavoitteena on usein tiettyjen osayleisöjen mahdollisimman kattava tavoittaminen. (Kemppainen 2000, 100–101.)

Suomalainen radioyleisö on segmentoitunut eli osittunut, ja radioiden kilpailu yleisöistä vahvistaa tätä kehitystä edelleen. Radiokanavat etsivät kaikkien potentiaalisten kuulijoiden joukosta kohderyhmiä, joita saattaa yhdistää esimerkiksi ikä, sukupuoli, ammatti tai elämäntilanne (Hujanen & Ala-Fossi 2012, 125, 144–145). Tätä kutsutaan profiloinniksi. Fairclough'n (1995, 57–58) kuvaamat TV-yleisöjen profilointiperiaatteet pätevät radioonkin. Markkinatutkimusten, kuulijalukumittausten, yleisöpalautteen tai vain kokemuksen perusteella radiokanavat hahmottelevat oletettuja ”ideaaliyleisöjä”, joille ohjelmat suunnataan. Uimosen (2011, 32) mukaan etenkin

kaupalliselle, mainosrahoitteiselle radiolle valitun kohderyhmän tavoittaminen on kanavan menestymisen kannalta tärkeää. Mainostajat ostavat kanavalta mainosaikaa vain, jos tietävät mainostensa tavoittavan suunnitellun yleisön.

Vielä 1990-luvulla radiota kuunteli päivittäin yli 80 prosenttia suomalaisesta väestöstä, mutta 2000-luvulla määrä alkoi hieman laskea (Wiio & Nordenstreng 2012, 17). Yhä nykyisin radiota silti kuuntelee päivittäin kolme neljästä suomalaisesta. Vuoden 2015 alussa suomalainen kuunteli radiota lähes kolme tuntia vuorokaudessa. (Finnpanel 2015.) Usein kuuntelu tosin tapahtuu muiden toimien ohessa esimerkiksi työpaikalla (Hujanen & Ala-Fossi 2012, 136). Tällöin radiota kuunnellaan vain taustalla, erityisemmin siihen keskittymättä, mutta vaikkei radionkuuntelu olisikaan aktiivista, voi kuulijoiden kuitenkin sanoa olevan ”median ulottuvilla”. (Wiio & Nordenstreng 2012, 19.)

Tiukemman kanavaprofiloinnin vuoksi kuuntelijat ovat hajautuneet yhä useammille kanaville (Sarkkinen 2000, 125). Vielä 1980-luvulla kuuntelijat vaihtelivat suosikkiohjelmiensa perässä kanavalta toiselle (Nukari & Ruohomaa 1992, 66), mutta kanavatarjonnan kasvun ja yleisön segmentoitumisen myötä kanavauskollisuus on lisääntynyt, eli yhä useampi kuuntelee vain yhtä radiokanavaa päivittäin (Ruohomaa 2000, 134). Kytömäen ja Ruohomaan (2000, 19) mukaan 1990-luvun lopussa 75 prosenttia radion kuuntelijoista seurasi vain yhtä kanavaa (Hujanen & Ala-Fossi 2012, 145).

Sarkkisen (2000) tutkimuksen mukaan radionkuuntelun kokonaismäärä Suomessa ei vaihtelee vuodenaikojen vaihtuessa, lukuun ottamatta pientä notkahdusta tavoittavuudessa kesäloma-aikaan (Sarkkinen 2000, 118). Radiota kuunnellaan voittopuolisesti arkisin (Ruohomaa 1992, 220), etupäässä aamuisin ja päivisin, iltaisin katsotaan enemmän televisiota. Tämä kertoo siitä, kuinka medioita käytetään eri tarkoituksiin ja erilaisissa tilanteissa. Radionkuuntelu viihdyttää ja rentouttaa arjen toimien ohessa. (Ruohomaa 2000, 133.) *Prime time* eli paras kuuntelu-aika ajoittuu välille 7.15–16.30, jolloin radio tavoittaa yli miljoonaa kuulijaa (Finnpanel 2015). Usein radiota kuunnellaankin työpaikalla muun tekemisen lomassa, eikä siihen siksi kiinnitetä juuri huomiota. Sen vuoksi radiota pidetään läpinäkyvänä kanavana, jossa huomio voi kiinnittyä sisältöön, mutta ei niinkään välineeseen itseensä. (Alasuutari 2000, 71.)

Radion kuuntelu-aikoja mittaavissa tutkimuksissa on havaittu, että ihmiset äkkiseltään ilmoittavat kuuntelevansa radiota melko vähän. Tarkentavien kysymysten myötä käy ilmi, että näiden ihmisten

jokapäiväisessä elämässä on lukuisia tilanteita, joissa radio on auki. Radion kuuntelemiseen ei siis yleensä juurikaan kiinnitetä huomiota. (Alasuutari 2000, 70–71).

Alasuutari (2000, 80) uskoo, että radio havainnollistaa sitä, mihin suuntaan muutkin mediat ovat jatkossa kehittymässä. Esimerkiksi tv:n katselu muistuttaa hänen mukaansa radionkuuntelua sikäli, että sitäkin katsellaan monesti muun tekemisen ohella. Televisiovastaanottimien ja muiden multimedialaitteiden kasvavasta lukumäärästä voidaan päätellä, että yhä harvemmin koko perhe on yhden vastaanottimen ääressä samaan aikaan. Radiovastaanotinten suuri määrä kodeissa vahvistaa yleisön uskollisuutta radiolle viestintävälineenä (Ruohomaa 1996, 45).

Radion kuuntelemiseen käytettyä aikaa ei mielletä laiskotteluksi, jos samaan aikaan tehdään jotakin muuta. Radion avaaminen voi merkitä henkisten voimavarojemme aktivoimista. Avaamalla radion voimme tarjota tehtävää kuuloistillemme sellaisten tehtävien ohella, joissa kuuloaistia ei muutoin tarvita. Radion kuuntelu voi lisätä vireyttä suoritettaessa jotakin yksinkertaista ja kenties tylsääkin tehtävää. Radiokanavan ja kuunneltavan ohjelman voi valita samalla suoritettavan tehtävän mukaan: keskittymistä vaativan tehtävän taustalle haluamme kenties kevyempää radiosisältöä tai täyttä hiljaisuutta. Radio voi toimia myös seurana yksin ollessa. Valitsemalla tietyn radiokanavan voimme säädellä tunteitamme ja valita sellaista sisältöä, joka sopii mielialaamme tai mahdollisesti pystyy muuttamaan sitä. (Alasuutari 2000, 71–72.) Myös Tiihonen (1996, 66) katsoo, että vaikka monelle radionkuuntelu on niin sanotusti ”äänitapettia” eli radio soi muun tekemisen taustalla, on keskittyneellekin kuuntelulle edelleen paikkansa ja merkityksensä.

Radion tärkeästä asemasta huolimatta radiotutkimus on viime vuosina saanut antaa tilaa uudempien mediavälineiden ja sisältöjen tarkastelulle. Ala-Fossi (2008, 33) toteaa, että ”kulttuurin ja viestinnän tutkimuksen kentällä radion tutkimus on varsin marginaalista, eikä kaupallisen radion tutkimus kuulu valtavirtaan edes radiotutkimuksen sisällä.” Hänen mukaansa tilanne saattaa selittyä sillä, että kaupallinen radio on Suomessa melko nuori tutkimusalue, josta lisäksi on toisinaan vaikea saada kerättyä tutkimusaineistoa. Alasuutari (2000, 80) puolestaan arvelee, että radion huomaamattomuuden ja itsestäänselvyyden vuoksi sitä on harvoin pidetty ongelmana jota on syytä tarkastella yhteiskunnallisesta näkökulmasta. Etenkin viihdeohjelmien tieteellinen tarkastelu on ollut vähäistä, mikä kenties johtuu siitä, että viihdeohjelmia on perinteisesti pidetty muuta ohjelmistoa vähämerkityksisempänä (Nukari & Ruohomaa 1992, 63). Viimeisen reilun kymmenen vuoden aikana suomalaisissa radioon liittyvissä tutkimuksissa ja opinnäytteissä on käsitelty muun muassa radion kuuntelemista identiteettivalintana, radiotuottajan työtä, aamuohjelmien sukupuoli-

ja seksuaalidiskursseja sekä radion muutosta tiedonvälittäjästä musiikkipainotteiseksi formaattiradioksi (ks. Vanhatalo 2004, Turunen 2012, Mäntymaa 2011, Vilkkio 2010.)

### 2.1.3 Radion ominaispiirteitä viestintävälineenä

Radion rooli ihmisten elämässä on arkipäiväinen. Radio avataan usein suuremmin miettimättä, samalta kanavalta kuin aina ennenkin. (Ruohomaa 1996, 51–54.) Vaikka televisiotakin saatetaan pitää arkielämän itsestäänselvyytenä, se on kuitenkin paljon radiota näkyvämpi elementti. Kenties tästä syystä televisiota tutkitaankin enemmän. (Alasuutari 2000, 74.) Crisell (1994, 69) arvelee, että radion arkipäiväisyys saattaa johtua sen nivoutuneisuudesta päivittäisen elämän rutiinien lomaan.

Käyttötavoiltaan ja ohjelmistoiltaan radio ja televisio ovat eriytyneet ja löytäneet omimmat ilmaisumuotonsa ja käyttötapansa (Ruohomaa 1996, 46). Siinä missä tv kenties usein tarjoaa pakoa arkirutiineista, radio tarjoaa mieluisaa sisältöä niiden oheen (Crisell 1994, 69). Ilmaisumuodoissa keskeisin ero liittyy visuaalisuuteen; televisio on audiovisuaalinen media, radio enimmäkseen kuulonvarainen. Joistakin radiolähetysistä lähetetään internetin ja sosiaalisen median kautta äänen lisäksi myös kuva- ja videomateriaalia, mutta pääasiassa radioviestintä perustuu kuuloaistiin. Crisellin (1994, 3) mukaan radiossa käytettävä kieli ja esitettävä huumori, kuten myös radion käyttötavat juontuvatkin pohjimmiltaan välineen ei-visuaalisesta luonteesta.

Radiosta on tullut moderni, aina saatavilla oleva media (Stachyra 2015, 271). Radion ei-visuaalisuus mahdollistaa radion kuuntelun joustavasti erilaisissa tilanteissa, eikä radionkuuntelu sido kuulijaa mihinkään yhteen paikkaan (Crisell 1994, 13). Radio on liikkuva media: se on halpa laite, teknisesti ja ohjelmistonsakin puolesta helppo ottaa mukaan. Radiota voidaan kuunnella hyvin erilaisissa tilanteissa, ja sen vuoksi tarvitaan monenlaisiin tarkoituksiin sopivia radio-ohjelmistoja. (Nukari & Ruohomaa 1992, 65.)

Radionkuuntelulle ei tarvitse omistautua, vaan sitä kuunnellessa pystyy samalla tekemään muutakin. Sen vuoksi radio on muita medioita helpompi sovittaa osaksi ihmisen arkea. Lisäksi radio oli pitkään ainoa media, jonka kautta esimerkiksi autoileva ihminen saattoi välittömästi saada tiedon tapahtuneesta suuronnettomuudesta tai luonnonmullistuksesta. (Crisell 1994, 13.) Nykyään tällainen tieto voi toki välittyä myös esimerkiksi erilaisten älypuhelimien sovellusten kautta, mutta

yhä edelleen uutisen tyypillisimmin ja kenties varmimmin toimittaa radio. Radion kautta välitetään tarvittaessa liikennetiedotteet, ylimääräiset uutislähetykset ja viranomaisten vaaratiedotteet.

Radio on painettuun sanaan verrattuna ylivoimaisen nopea, ja televisioon verrattuna teknisesti ja toiminnallisesti yksinkertainen. Radiojournalismi tarjoaa mahdollisuuden nopeatempoiseen uutisointiin, tapahtumien reaaliaikaiseen selostamiseen ja kuvailuun ja nykyään myös vuorovaikutukseen yleisön kanssa. (Nukari & Ruohomaa 1997, 136.) Radioviestintää on pitkään pidetty täysin yksisuuntaisena, mutta nykyään internet ja sosiaalisen median eri kanavat antavat kuulijoille mahdollisuuden lähettää radiopuhujille kommentteja ja palautetta reaaliajassa. Fairclough (1995, 56) pitää radiota henkilökohtaisempaa viestintävälineenä kuin painettu sana. Radiossa viestintää määrittäviä tekijöitä ovat hänen mukaansa yksilöllisyys ja persoonallisuus.

Nukarin ja Ruohomaan (1997, 136) mukaan radiovälineen nopeuden ja teknisen yksinkertaisuuden takia helposti unohtuu radion kyky vedota mielikuviin. Radion ei-visuaalinen luonne on omiaan tarjoamaan virikkeitä mielikuvitukselle (Crisell 1994, 9). Hilliardin (1985, 207) mukaan radiota onkin kutsuttu mielikuvataiteeksi (*the art of the imagination*). Hänen mukaansa radion tekijöitä eivät sido ajan, paikan tai visuaalisuuden rajoitteet, vaan he pystyvät puhuttelemaan kuulijaa monin eri tavoin musiikin, dialogin, äänen ja hiljaisuuden kautta.

Rajoituksia radiossa ja televisiossa tapahtuvalle viestinnälle aiheutuu sen julkisesta ja institutionaalisesta luonteesta. Sen vuoksi tv- ja radiopuhe on jatkuvan tarkkailun alaisena, esimerkiksi poliittisten, sosiaalisten, kulttuuristen ja moraalisten kysymysten suhteen. Ohjelmien tekijät joutuvat ottamaan tällaiset huolenaiheet huomioon niin kanavien suuria linjoja kuin ohjelmien yksityiskohtiakin mietittäessä. Tällaisilla seikoilla on vaikutusta siihen, mitä missäkin ohjelmassa kannattaa tai ei kannata sanoa (Scannell 1991, 7.)

## 2.2 Radiojuontajat ja viihdeohjelman juontaminen

Lähetysvirtaradiossa suoraa lähetystä juontavan toimittajan rooli on korostunut. (Nukari & Ruohomaa 1997, 21.) Hawesin (1985, 297) mukaan radiokanavien tiukassa kilpailutilanteessa kanavien erottautuminen jää hienovaraisten nyanssierojen varaan. Näitä eroja luovat ensisijaisesti suoran lähetyksen radiopersonallisuudet. Ihmiset kuuntelevat mieluummin juonnettua suoraa lähetystä kuin täysin automatisoitua lähetysvirtaa. Lyhyetkin juontajan kommentit kappaleiden

väleissä riittävät lisäämään spontaaniutta, energiaa, mukautuvuutta, välittömyyttä ja hauskuutta ohjelmaan. Nukari ja Ruohomaa (1997, 15) esittävät, että ylipäätään äänellinen erottuvuus, joka pitää sisällään esimerkiksi kanavan jinglet ja juontajäänet, on oleellinen osa kaupallisen radion tuotemarkkinointia. Siitä huolimatta heidän mukaansa kanavien keskeisin erottava tekijä on musiikki, eivät juontajapersoonat. Radiokanavien soittolistojen yhdenmukaistumisen myötä tilanne saattaa nykyisin olla toinen.

Radiojuontajan rooli on korostunut myös lähetyksen tekniikkaan liittyvien tehtävien hoidossa. Nukarin ja Ruohomaan (1997, 21) mukaan itsekäyttöisessä tuotantotavassa, jota nykyisin tyypillisesti käytetään, toimittajan vastuulla on journalistisen työnsä lisäksi ohjelman tekninen puoli. Radiotoimittajien tehtäväksi on monilla kanavilla tullut myös uutisten kertominen säännöllisin väliajoin. Isotalus (1996, 150) on havainnut televisioesiintymistä tarkastelevassa tutkimuksessaan, että selvän rajan vetäminen toimittajan ja juontajan välille on vaikeutunut.

Vielä silloin kun kokonaiset perheet kokoontuivat yhteen kuuntelemaan radiota, radiotoimittajat olivat tunnettuja julkisuuden hahmoja. Nykyään tällaisia koko kansan tuntemia radiopersoonia on Suomessa vähemmän. Yhdysvalloissa radiopersoonat ovat tunnetumpia ja juontajat ovat usein ensisijainen syy tietyn radiokanavan valintaan. (Nukari & Ruohomaa 1997, 19–22.) Nukarin ja Ruohomaan (1997, 22) mukaan radiopersoona voi nousta suuren yleisön tietoisuuteen esimerkiksi sitoutumalla tiettyyn kanavaan ja esiintymällä siellä säännöllisesti, päivittäin. Julkisuuteen nousussa auttaa heidän mukaansa myös juontajan nimellä markkinoitu ohjelmanimike.

Televisioesiintymistä vuorovaikutuksen näkökulmasta tutkineen Isotaluksen (1996, 151–153) mukaan jokaisen toimittajan esiintyminen tähtää sekä informointiin että yleisön miellyttämiseen. Hänen tutkimuksessaan toimittajien esiintymisen pääfunktioiksi nousivat juuri informointi ja viihdyttäminen, joiden yhdistelmällä pyrittiin hankkimaan ohjelmille katsojia. Televisioesiintymisen funktiot perustuvat siis selvästi joukkoviestintään. Ei ole aivan selvää, pätevätkö nämä esiintymisen pääfunktiot myös radioesiintymisessä, sillä radio- ja tv-ohjelmat poikkeavat paikoin melko paljonkin toisistaan, ja ohjelmalla voidaan arvella olevan vaikutusta miellettyyn funktioon.

Radio on arkipäiväistynyt ja tullut lähemmäksi yleisöään, ja sen myötä radion puhetilanteet ja -tyylit ovat moninaistuneet. Radiotoimittajat esiintyivät ennen instituution äänellä, anonyymeinä, mutta nykyään he puhuvat entistä enemmän omana itsenään. (Valo 1994, 80.) Juontotyylillä riippuu



juontajan persoonallisuudesta, mutta myös kohderyhmästä, soitettavasta musiikista ja ohjelman lähetyksajasta. Parhaiden kuunteluaikojen juontajille on tyypillistä suoran suhteen luominen kuulijaan. Tällaiset juontajat puhuvat muustakin kuin musiikista, kertovat omista kokemuksistaan ja havainnoistaan kenties kommentoiden myös uutisia tai muita ajankohtaisia aiheita. (Crisell 1994, 66–67.)

Kaiken kaikkiaan muutos radiopuheessa on suuntautunut asiakeskeisyydestä yleisökeskeisyyteen, impersonaalisesta viestinnästä persoonalliseen, virallisesta tiedottamisesta epämuodolliseen, keskustelevaan tyyliin. Radiotoimittajalta edellytetään nykyään samankaltaista puheviestintäosaamista kuin kasvokkaisuviestinnässä. (Valo 1994, 80.)

Radioviestinnässä puhuja ja kuuntelija ovat eri paikoissa eikä heillä ole näköyhteyttä. Radioviestintä on siten medioitua viestintää. (Valo 1994, 78.) Koska radioviestinnän vastaanotto on pelkästään kuulonvaraista, epäselvyyksien ja väärinymmärryksien riski on suuri. Kuulija ei pysty esimerkiksi näkemään, mitä studiossa tapahtuu, joten radiopuhujien on monesti yritettävä ikään kuin korvata puuttuvat aistihavainnot kuvailemalla tilanteita ääneen. (Crisell 1994, 5.) Myös televisioesiintymistä tutkinut Isotalus (1996, 138) kuvaa, kuinka television visuaalinen luonne vaikuttaa myös sen verbaaliseen viestintään. Televisiossa asioita voidaan havainnollistaa katseen suunnalla, osoittamalla tai tekstityksellä, kun taas radiossa kaikki on selitettävä ääneen. Samalla radiossa äänenkäytön merkitys korostuu enemmän televisioon verrattaessa.

Perinteisesti radioviestintää on pidetty yksisuuntaisena, sillä reaaliaikainen vuorovaikutus puhujan ja kuulijan välillä ei ole ollut mahdollista. (Valo 1994, 78.) Aiemminkin toki on ollut mahdollista ottaa soittajia mukaan lähetykseen ja nykyään radiojuontajille pystyy internetin ja sosiaalisen median kautta lähettämään viestejä ja osallistumaan siten suorassa lähetyksessä käytävään keskusteluun. Lisäksi yksisuuntaisuus on Valon (1994a, 78–79) mukaan myös monelle kasvokkain tapahtuvalle viestintätilanteelle tyypillistä. Puhuja ei saa vastauksia tai ainakaan verbaalista palautetta esimerkiksi juhlapuheen, esitelmän tai teatteriesityksen aikana. Valo arvelee, ettei radioviestintä poikkeakaan tavallisesta vuorovaikutuksesta niin paljon kuin aiemmin on ajateltu.

Myös Bierig ja Dimmick (1979) kyseenalaistivat jo 1970-luvulla yhdysvaltalaisen radion puheohjelmien määrittelemisen joukkoviestinnäksi interpersonaalisen viestinnän sijaan. Heidän mukaansa radio-ohjelmat saattoivat nimittäin toimia yksinäisille ihmisille kasvokkaisen

interpersonaalisen viestinnän korvikkeina. Tämä pitäneek paikkansa edelleen ja myös suomalaisten radio-ohjelmien kohdalla (ks. esim. Rubin 2000, Isotalus & Valo 1995).

Hieman edellisistä poikkeavaa näkemystä radioviestinnän interpersonaalisuudesta edustaa esimerkiksi Fairclough (1995, 54), joka kutsuu ohjelman varsinaista lähetystilannetta vajavaiseksi viestintätilanteeksi, koska siitä puuttuu lähettäjien ja yleisön suora vuorovaikutus. Tämä tosin ei enää nykyään pidä täysin paikkaansa, sillä lähetystiin on mahdollista osallistua internetin ja sosiaalisen median välityksellä. Siitä huolimatta televisioesiintymistä tutkinut Isotalus (1996, 156–159) näkee, ettei edes reaaliaikainen kommentointimahdollisuus muuta välineen kvasi-interaktiivista luonnetta.

Crisell (1994, 68) puolestaan pitää radiota yhdistelmänä joukkoviestintää ja henkilökohtaista viestintää. Radiota tehdään massoille, mutta sitä kuunnellaan yksilöinä, usein omassa tilassa. Viime vuosikymmenten aikana onkin etsitty yhtäläisyyksiä medioidun viestinnän ja interpersonaalisen viestinnän väliltä, ja näitä on tarkasteltu samoista teoreettisista lähtökohdista (Valo 1994, 79).

Tässä työssä keskusteluun radioviestinnän interpersonaalisuudesta tuodaan erilainen näkökulma. Suomessa lähes kaikkien suosituimpien radiokanavien *prime time* -ohjelmissa juontaminen näet tapahtuu pareittain. Viihteellisissä aamu- ja iltapäiväohjelmissä musiikkikappaleiden väliin jäävän ajan täyttää uutisten, jinglejen ja mainosten lisäksi kahden tai useamman juontajan välinen epämuodollinen jutustelu. Juontajat juttelevat yleensä musiikista, ajankohtaisista aiheista sekä omakohtaisista kokemuksistaan ja näkemyksistään, ja tällöin ainakin viestintää voidaan pitää interpersonaalisena. Juontajan esiintymisen voi siis nähdä muodostuvan interpersonaalisesta viestinnästä juontoparin kanssa.

Juontajan persoonallisuus on radio-ohjelman luonteen kannalta keskeinen tekijä (Vilkko 2010, 66). Kun juontajat puhuvat paljon omista ajatuksistaan ja kokemuksistaan, kuulijoiden on mahdollista ikään kuin oppia tuntemaan heidät. Crisellin (1994, 69) mukaan radiojuontaja on kuulijalle samanaikaisesti todellinen ja kuvitteellinen; jotakin hänestä kuulija tietää mutta lopun joutuu kuvittelemaan. Tietyssä mielessä pelkkänä äänenä esiintyvä radiojuontaja ei tarjoa samanlaista ”kumppanuutta” kuin tv-esiintyjä, jonka voi sekä nähdä että kuulla. Toisaalta radiojuontaja voi olla kuulijan seurana pitempiä aikoja kerrallaan ja erilaisten tekemisten yhteydessä. Lisäksi kuulija voi – niiltä osin kuin ei paremmin tiedä – kuvitella hänet haluamansalaiseksi.

Toisinaan ihmiset muodostavat radiojuontajiin niin kutsuttuja parasosiaalisia suhteita. Suhde syntyy samalla tavoin kuin interpersonaaliseen kontaktiin perustuva tuttavuus tai ystävyys: useiden ja jatkuvien kontaktien tuloksena sekä yhteisen historian ja odotetun tulevan kanssakäymisen varaan rakentuen. Läheiseksi koetun radiojuontajan tulee olla miellyttävä, luotettava ja ennustettava, ja puuttuvilta osin hänen henkilökuvaansa täydennetään omien päätelmien avulla. (Valo 1994, 80.)

Parasosiaalinen suhde syntyy helpommin tv- kuin radioesiintyjiin. Yleisö kokee tv-esiintyjät itselleen radioesiintyjä läheisempinä ja muodostaa heihin vahvempia parasosiaalisia suhteita. Lempitelevisoesiintyjä pidetään osaavampina ja viehättävämpinä kuin radiosuosikkeja, ja suhtautuminen heihin oli empaattisempaa. Radiopersonallisuudet puolestaan tarjoavat kuulijoilleen odotettua ja mieluisaa seuraa. Suomalaisten radionkuuntelijoiden parasosiaalisia suhteita määrittävät sellaiset ulottuvuudet kuin kuviteltu ystävyys, seuraan hakeutuminen, empatia ja suhteen todellisuus. Viimeksi mainitulla tarkoitetaan sitä, että esiintyjää ajatellaan kuuntelutilanteen ulkopuolellakin ja hänet kenties haluttaisiin nähdä kasvotustenkin. Parasosiaalisen suhteen luonteeseen kuuluu myös esiintyjän kompetenssin, eli esimerkiksi fiksuuden ja ammattitaitoisuuden, arvioiminen. (Isotalus & Valo 1995, 68–71.) Kenties kuulijoille ei riitä se, että juontaja vaikuttaa mukavalta ihmiseltä ja pitää seuraa, vaan häneltä saatetaan edellyttää myös onnistuneita työsuorituksia ja monipuolista osaamista.

## 2.3 Viestintäosaaminen

### 2.3.1 Viestintäosaamisen määrittelyä

Viestintäprosessien ymmärtäminen ja erilaisissa tilanteissa vaadittavat viestintätaidot ovat yhä keskeisempiä työelämävalmiuksia (Gerlander & Takala 2000, 163). Viestintäosaamisen merkitys on ratkaiseva niin työnsaannin kuin työssä menestymisenkin kannalta, kun erilaiset työtehtävät sisältävät jatkuvasti yhä enemmän vuorovaikutusta esimerkiksi erilaisissa verkostoissa ja työryhmissä (Suomalainen 2000, 131). Samalla korostuu ihmissuhdeosaaminen, jonka nähdään vaikuttavan myönteisesti työn laatuun. Joissakin ammateissa toiminta tapahtuu keskeisesti vuorovaikutuksessa, jolloin työn onnistuminen riippuu suoraan vuorovaikutuksen toimivuudesta. Tällaisia ammatteja voidaan kutsua interpersonaalisiksi ammateiksi (Gerlander & Takala 2000,

157), ja radio-ohjelman juontamista parin tai useamman kanssa voitaneen pitää interpersonaalisenä ammattina.

Kostiainen (2003, 10) määrittelee tutkimuksessaan viestintäosaamisen yksilön viestinnälliseksi toimintakyvyksi, joka koostuu ihmisten väliseen vuorovaikutukseen liittyvistä tiedoista, taidoista, kyvyistä, ominaisuuksista, asenteista ja ymmärryksestä. Näille kaikille kukin yksilö antaa omat merkityksensä ja painoarvonsa. Viestintäosaamisen tieteellisessä tarkastelussa taitonäkökulma on korostunut ja tietojen rooli jää minimaaliselle huomiolle (Isotalus & Mäki 2009, 25). Valo (1994b, 39) kuitenkin muistuttaa, että tieto on puheviestintätaitojen edellytys.

Spitzbergin (2000, 109) mukaan taidokas viestintä on sekä tehokasta että tarkoituksenmukaista. Viestinnän tehokkuus viittaa haluttujen päämäärien saavuttamiseen ja tarkoituksenmukaisuus toimimiseen tietyn tilanteen asettamien normien mukaisesti. Valkosen (2003, 148) mukaan mukautuminen erilaisiin tilanteisiin onkin taitavan vuorovaikutuksen perusedellytys. Siihen kuuluu oman viestintäkäyttäytymisen kontrollointi ja oman toiminnan yhteensovittaminen toisten käyttäytymiseen. Toisen ihmisen viestinnän tarkkailu mahdollistaa tilanteen hallinnan ja omasta osuudesta suoriutumisen (Valo 1994, 44), ja tarkkailemalla samalla omaa viestintäkäyttäytymistään voi varmistaa viestivänsä tehokkaasti ja tarkoituksenmukaisesti (Jensen & Jensen 2006, 19).

Viestintäosaaminen syntyy sosiaalisissa suhteissa viestijöiden yhteistyönä. Puheviestinnän persoonallisen ja sosiaalisen luonteen vuoksi ei ole mahdollista määrittää kaikenkattavaa hyvän viestinnän standardia. (Valkonen 2003, 149, 143.) Osaamista tarkastellaan viestinnän osapuolten välisen vuorovaikutusprosessin ja keskinäisen riippuvuussuhteen kannalta, eikä niinkään enää korosteta yksilön suoritusta ja taitoja. Viestintäosaamisen katsotaan kehittyvän viestinnän osapuolten yhteistyönä ainutlaatuisissa ja kontekstiriippuvaisissa viestinnällisissä suhteissa. (Hyvärinen 2011, 48.) Koska viestintätilanteet, keskustelukumppanit ja heidän viestintäkäyttäytymisensä vaihtelevat niin merkittävästi, ei viestinnästä myöskään voida antaa joka tilanteessa päteviä neuvoja (Jensen & Jensen 2006, 19). Taitojen tarvetta määrittävät aina viestijän omat tavoitteet, viestintäkumppanin tekemiset, tilannetekijät, konteksti ja kulttuuri (Valo 1995, 70).

Valon (1994b, 37–38) mukaan puheviestintäosaaminen voidaan jakaa seuraaviin taitoalueisiin: viestinnän funktioihin liittyvät taidot, vuorovaikutuksen ja sanoman rakentamisen taidot, sanoman vastaanottamisen ja arvioimisen taidot, ihmisten välisiin suhteisiin ja konfliktinratkaisuun liittyvät taidot. Näistä ensimmäinen viittaa taitoon toteuttaa ja havaita viestinnän eri tarkoituksia kuten

tiedottamista, vaikuttamista ja tunteiden ilmaisua. Vuorovaikutuksen ja sanoman rakentamisen taidot puolestaan viittaavat esimerkiksi keskustelun aloittamiseen ja ylläpitämiseen, perustelutaitoon ja havainnollistamiseen. Sanoman vastaanottamisen ja arvioimisen taidot ovat esimerkiksi johtopäätösten tekemistä ja mielipiteiden erottamista tosiasioista, kun taas ihmisten välisiin suhteisiin ja konfliktinratkaisuun liittyvät taidot voivat viitata toisen näkökannan ja mielipide-erojen kuvailemiseen.

Valon (1995, 69) mukaan ihmisen persoonallisuus luo tietyn pohjan hänen viestinnälleen, mutta siitä huolimatta puheviestintätaitoja – siinä missä kirjallisen viestinnän taitojakin – on mahdollista oppia ja opettaa. Samaan aikaan taitavaksi puheviestijäksi voi kuitenkin oppia myös ilman koulutusta mallioppimisen tai käytännön viestintätilanteissa hankitun kokemuksen kautta (Valkonen 2003, 48). Ihmissuhdevalmiuksien onkin perinteisesti oletettu kehittyvän koulutuksen ja työn ohella, eikä niitä ole painotettu työn onnistumisen keskeisinä edellytyksinä, jotka vaatisivat erityistä koulutusta (Gerlander & Takala 2000, 161).

### 2.3.2 Esiintymistaito viestintäosaamisen osana

Eräs puheviestinnällisen osaamisen keskeisimmistä taidoista on esiintymistaito. Hyvä esiintyminen tehostaa sanoman perillemenoä ja ymmärtämistä (Isotalus 1995, 83, 91). Esiintymistaidon arvioinnissa voidaan kiinnittää huomiota valmisteluun, sisältöön, esityksen rakenteeseen, esittämistapaan ja -tyyliin sekä puhujan ja kuulijan väliseen vuorovaikutukseen (Valkonen 2003, 45.) Isotaluksen (1995, 90, 94) mukaan hyvä esiintyminen edellyttää useiden potentiaalisten toimintamallien hallintaa, eikä aina voi esiintyä samalla tavalla. Hyvältä esiintyjältä vaaditaan spontaaniutta ja kykyä reagoida tilanteen mukaan, vaikka esiintymistä olisikin valmisteltu tarkoin ennakkoon. Valmistautuminen tehostaa suoritusta, kunhan sen ei anna kahlita liikaa. Taitava esiintyjä osaa häivyttää valmistautumisensa niin, ettei esimerkiksi muistiinpanojen vilkuilu häiritse vuorovaikutusta eikä esiintyminen vaikuta liian tarkkaan harkitulta.

Osaava esiintyjä hallitsee jännityksensä, ei anna sen häiritä tai suuremmin näkyä yleisölle. Muutenkin hän pystyy tiettyyn pisteeseen asti säätelemään sitä, millaisia vaikutelmia hänestä muodostuu. Vastaanottajan mieltä ei toki voi kontrolloida, mutta esimerkiksi luotettavuudesta, välittömyydestä tai innostuneisuudesta syntyvää vaikutelmaa puhuja voi tehostaa. (Isotalus 1995, 91–93.)

Henkilökohtaiset suhteet perustuvat vuorovaikutukseen, ja siitä syystä suhteiden muodostuminen edellyttää vuorovaikutustaitoja (Dindia & Timmerman 2003, 685). Radiojuontajan tapauksessa suhde pitää muodostaa sekä yleisöön että mahdolliseen juontajapariin. Toisinaan prime time -lähetyksissä juontajia on studiossa jopa kolme, jolloin korostuvat ryhmäviestinnän taidot. Valo (1995, 73–74) muistuttaa, että yksin puhuessaan voi edetä omien suunnitelmiansa mukaan, mutta ryhmässä oma toiminta on mukautettava muiden puheisiin ja toimintaan. Ryhmäviestintä vaatii neuvottelun, sovittelun, päätöksenteon, ongelmanratkaisun ja yhteisten tavoitteiden edistämisen taitoja. Muita ryhmäviestinnän perustaitoja ovat puheenvuoron ottaminen ja ylläpitäminen, toisen puheenvuorosta jatkaminen, responsiivisuus, vuorovaikutuksen kulun seuraaminen sekä keskustelun ja sen koherenssin ylläpitäminen.

### 2.3.3 Radiojuontamisen viestinnällisiä edellytyksiä

Kullekin alalle tyypilliset vuorovaikutuskontekstit sekä niihin liittyvät normit ja käytänteet määrittelevät, millaista osaamista alalla tarvitaan. Viestinnän tehokkuuden ja tarkoituksenmukaisuuden määritelmät voivat siis vaihdella alakohtaisesti. Koska tarvittavaan viestintäosaamiseen ja sen määritelmään vaikuttavat alakohtaiset arvot, asenteet, normit ja käytänteet, on alakohtaista viestintäosaamista lähestyttävä kunkin alan omista lähtökohdista käsin. (Hyvärinen 2011, 21.)

Radiopuheeseen kohdistuvat odotukset kertovat radiokontekstin normeista eli siitä, millaista viestintää pidetään radiolle tyypillisenä ja sopivana. Normit ja odotukset vaihtelevat kanavien, ohjelmien, puhetilanteiden ja kuuntelijaryhmien mukaan. (Valo 1994, 82–84.) Radioesiintymisessä vaadittavista taidoista on hyvin vähän tutkimustietoa. Erilaisia esiintymisoppaita on runsaasti, mutta niiden ohjeet tapaavat olla normatiivisia ja ylimalkaisia, eivätkä ne siten tarjoa välineitä esiintymistaitojen kehittämiseen. (Isotalus 2005, 89.)

Radiossa puhujan täytyy mukauttaa viestintänsä sopivaksi siihen tilanteeseen, jossa häntä kuunnellaan. Vaikka puhe tuotetaan julkiseksi, se otetaan vastaan monesti yksityisyyden piirissä. Siellä kuulijat odottavat heille puhuttavan tuttuun, ystävälliseen ja epämuodolliseen sävyyn, kuin vertaiselle. Radiopuheen on siksi syytä muistuttaa tyyliltään tavallista, vapaamuotoista keskustelua, eikä niinkään noudattaa julkisen puheen normeja ja muotoa. (Scannell 1991, 3.)

Kujala, Lahti ja Tamminen (1999, 67) esittävät radiotyön oppikirjassaan, että kuulijoiden tarkkaavaisuutta ja intensiteettiä ylläpidetään huolehtimalla etenemisestä, käsiteltävien asioiden todellisuudesta, aineksen elämänläheisyydestä, tutunomaisuudesta, uutisluonteisuudesta, jännitteestä, ristiriitaisuuksista, huumorista ja sanoman tärkeydestä. Näitä käsitteitä ei teoksessa selitetä tai määritellä laajemmin, vaikka niille tuskin on olemassa yksiselitteisiä ja vakiintuneita tulkintatapoja.

Radioesiintymisen oppikirjoissa radiopuhetta verrataan tyypillisesti interpersonaaliseen, kahdenkeskiseen viestintään. Ohjeissa tähdätään siihen, että puhuja ja kuuntelija voisivat tuntea viestivänsä kasvotusten. Radiopuhujan tulisi puhua niin kuin hänellä olisi katsekontakti kuulijaan ja puhuttava kuin yhdelle ihmiselle. Puheesta ei saa kuulua se, jos toimittaja puhuu jonkun muun puolesta tai kertoo ääneen jonkun toisen kokoamia tietoja, vaan toimittajan pitää esittää asiat ominaan ja saada ne kuulostamaan hänelle itselleen tärkeiltä. Puheen tulisi kuulostaa helpolta, ymmärrettävältä ja eläväiseltä, ei ulkoluennalta. Siitä huolimatta huomiota tulisi kiinnittää hyvään ja oikeaoppiseen äänenkäyttöön ja suomen kieleen. (Valo 1994, 83.)

Valon (1994a, 191) mukaan hyvää ääntä kuvaillaan usein selkeäksi, vaihtelevaksi, eloiseksi ja vivahteikkaaksi. Melko matala puheääni on usein kuulijoiden mieleen. Hyvä puhe on rauhallista, sujuvaa, virheetöntä ja huolellisesti äännettyä. Lisäksi puheelta toivotaan sopivuutta puhetilanteeseen ja asiaan sekä sopivaa persoonallisuutta, voimakkuutta ja luontevuutta.

Kujala, Lahti ja Tamminen (1999, 82–83) määrittelevät radiotyön oppikirjassaan radiopersonallisuudelta toivottaviksi ominaisuuksiksi ja taidoiksi karisman, verbaalisen ja nonverbaalisen viestinnän, tilanteiden hallinnan, vahvan yleistiedon, jonkin alan erikoistuntemuksen, haastattelutaidon, rohkeuden, dramaturgian tajun ja elämäkokemuksen, jolla ei kuitenkaan viitata ikään vaan ennemmin uteliaaseen elämänsenteeseen. Radiopersonallisuuden on oltava sanavalmis, selviydettävä yllättävistä tilanteista, tehtävä nopeita päätöksiä, osattava rakentaa jännitettä kertomiinsa tarinoihin ja haluttava jatkuvasti kehittyä tekemisessään.

Hawesin (1985, 323) listauksen mukaan juontajalta vaaditaan hyvää ääntä ja äänenkäyttöä, ohjelman sisällön tuntemista ja hyvän kuulijasuhteen ylläpitämistä. Lisäksi hänen tulee olla luotettava, tuottaa tasaisen laadukasta ohjelmaa ja pyrkiä olemaan kilpailijoitaan parempi. Isotaluksen (1996, 140–141) mukaan tavanomaisesta poikkeaminen ainakin tv-juontajilla nähdään

yleisössä myönteisesti. Toisinaan käy hänen mukaansa niinkin, että normista poikkeavat tavat muodostuvat esiintyjän tavaramerkiksi, mihin hänen esiintymisensä perustuu ja mikä kenties tekee hänet suosituksi. Tyypillisesti suosioon nousevat sellaiset esiintyjät, joiden esiintymispiirteet poikkeavat jonkin verran muista.



### 3 TUTKIELMAN TOTEUTUS

#### 3.1 Tutkimusongelma ja kysymyksenasettelu

Radio on edelleen suomalaisille tärkeä media (Wiio & Nordenstreng 2012, 18), mutta suomalaista radiota on viime aikoina ja ylipäänsäkin tutkittu varsin vähän (Ala-Fossi 2008, 33). Etenkin puheviestinnän saralla radio on jäänyt hyvin vähälle huomiolle, vaikka kyseessä on monella tapaa ainutlaatuinen viestintäväline. Radio on pääasiassa kuulonvarainen viestintäväline, jota voidaan kuunnella monissa erilaisissa tilanteissa (Nukari & Ruohomaa 1992, 65) ja muun tekemisen ohella (Crisell 1994, 13). Radio mahdollistaa nopean uutisoinnin, tapahtuman reaaliaikaisen kuvailun ja nykyään tarjoaa myös yleisölle mahdollisuuden osallistua lähetyksiin (Nukari & Ruohomaa 1997, 136).

Radiotarjonnasta julkisuus tyypillisesti arvostaa perinteistä asiaa viihteen kustannuksella. Tämän taustalla saattaa vaikuttaa yleisradiotoiminnalle alkuvaiheistaan asti ominainen kansanvalistusajattelu. (Ruohomaa 1996, 66.) Etenkin viihteellistä, usein kaupallista, radiota on kenties tämän vuoksi Suomessa tutkittu vähänlaisesti, ja vähäisetkin tutkimukset tapaavat keskittyä enemmän muuhun kuin puhevälitteisiin. Radion parhaaseen kuuntelu-aikaan, jolloin se tavoittaa eniten kuulijoita, lähetetään useilta kanavilta kuitenkin nimenomaan viihteellistä, musiikkia ja puhetta yhdistävää, ohjelmaa. Näiden ohjelmien kuulijamäärien perusteella voidaan väittää aamun, päivän ja iltapäivän viihteellisten radio-ohjelmien olevan osa ihmisten arkea ja rutiineja.

Radiossa puhuminen on medioitua viestintää, jossa puhuja ja kuuntelija eivät näe toisiaan (Valo 1994, 78). Tämä luo radiopuheelle omat erikoispiirteensä, vaatimuksensa ja haasteensa (ks. esim. Crisell 1994, 5). Sen lisäksi juontoparin tai useamman kanssa juontaminen yhdistää mielenkiintoisella tavalla interpersonaalisen viestinnän ja esiintymisen, kun samanaikaisesti sekä jutellaan juontoparin kanssa että esiinnyttään tuhansille kuulijoille.

Radiojuontajan työssä viestinnällä on eittämättä keskeinen merkitys. Jonkin verran on tutkittu sitä, millaista viestintää kuulijat radiojuontajilta toivovat. Tässä tutkielmassa radiojuontamista ja sen vaatimuksia haluttiin tarkastella toisesta näkökulmasta. Tutkielman tavoitteena on selvittää viihteellisten radio-ohjelmien juontajien käsityksiä ammatissaan tarvittavasta viestintäosaamisesta. Viihteen tekemistä saatetaan toisinaan pitää asiaohjelmien tekemiseen verrattuna yksinkertaisena tai

vähemmän vaativana. Tämän tutkielman lähtökohtana on kuitenkin oletus, että viihteellisen ohjelman juontaminen vaatii yhtäläillä monipuolista, kenties tosin erityyppistä, osaamista kuin asiaohjelman juontaminen.

Koska radionkuuntelijoiden käsityksiä hyvästä juontamisesta on jo jonkin verran tutkittu, on kiinnostavaa selvittää, millaisiksi juontajat itse kuvailevat työnsä vaatimuksia ja omaa osaamistaan. Juontajat tuntevat juontotilanteen ominaispiirteet ja viestinnälliset erityisvaatimukset kuulijoita paremmin, ja osaavat kenties suhteuttaa työssä tarvittavaa osaamista niihin.

Tässä tutkielmassa tutkimusongelma on:

*Millaista viestintäosaamista viihteellisen radio-ohjelman juontaja mielestään juontotilanteessa tarvitsee?*

Muiden kuin itse radiojuontajien lienee vaikeaa ymmärtää, mitä kaikkea radiolähetyksen juontaminen oikeastaan pitää sisällään. Juontamisen viestinnälliset tekijät saattavat näyttäytyä eri tavoin radioammattilaiselle ja tutkijalle, jolla ei ole kokemusta kyseisestä työstä. Radiojuontajien toivotaan pohtivan juontamistilanteen luonnetta, kertovan sen sisällöistä ja määrittelevän sen ominaispiirteitä, haasteita ja mahdollisuuksia. Radiojuontajien halutaan itse kuvailevan radiolähetyksen viestinnällisiä tekijöitä ja erityispiirteitä, jotta voidaan muodostaa käsitys siitä, millainen viestintätilanne juontaminen on. Jotta voitaisiin tarkastella juontotilanteessa tarvittavaa viestintäosaamista, on ensin syytä selvittää kontekstin vaikutus kyseisen tilanteen viestintään. Siksi ensimmäinen tutkimuskysymys on:

*TK1: Millaiset seikat ovat juontajien mielestä ominaisia juontamiselle viestintätilanteena?*

Kun haastateltavat radiojuontajat ovat ensin esitelleet työnsä eri ulottuvuuksia ja määritelleet sen viestinnällisiä piirteitä, voidaan siirtyä tarkastelemaan juontajien käsityksiä hyvästä radiojuontamisesta. Jotta saataisiin selville, millaista osaamista juontaminen vaatii, on syytä selvittää, millaiseen suoritukseen haastatellut juontajat pyrkivät, eli millaiseksi he kuvailevat hyvää radiojuontamista. Toinen tutkimuskysymys on:

*TK2: Millaista juontajien mielestä on hyvä juontaminen?*

Kun juontamistilanteen kontekstuaaliset tekijät on kartoitettu ja juontajat ovat määritelleet omat kriteerinsä hyvälle radiojuontamiselle, juontajia pyydetään kuvailemaan omaa juontotilanteen viestintäosaamistaan ja sen kehittymistä. Tarkoituksena on selvittää viestinnän ammattilaisen näkemyksiä oman viestintäosaamisensa osa-alueista, kattavuudesta ja kehittymisestä, onnistumisista ja epäonnistumisista. Tavoitteena on selvittää, miten haastatellut ovat juontajiksi kehittyneet, millaista kehitystä on aloittamisen jälkeen tapahtunut ja miten juontajat pyrkivät yhä edelleen kehittymään työssään. Kolmas tutkimuskysymys on:

*TK3: Millaiseksi radiojuontajat arvioivat omaa juontamiseen liittyvää viestintäosaamistaan ja sen kehitystä?*

### 3.2 Tutkimusmenetelmä

Puheviestinnän tutkimus voi olla määrällistä tai laadullista, ja sopiva tarkastelutapa valitaan tutkimuskohtaisesti. Määrällinen tutkimus etsii tyypillisesti syy-seuraussuhteita ja korrelaatioita, kun taas laadullinen pyrkii enemmän ymmärtämään tarkasteltavia ilmiöitä. Koska tässä tutkielmassa pyritään nimenomaan luomaan kokonaiskuvaa vain vähän tutkitusta aiheesta, soveltuu laadullinen tutkimusote tähän työhön määrällistä paremmin. Tutkielmalla ei haeta selkeää vastausta kysymykseen, vaan pyritään kartoittamaan ja ymmärtämään juontajien käsityksiä juontamistilanteesta tarvittavasta viestintäosaamisesta.

Laadullisen tutkimuksen lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen. Laadullisen tutkimuksen piirissä todellisuus ymmärretään moninaiseksi, ja tutkittavaa kohdetta pyritään tarkastelemaan kokonaisvaltaisesti. Tyypillisesti laadullisella tutkimuksella pyritään löytämään tai paljastamaan tosiasioita eikä niinkään todistamaan valmiita väittämiä oikeiksi. Käsiteltävät tapaukset ovat ainutlaatuisia, ja se pitää ottaa aineiston tulkinnassa huomioon. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 161–164.) Laadullisessa tutkimuksessa kerätty aineisto määrittää suurilta osin tutkimuksen kulkua ja joskus jopa aiheuttaa muutoksia alkuperäiseen tutkimussuunnitelmaan (Eskola & Suoranta 1998, 15–16). Tätä työtä varten kerätty aineisto vastasi melko hyvin odotuksia eikä siten aiheuttanut tarvetta muuttaa alkuperäistä tutkimussuunnitelmaa.

Aineiston keräämisestä vastaa laadullisessa tutkimuksessa erilaisten mittausvälineiden sijaan useimmiten ihminen (Hirsjärvi et al. 1997, 164). Tuomen ja Sarajärven (2009) mukaan

tavallisimmin käytetyt aineistonkeruumenetelmät ovat haastattelu, kysely, havainnointi ja erilaisiin dokumentteihin perustuva tieto. Tässä tutkielmassa aineistonkeruumenetelmäksi valittiin haastattelu, jotta tutkimukseen osallistuvat henkilöt pääsisivät vapaasti tuomaan omia ajatuksia ja näkökulmiaan esiin. Aineistonkeruumenetelmänä haastattelu mahdollistaa vapaamuotoisemmat, kattavammat ja monipuolisemmat vastaukset kuin esimerkiksi lomakekysely. Hirsjärven ja Hurmeen (2008, 34–35) mukaan haastattelun etuihin kuuluvat lisäksi mahdollisuus esittää tarkentavia kysymyksiä ja mahdollisuus havainnoida myös haastateltavien nonverbaalia viestintää syvällisemmän ymmärryksen saavuttamiseksi. Haastattelu on heidän mukaansa sopiva valinta aineistonkeruumenetelmäksi esimerkiksi silloin, kun jo ennalta tiedetään tutkimuksen aiheen tuottavan monitahoisia ja moniin eri suuntiin viittaavia vastauksia. Tätä tutkielmaa varten tehdyissä haastatteluissa annetut vastaukset olivat usein moniulotteisia ja viittasivat myös kysymysten aihepiirien ulkopuolelle. Teemahaastattelun voidaan siksi katsoa toimineen aineistonkeruumenetelmänä hyvin.

Haastattelumenetelmän huonoiksi puoliksi Hirsjärvi ja Hurme (2008, 34–35) luettelevat esimerkiksi sen aikaavievyyden ja riskin monenlaisiin virhelähteisiin. Tutkimuksen toteuttamisessa ongelmia saattavat aiheuttaa esimerkiksi haastattelijan kokemattomuus tai yhtäläillä haastateltavan taipumus antaa sosiaalisesti hyväksyttäviä vastauksia. Tässäkin tutkielmassa, jossa haastateltavat muun muassa pohtivat hyvää juontamista, on riskinä saada vastauksina kysymyksiin suoraan oppikirjoista omaksuttuja taitoluetteloita.

Erilaisista haastattelumuodoista tässä tutkielmassa päätettiin hyödyntää teemahaastattelua, sillä sen katsottiin olevan paras tapa selvittää juontajien omia näkemyksiä ja kokemuksia tutkittavasta aiheesta. Koska radiojuontajien viestintäosaamista on tutkittu vain vähän, tutkielman avulla pyritään luomaan aiheesta ennemmin kokonaiskuvaa kuin etsimään vastauksia yksittäisiin kysymyksiin. Teemahaastattelun katsottiin soveltuvan tähän tarkoitukseen hyvin sen joustavan rakenteen vuoksi. Teemahaastattelussa aihepiirit tai teemat määritellään etukäteen, mutta kysymysten tarkan muodon ja järjestyksen päättää haastattelijä vasta haastattelun aikana (Eskola & Suoranta 1998, 86). Tällaisen strukturoimattoman haastattelun avulla arveltiin tässä tutkielmassa saatavan mahdollisimman monipuolista ja syvällistä tietoa tarkasteltavasta aiheesta, kun haastateltavat pääsisivät kertomaan näkemyksistään vapaasti.

Teemahaastattelurunkoa suunniteltaessa oli pohdittava operationalisointia eli sitä, miten tutkimuksen teoreettinen kieli käännetään tutkittavien ymmärtämälle kielelle havaintojen keräämiseksi.

Operationalisointi liitetään perinteisesti määrälliseen tutkimukseen, mutta Eskolan ja Suorannan (1998, 77) mukaan siitä voidaan tietyin varauksin puhua myös laadullisen tutkimuksen yhteydessä. Aineistoa hankkiessaan myös laadullisen tutkimuksen tekijä joutuu pohtimaan, miten tehdä tutkimuksensa teoreettinen kieli ymmärrettäväksi tutkimushenkilöilleen. Toisin sanoen haastattelijan on pyrittävä siihen, että kysymyksissä esiintyvät käsitteet ja sanamuodot olisivat mahdollisimman ymmärrettäviä, selkeitä ja yksitulkintaisia.

Tutkimuskysymyksiin ei juuri liittynyt monimutkaisia tieteellisiä käsitteitä, joita olisi haastattelua varten tarvinnut muotoilla ymmärrettävämpään muotoon. Silti oli kiinnostava huomiota siihen, millaisin kysymyksiin parhaiten pystytään kartuttamaan ymmärrystä abstraktista aiheesta. Teemahaastattelurunko (liite 1) rakennettiin niin, että useampi kysymys saattoi käsitellä hieman samaa aihetta. Näin pyrittiin varmistamaan, että kaikkiin selvitettäviin asioihin varmasti saataisiin vastaus. Teemahaastattelurunko jakautui seitsemään osaan: taustatiedot, juontotilanteen puitteet, yleisö, parityöskentely, taitava juontaminen, juontajan oma viestintäosaaminen sekä osaamisen kehitys.

### 3.3 Haastateltavat ja aineiston kerääminen

Tutkimukseen etsittiin osallistujia selvittämällä aluksi, ketkä kaikki tutkimuksen tekohetkellä juonsivat parhaaseen kuuntelu-aikaan lähetettävää viihteellistä radio-ohjelmaa laajasti kuunnellulla kanavalla. Ehtoina oli lisäksi se, että ohjelmaa juonettiin joko pareittain tai useamman, tyypillisesti kolmen, hengen ryhmässä, eikä ohjelmalla ollut erityistä aihetta tai teemaa. Kun tällaiset juontajat oli löydetty, heitä lähestyttiin sähköpostitse (liite 2) ja pyydettiin osallistumaan tutkimukseen. Tutkimukseen kutsutuille luvattiin, ettei osallistujien nimiä paljasteta tutkielmassa.

Ennen varsinaisia haastatteluita suunniteltuja haastattelukysymyksiä testattiin pilottitutkimuksen avulla. Erästä Yleisradion radiotoimittajaa haastateltiin suunniteltua teemahaastattelurunkoa käyttäen, ja haastattelu nauhoitettiin myös käytettävän äänityslaitteen toimivuuden testaamiseksi. Pilottitutkimuksen jälkeen joitakin kysymyksiä poistettiin ja joitakin täsmennettiin, jos ne olivat osoittautuneet vaikeaselkoisiksi.

Eskolan ja Suorannan (1998, 18) mukaan laadullisessa tutkimuksessa tarkastellaan usein hyvin pientä määrää tapauksia, jolloin niitä voidaan analysoida mahdollisimman kattavasti. Tähän

tutkimukseen osallistui yksitoista radiojuontajaa, joista kolme oli naisia ja kahdeksan miehiä. Kaikki juontajat juonsivat haastatteluhetkellä vähintään kerran viikossa lähetettävää viihdeohjelmaa yhden tai useamman juontajaparin kanssa. Haastatteluun osallistui juontajia viideltä eri radionkanavalta, joista kutakin kuunteli haastatteluiden tekohetkellä viikoittain vähintään 500 000 ihmistä (Finnpanel 2015). Tutkimukseen osallistui juontajia sekä kaupallisilta radiokanavilta (seitsemän juontajaa) että Yleisradiosta (neljä juontajaa). Kutakin juontajaa haastateltiin kahden kesken, jottei esimerkiksi juontajaparin läsnäolo vaikuttaisi hänen vastauksiinsa.

Kaikilla haastatelluilla oli takanaan vähintään kolme vuotta radiojuontamista, osa oli tehnyt erilaisia juontotöitä jo yli kaksikymmentä vuotta. Jo haastattelukutsuja lähetettäessä oli otettu huomioon, että haastateltavilla juontajilla tulisi olla jo vähintään puolen vuoden mittainen kokemus juontamisesta, jotta heille olisi jo ehtinyt karttua monipuolinen käsitys työnsä viestinnällisistä piirteistä ja vaatimuksista. Yli puolet haastatelluista oli radiojuontamisen lisäksi juontanut tv-ohjelmia tai tehnyt radiotoimittajan tai -tuottajan töitä.

Noin puolella juontajista ei ollut radiojuontamiseen tai -toimittajuuteen liittyvää koulutusta, loput olivat opiskelleet radio- ja tv-työtä tai journalismia joko ammattikorkeakoulussa tai yliopistossa. Jälkimmäisestä joukosta kaksi oli haastatteluhetkellä valmistunut opinnoistaan. Noin puolet juontajista ja lähes kaikki heistä, joilla radioalan koulutusta ei ollut, oli päätenyt alalle paikallisradion kautta. Haastattelut tehtiin radiokanavien omissa tiloissa.

Tehdyt haastattelut nauhoitettiin digitaalisella sanelukoneella, ja haastattelumateriaalia kertyi yhteensä kymmenen tuntia ja 25 minuuttia. Näin ollen haastattelujen keskipituus oli noin 57 minuuttia. Lyhin haastattelu kesti noin 25 minuuttia, pisin tunnin ja 36 minuuttia. Haastattelut litteroitiin sanatarkkuudella kirjalliseen muotoon, mikä kirjasimella Times New Roman, kirjasinkoolla 12 ja rivivälillä 1,5 tuotti 226 arkkia tekstiaineistoa. Haastattelut numeroitiin sattumanvaraiseen järjestykseen, ja niistä poimitujen aineistokatkelmien yhteydessä ilmoitetaan haastattelun numero tunnuksella H1–H11. Merkintä -- merkitsee aineistokatkelmassa virkkeestä poistettua osaa. Osia on poistettu otteen sisällön yhtenäistämiseksi tai luettavuuden ja ymmärrettävyyden parantamiseksi. Osia poistettaessa on huolellisesti varottu muuttamasta aineistokatkelmien alkuperäistä asiasisältöä tai merkitystä. Aineistokatkelmien välimerkit ovat tekijän lisäämiä.

### 3.4 Tulosten analyysi

Laadullisen aineiston analyysissä pyritään luomaan selkeyttä aineistoon ja tuottamaan uutta tietoa tarkasteltavasta asiasta. Aineiston informaatioarvoa pyritään kasvattamaan tiivistämällä aineistoa ja luomalla hajanaisesta kokonaisuudesta siten selkeää ja mielekästä sisältöä. (Eskola & Suoranta 1998, 137.) Analyysitekniikat ja niihin liittyvät työskentelytavat ovat moninaisia, ja standardoituja tekniikoita on laadullisessa tutkimuksessa vain vähän (Hirsjärvi & Hurme 2008, 136).

Eskolan ja Suorannan (1998, 19) mukaan laadullinen analyysi on usein aineistolähtöistä, mikä tarkoittaa sitä, että teoriaa rakennetaan empiirisestä aineistosta lähtien. Tällainen lähestymistapa on heidän mukaansa hyödyllinen etenkin silloin, kun halutaan määritellä tutkimuksessa tarkasteltava ilmiö hankkimalla perustietoa sen luonteesta tai olemuksesta. Tässäkin tutkielmassa tarkoitus oli nimenomaan tutustua aiemmin vain vähän tutkittuun aiheeseen, joten aineiston annettiin ohjata analyysin etenemistä. Tuomen ja Sarajärven (2009, 95) mukaan aineistolähtöinen analyysi pyrkii luomaan tutkimusaineistosta teoreettisen kokonaisuuden. Analyysiyksiköt valitaan aineistosta niin, että ne ovat linjassa tutkimuksen tarkoituksen ja tehtävänasettelun kanssa.

Laadullisen aineiston käsittely on keskeisiltä osiltaan sekä analyysiä että synteisiä. Analyysissä aineistoa eritellään ja luokitellaan, ja synteisissä pyritään luomaan kokonaiskuvaa ja esittämään tutkittava ilmiö uudelta näkökulmasta. Analyysin perustana toimii aineiston kuvailu, jolla tarkoitetaan henkilöiden, kohteiden tai tapahtumien ominaisuuksia tai piirteitä. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 143–145.)

Laadullista aineistoa voidaan lähestyä esimerkiksi luokittelun, teemoittelun ja tyypittelyn avulla. Luokittelu muistuttaa määrällistä tutkimusta, kun aineistosta määritellään luokkia ja lasketaan niiden esiintymisuseuksia. Teemoittelussa puolestaan painottuu, mitä kustakin teemasta on sanottu, eikä lukumäärillä ole merkitystä. Kyse on aineiston pilkkomisesta ja ryhmittelystä valittujen aihepiirien mukaan, mikä antaa mahdollisuuden vertailla tiettyjen teemojen esiintymistä aineistossa. Tätä ennen aineisto on voitu ryhmitellä esimerkiksi sukupuolen, iän tai muun vastaavan muuttujan perusteella. Tämän ryhmittelyn jälkeen voidaan aineistosta alkaa etsiä varsinaisia teemoja tai tarkemmin sanottuna niitä kuvaavia näkemyksiä. Tyypittelyssä puolestaan aineistosta muodostetaan tyypiesimerkkejä, joita yhdistää tiettyjen teemojen sisällä jossain määrin yhteneväiset näkemykset. Tyypiesimerkki on siis eräänlainen yleistys, johon tiivistyy joukko tiettyjä teemaa koskevia näkemyksiä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 93.)

Tässä tutkielmassa, sen jälkeen kun litteroitu aineisto oli luettu useita kertoja läpi, aineistoa pyrittiin pelkistämään erottamalla tutkimuskysymysten kannalta oleellinen sisältö epäoleellisesta. Myös epäoleelliseksi rajatut osuudet käytiin vielä joitakin kertoja läpi, jotta pystyttiin varmistamaan, ettei tutkielman ulkopuolelle jäävästä osuudesta olisi noussut esiin jotakin sellaista, minkä perusteella tutkimusta olisi voitu viedä johonkin uuteen suuntaan. Kun aineistosta oli rajattu pois ylimääräinen, sitä voitiin alkaa ryhmitellä. Ryhmittelyssä noudateltiin löyhästi tutkimuskysymysten mukaista luokittelutapaa, ja teemahaastattelurungon järjestys jouduttiin hylkäämään. Ryhmittelyssä hyödynnettiin luokittelua ja teemoittelua. Aineiston moniäänisyyden vuoksi tyypittely ei tässä tutkielmassa ollut mahdollista, sillä tyyppiesimerkkejä ei aineistosta luontevasti muodostunut.

Ryhmittelyvaihetta seuraa aineiston tulkinta, jota tosin oikeastaan on tehty jo tutkimusprosessin alusta asti (Hirsjärvi & Hurme 2008, 149–152.) Voidaankin sanoa, että aineistolähtöinen sisällönanalyysi perustuu kokonaisuudessaan tulkintaan ja päättelyyn, jossa empiiristä aineistosta edetään kohti käsitteellisempää näkemystä tarkasteltavasta aiheesta. Käsitteitä yhdistelemällä pyritään lopulta saamaan vastaus tutkimusongelmaan. (Tuomi & Sarajarvi 2009, 112.) Eskolan ja Suorannan (1998, 145) mukaan tulkintojen tekeminen on laadullisen tutkimuksen ongelmallisin vaihe, sillä siihen ei ole olemassa lähestulkoon minkäänlaista muodollista ohjeistusta. Myös tämän tutkielman teossa kerätyn aineiston tulkinta oli ilman minkäänlaisia ohjeita haastavaa.



## 4 TULOKSET

### 4.1 Juontaminen viestintätilanteena

Juontamistilanteen viestintää määrittivät haastateltujen juontajien mukaan monenlaiset seikat. Juontajat mainitsivat radiolähetysten juontamiseen vaikuttaviksi tekijöiksi juontamisen funktion, viihteellisyyden, radiokanavan- ja ohjelman, aikataulun, suunnitelmallisuuden ja improvisaation yhdistämisen, parityöskentelyn sekä radion kuuntelijat.

Lähes kaikkien haastateltujen mielestä juontamisen keskeisimpiä tavoitteita heidän juontamassaan ohjelmassa on ihmisten viihdyttäminen ja saaminen hyvälle tuulelle. Tärkeinä tavoitteina pidettiin myös ajankohtaisista asioista raportoimista, uusien ajatusten herättämisestä ja erilaisten näkökulmien tarjoamista. Eräs pisimpään juontaneista muistuttikin, että eri ihmiset viihtyvät eri tavoin:

-- meillä puhutaan aina viihtymisestä ja kanavalla viihtymisestä ja oli se sitte televisio tai radio tai vaikkapa lehti, ni, myös asia voi viihdyttää. Et se ei tarvi olla mitään voltinheitto tai alasti juontamista tai jotain muuta, nii. Et se voi viihdyttää se asiakin. H11

Muutamit täsmensivät juontamisen funktion riippuvan kanavasta ja ohjelmasta. Kaupallisten kanavien juontajista yli puolet piti tärkeänä tavoitteena saada kuulijat pysymään kanavalla ja palaamaan samalle taajuudelle myös seuraavana päivänä. Eräs aamuohjelman juontaja pohti ohjelmapaikan vaikutuksia tavoitteisiin näin:

No, nyt jos puhutaan vaikkapa aamuohjelmista, ni sehän on, sanotaan se on siinä mielessä herkullinen, että suurin osa kuulijoista on samassa tilanteessa. Ne on heränny vasta, ne alottelee uutta päivää, ne haluaa tietää ehkä mitä maailmalla on tapahtunu, ja jos ne siinä vielä viihtyy samalla, ni siin on jo aika monta funktiota mitkä ois hyvä saada täytettyä joka aamu. Niinku viihteellinen ajankohtanen informoiva, se ois niinku ainaki oman, oman tekemisen johtoajatus. H7

Muutaman kerran tavoitteiksi mainittiin myös ihmisten lohduttaminen tai piristäminen esimerkiksi raskaan työn äärellä. Eräs juontaja halusi opettaa kuulijoita suhtautumaan elämään myönteisemmin ja löytämään arkisista asioista ja epäonnistumisistakin hauskoja puolia. Eräs kaupallisessa radiossa toimiva juontaja puolestaan huomautti kanavien soittavan keskenään niin samanlaista musiikkia, että juontajien tärkeimpiä tehtäviä on saada eri kanavat erottumaan toisistaan. Sama juontaja, ja hänen lisäksi kolme muuta, kuitenkin huomautti, että tietyissä poikkeustilanteissa juontaminen lakkaa tähtäämästä viihdyttävyyteen ja tunnistettavuuteen ja siirtyy puhtaaseen tiedottamiseen.

Tällaisia tapauksia saattoivat olla suuret onnettomuudet tai katastrofit, joista esimerkkeinä mainittiin kouluampumiset, WTC-iskut ja Estonian uppoaminen.

On se vaikeet välil, sit on olemassa ne aiheet tietsä et jos tapahtuu joku koulusurma ni sithän me lopetetaan, et sit me ruvetaan niinku tiedottamaan et ja tos lähetyksessäki me hengitetään sitä maailmaa mikä on et jos, jos Suomes tapahtuu joku katastrofi tai lentokoneet lentää World Trade Centeriin ni, kyl se läpän paiskonta loppuu ja me ruvetaa ajaa uutisii useemmin ja, me ruvetaan tiedottaa -- H5

Kahdeksan juontajista kertoi juontaneensa myös asiapainotteisempia ohjelmia, kolme muuta olivat tehneet asiajuontoja vain hyvin vähän esimerkiksi osana opintojaan. Kaksi vähiten asiaohjelmia juontaneista myös uskoi, että heidän tyyliinsä ja osaamisensa soveltuu parhaiten viihdejuontamiseen.

Et mulle viihde mä tajusin sen jo aika varhases vaiheessa et se viihde on se mun juttu, mitä mä haluan tehdä ja mis mä oon hyvä -- ja mun koko kaikki persoona mikä välittyy sekä täällä että ylipäättään semmonen niinku mun mediapersoona on sellanen, et se ois jo vähän jopa niinku, jotenki, jos mä yhtäkkiä alkasin tekeen jotain asiaohjelmia, niin mä luulen et ihmiset ei pystyis ottaan niinku tosissaan sitä --\_H6

Noin puolet juontajista mainitsi asiajuontamisen ja viihdejuontamisen keskeisimmäksi eroksi viihdejuontamisen persoonakeskeisyyden. Heidän mielestään asiaohjelmissa pääosassa on asia, ohjelman aihe tai tema, kun taas viihdejuontamisessa huomio kiinnittyy juontajapersoonaan. Eräs haastateltu kuvaa viihteellisen juontamisen persoonakeskeisyyttä näin:

-- tälläst viihteellistä ohjelmaa mä kuuntelen sen takia että siel on *joku* joka puhuu, josta mä oon kiinnostunu, tai joka on mun mielest viihdyttävä tai hauska, et sillon sillä ei oo oikeestaan väliä että mitä se puhuu, kun mä tiedän että se on semmonen tietynlainen tyyppi joka käsittelee asioita tietyllä tavalla -- H10

Erään haastatellun mielestä juuri persoonakeskeisyys tekee viihdejuontamisesta esimerkiksi uutistenlukemista tai muuta raportoivaa asiajuontamista hankalampaa.

-- asiajuontaminen on helposti sitä että, et "älä tuo omia näkökulmia, älä kerro omia mielipiteitäsi, ei ne ketään kiinnosta" vaan pysytään siinä asiassa, ni se on helpompaa, koska heti kun sä joudut laittaan ittes peliin ja miettimään et mitä mieltä mä oon täst oikeesti, ja viel niin et se kenties kiinnostaa kuuntelijaa, niin se tekee siit paljon haastavampaa. H3

Muutamit haastatellut katsoivat, että viihteen tekemistä pidetään helpompana kuin se onkaan ja ylenkatsotaan aiheettomasti. Joidenkin asiaa itsekin juontaneiden mielestä asiajuontaminen sujuu rutiinilla, kun taas komedia on kaikkein vaikein laji ja vaatii aktiivisempaa panostusta. Muutama henkilö puolestaan oli sitä mieltä, että jotkut juontajat yksinkertaisesti soveltuvat paremmin viihteeseen ja toiset taas asiajuontamiseen.

-- mä en tiä katoitko Kultanen Venla -gaalaa esimerkiks eilen, -- siin on hyvä esimerkki siitä että, et et, sinänsä näin niinku jälkeinpäin jos miettii ni ei oo mitenkään ihmeellistä ajatella sillai että, ne hauskimmat juonnot tai ne semmoset palkintojenjaot teki ne, joitten työ on olla hauskaa, ja sit taas ne joitten työ ei oo olla hassuttelijoita, niin ne yllätys yllätys vähän epäonnistu siinä hassuttelussa et se vaan niinku, se on vähän tämmönen niinku suuntautumisvalinta ja ominaisuuskysymys et mitä halua tehdä -- H6

Kaiken kaikkiaan juontajilla oli melko erilaisia näkemyksiä siitä, missä määrin asia- ja viihdejuontaminen eroavat tai missä määrin niiden pitäisi erota toisistaan. Osan mielestä nuo kaksi eri juontokontekstia eroavat toisistaan rajusti, toisten mielestä erot ovat pieniä. Suurimman osan mielestä asia- ja viihdejuontamisessa on paljon eroja mutta toisaalta myös yhtäläisyyksiä. Muutama juontaja esimerkiksi huomautti tekevänsä viihdettä samoista aiheista, joita asiaohjelmissa käsitellään, ja siksi joutuvansa tutustumaan moniin aiheisiin yhtä syvällisesti ja tekemään yhtä laajan taustatyön kuin asiaohjelman juontaja.

Monet juontajista korostivat viihteen ja asian lomittaista luonnetta: viihde voi olla asiallista ja asia viihhteellistä. Muutama heistä kritisoi suomalaista uutis- ja asiaohjelmaperinnettä liiasta jäykkyydestä, ja kertoi sen sijaan ihailevansa esimerkiksi yhdysvaltalaisen uutistenlukijoiden rentoutta tai brittijournalistien tapaa käsitellä asia-aiheita viihdyttävästi. Myös suomalaisen Pressiklubi-ohjelman mainittiin yhdistävän taitavalla tavalla viihdettä ja vakavia journalistisia teemoja. Osa juontajista kertoi jo nyt tekevänsä melko asiapitoista viihdettä, ja osa taas haluavansa jatkossa tehdä viihteen ohella viihdepainotteista asiajuontamista. Muutama juontaja toivoi huumoria ylipäättäänkin hyödynnettävän enemmän suomalaisissa asiaohjelmissa, esimerkiksi poliittisessa keskustelussa.

-- mä en tarkota sitä että politi- poliittisen keskustelun pitäis viihhteellistyä mut -- mä toivoisin et sitä [huumoria] käytettäis niinku poliittises keskustelussa. -- se miten ihminen nauraa asioille mun mielest paljastaa paljon enemmän ku se että sä kysyt jonku tiukan poliittisen kysymyksen. Se et miten sä suhtaudut huumoriin on mun mielest kaikken paljastavinta siis se että pystytsä nauraan itselles, pystytsä pudottaa sen sun roolin ja vaan nauraa, ja niinku olla ihminen, olla erehtyväinen -- H5

Muutama haastateltu korosti juontamiseensa vaikuttavana seikkana sitä, tekeekö töitä Ylelle vai jollekin kaupalliselle kanavalle. Tämän suhteen eroiksi mainittiin Ylen tiukka uutisaikataulu ja kaupallisten kanavien myymisfunktio. Näin kaupallista yhteistyötä pohtivat ensin Ylen ja sitten kaupallisen radiokanavan juontaja:

-- tääl on itse asiassa, mä en pysty radiokokemuksest verrata mut TV:n puolelta pystyn sanoon sen että itseasias täällä ehkä rajotetaan kaikist vähiten et tääl on kaikist helpoin puhua kaikesta kun ei oo mitään tietkö niinku sä et oo millekään intressille mitään velkaa tai, ei oo mitään semmosta niinku,

yhteistyökuvioita millä sä pystyisit sit niinku, mikä, mikä jollain tavalla ehkä niinku saattas vaikuttaa sit, et, siihen sisältöön H6

-- vaikkei se mikään ehto, niinkun, toimitustyössä olekaan, niin kyllä täs hommas niinku hyvä on myös miettiä sitä että mitä asiakkaat ajattelee, koska ne tuo sitä rahaa tähän taloon. -- mut se, et siinä vaiheessa jos se alkais rajottamaan sitä tavallaan mun sananvapauttani radiossa, ni sillan mun pitäs lähtee pois. H11

Kaupallisuutta tai epäkaupallisuutta enemmän vaikutusta nähtiin olevan kanavan ja juonnettavan ohjelman luonteella. Juontamiseen vaikuttivat haastateltujen mukaan eri-ikäiset kohderyhmät ja kanavien erilaiset profiilit. Kanava saattoi esimerkiksi olla suunnattu miehille, naisille tai molemmille, keskittyä uuteen musiikkiin tai ajaa positiivisuuden ja hyvän mielen asiaa, ja näillä tekijöillä nähtiin olevan vaikutusta juontajien aihevalintoihin.

Kukaan tutkimukseen osallistuneista juontajista ei kertonut radiokanavan kieltäneen puhumasta mistään aihealueista, ja muutama juontaja nimenomaan korosti, että kaikki aiheet ovat ohjelmassa sallittuja. Joidenkin juontajien mukaan ohjeistusta oli kuitenkin annettu siitä, millä tavalla asioita kanavalla käsitellään. Muutamat kaupallisten kanavien juontajat mainitsivat niin sanotun kanavakirjan, jossa oli kanavakohtaisia ohjeita esimerkiksi aihevalintoihin ja juontamisen yleissävyyn liittyen. Eräs juontaja arveli ohjeistuksen tähtäävän lähinnä kanavan tunnistettavuuteen.

-- kaikki se ohjeistus kai tähtää, ja tähtääkin siihen että, että millon tahansa se ihminen sen radion avaa, niin vaik siel on eri ihminen ja eri ohjelma ni se kuitenkin tunnistaa mille kanavalle se on tullu. Et et sinne ei se ei poikkeis ihan älyttömästi pitkin päivää. H3

Moni juontaja kertoi luottavansa paljolti omaan arvioonsa siitä, mistä kannattaa ja mistä ei kannata puhua ja millä tavoin asioita on viisasta käsitellä. Eräs juontaja huomautti, että soveliaat ja sopimattomat puheenaiheet vaihtelevat kohderyhmien mukaan, ja kertoi nykyisessä ohjelmassaan välttävänsä esimerkiksi muiden mollaamista, kiro sanoja ja seksuaalisuuteen liittyviä aiheita. Toinen juontaja puolestaan piti tärkeänä aihevalintojen tasapainoisuutta ja vaihtelevuutta: jonain päivänä voidaan kertoa roisejakin juttuja, mutta seuraavana puhutaan jostain muusta. Erään kaupallisen kanavan kaksi juontavaa kertoi välttävänsä masentavia aiheita, koska heidän ohjelmansa tarkoitus on levittää hyvää mieltä.

No meillä -- ei puhuta masentavista ja ahdistavista asioista. Et meil ei oo minkäänäköstä kansanvalistustehtävää, me ei olla verorahoilla pyöriä, meidän tehtävä on ainoostaan puhtaasti viihdyttää, ja saada ihmiset hyvälle mielelle, saada ne heräämään ilosena, me ei, me koetaan että meidän tehtävä on nimenomaan levittää hyvää mieltä ja aurinkoa ihmisten elämään. Ja meillä tulee -- aina uutiset, ni ni siellä tulee sitte ne sodat ja murhat ja raiskaukset, et me ei niihin puututa. H7

Muutama juontaja toi esiin myös kanavan kaupallisuuden mukanaan tuomia edellytyksiä juontajien toiminnalle. Kaupallisen kanavan juontajan tuli esimerkiksi olla aito, iloinen ja välitön, puhua yhdelle ihmiselle ja muistaa jatkuvasti esitellä seuraavan puolen tunnin tapahtumia kuulijoille.

-- kaupallisessa radiossa tieteskin se, että pidetään ne ihmiset siellä taajuudella, et se on erittäin tärkeä se seuraavan niinku puoltuntisen myyminen, ja seuraavan vartin myyminen et ihmiset ei käänne kanavaa. Et täytyy koko ajan olla katse suunnattuna eteenpäin, ja puhua niistä asioista mitkä tulee. Vaik sul on nyt tässä yks juttu mistä sä kerrot ni sit pitää muistaa myös että, heittää joku koukku sinne et mitä sieltä on tulossa, että ne ihmiset pysyis siinä kanavalla. H7

Tutkimukseen kutsuttiin vain sellaisia juontajia, joiden juontamalla ohjelmalla ei ole erityistä teemaa, eli jotka eivät keskity esimerkiksi mihinkään tietynlaiseen musiikkiin tai käsittele vain tietynlaisia aihealueita. Siitä huolimatta esiin nousi esimerkiksi lähetysajan aiheuttamia ohjelmakohtaisia eroavaisuuksia. Noin puolet juontajista kertoi ohjelman lähetysajankohdan vaikuttavan esimerkiksi kuulijoiden suhtautumiseen ja kuunteluvalintoihin.

-- et aamu on sillee kriittisempi ko- kohderyhmä ku iltapäivä, iltapäiväl ne on vähän tottunu ja ne on saanu ruokaa ne on koneen ääres ne on koht himassa, ne on niinku vastaanottavaisempii mut et aamussa nii, ne haluu, nehä o niinku kättysii jo valmiiks ni sen takii me ei niinku mielellää aloteta et "tietä mikä mua ärsyttää" H5

Myös ohjelman sisäisen aikataulun kerrottiin vaikuttavan juontamiseen. Aikataulun tiukkuutta korostettiin erityisesti Ylellä, jossa sekunnilleen ajallaan alkavat uutiset pakottavat aikatauluttamaan juontamista tarkkaan. Erään juontajan mukaan juonnot venyvät toisinaan suunniteltua pitemmiksi, jolloin jostain muusta kohtaa pitää tiivistää. Toinen taas pohti niiden hankaloittavan improvisaation rakentumista.

-- se kuuluu siihen lähetysvirtaradioon, mut et sitä, sitä niinku puheaikaa et se on, se on alkanu meneen mun mielestä jo vähän siihen, et se pakottaa valmistelemaan tosi paljon asioita ihan niinku alusta loppuun, koska ei pysty niinku, jos sä haluat vähän niinku improta ja saada sitä aitoutta siihen, ni sen rakentaminen vaatii aika paljon aikaa. H6

Aikataulun kerrottiin myös kaupallisella puolella olevan periaatteessa tiukka, mutta monet juontajat kertoivat ottavansa vapauksia puhepaikkojen pituuksien suhteen kuitenkin huolehtien kokonaisaikataulun pitävyydestä ja juontojen kestojen tasapainosta. Jos jossain kohdassa puhui pitempään, oli jostain muualta vastaavasti tiivistettävä, jotta kuhunkin tuntiin mahtuisi ennalta sovitut mainokset ja musiikki. Muutama juontaja piti puhepaikkojen pituuksien muuttelua hyvänä asiana lähetyksen vaihtelevuuden kannalta, mutta katsoi sen sopivan paremmin kokeneemmille juontajille.

Jos on noviisi tai vähän vähemmän aikaa tehny tai jos ei ole sitä draamantajua, ni silloin sä joudut hyvinki tarkkaan seuraamaan et "tos on kahen minuutin peti, mielellään pysyt tässä, näin nää menee." -- eli se on vähä luottokysymyksen. Nyt esimerkiksi mä oon sellasessa ohjelmassa että nyt niinkun on jopa lupakin ja jopa, niinku, tähdätään siihen että rikotaan sitä rajaa koko, niinku niitä koko ajan ja vaihdellaan juontopaikkoja ja muuta ettei siin menis, niinkun, samalla tavalla. H9

Erään kaupallisen kanavan juontajilla oli selvästi muita vapaampi suhtautuminen lähetyksen aikatauluihin, ja he kertoivat luottavansa valmiin ohjelmistotaulukon asemasta usein ”omaan sisäiseen kelloon”.

Meillä eei nyt oo ihan semmosta niinkun ohjelmistotaulukkoa mitä tässä niinku noudatetaan, noudatetaan, mut kyllä meidän semmonen oma ainakin mulla on semmonen niinko oma käsitys siitä että jos joku puheosuus kestää kovastikin paljon yli 4 minuuttia, se voi sen kestää mut se täytyy kyllä osata itselle perustella mahdollisimman hyvin et miksi näin ke- kantaako tämä nyt oikeasti sen. H4

Toinen juontajista perusteli aikatauluissa joustamista pyrkimyksellä tehdä lähetyksen etenemisestä mahdollisemman jouhevaa.

Mä tiedän et on tosi tarkkoja ihmisii siitä et uutiset pitää tulla ajallaan minuutilleen ja näin, mut en sinänsä välitä siitä, tai siis, se on ehkä ylimielisyyttä, joku vois ajatella, mut sit taas toisaalta mulle tosi tärkeet on se että, se ohjelma niinkun, menee jouhevasti eteenpäin ja siin välil siin ollaan myöhässä niinku rutkastiki -- tähän mennessä vielä niin, niin noist uutisista ei olla oltu kovinkaan mustasukkasia jos ne on vähän myöhässä. H2

Lähetyksen suunnitelmallisuuden ja spontaaniuden suhteesta juontajat olivat melko yksimielisiä. Suoranaista käsikirjoitusta ei käyttänyt kukaan, mutta lähes kaikki kertoivat ohjelmassaan suunniteltavan käsiteltävät aiheet jossain määrin valmiiksi. Aiheita ei kuitenkaan noudateta orjallisesti, vaan tilanteen mukaan saatetaan syventyä joihinkin keskusteluihin ja luopua joistakin suunnitelmista kokonaan. Moni juontajista korosti sitä, että yleensä läheskään kaikkia suunniteltuja aiheita ei lopulta päivän aikana käsitellä, kun joistakin aiheista intoudutaan keskustelemaan suunniteltua pitemmin, juontopari keksii hauskeempia puheenaiheita tai esimerkiksi kuulijoilta tai uutisista saadaan yllättäen kimmoke kiinnostavaan keskusteluun. Osasta valmiiksi suunniteltuja aiheita luovutaan kokonaan, osa siirretään esimerkiksi seuraavan päivän lähetykseen.

-- koko ajanhan me niinku haetaan, kuuntelijapuolelta voi tulla joku tosi hauska juonenkäänne tai jopa kokonaan uus aihe, tai sit ku sä meet netissä tulee, Ampparis tai jossain joku uutinen, ni sehän ois silkkää tyhmyyttä että me vaan pysyttäs siinä et ku me ollaan mietitty tämmönen jos meidän eteen lävähtää täysin tuore viis minuuttia sitten tapahtunu asia tai uutinen tai joku, niin mehän vaihdetaan se, tavallaan lennossa -- H9

Monet juontajat kertoivat lähetystä valmisteltavan niin, että kukin juontaja suunnittelee lähetystä varten aiheita, muttei kerro niistä tai käsittele niitä muiden juontajien kanssa etukäteen. Tällöin suorassa lähetyksessä esille tulevat heidän todelliset, spontaanit reaktionsa, ja aiheen käsittelyä jatketaan improvisoiden. Kuulijoiden arveltiin huomaavan helposti, jos aihetta on puitu valmiiksi etukäteen eikä keskustelu ole aidosti spontaania. Muutama juontaja huomautti myös, että nimenomaan improvisoidut keskustelut ovat monesti kaikkein hauskipia. Eräs heistä tosin kertoi puhtaan improvisaation olevan välillä vaikeaa, kun draaman kaaren tulee lähes huomaamattaan suunnitelleeksi mielessään.

-- ku on kiire ja muuta ni sitä sit helposti niinku et "okei toi on hyvä spiikki ja määhän keksin tästä jo nyt mä mietin tätä ja tässä kelaan päässäni läpi ja oho nyt mul on loppu jo tähän valmiina" ja sit se on siinä tavallaan että, et et sitä niinku helposti vaikka ottas aiheen ja ajattelee et "enpä nyt mieli tätä ollenkaan", ni sitä on saattanu jo ihan luonnostaan ku se on nii, on tot- niin tottunu siihen että mieltii sen draamankaaren saman tien kun tulee aihe et onks täs ylipäättään, minkälainen se vois olla, et se vaatii vähän sitä et se tulee se aihekin siinä hetkessä heti, koska muuten sitä ei vaan niinku, sit sit se on jo niinku valmiina päässä tai et sitä ehtii suunnitteleen liikaa. H6

Muutama juontaja huomautti, että juontotilanteessa improvisaation suurta osuutta selittää myös ajan puute. Kun lähetystä tehdään viikossa noin viidestätoista kahteenkymmeneen tuntia, menisi kaiken sisällön suunnitteluun kohtuuttoman paljon aikaa. Valmistelua ohjelmissa kuitenkin vaativat puheenaiheiden lisäksi haastattelut, kilpailut ja lähetysten aiheisiin liittyvät internetartikkelit. Muutama kaupallisen kanavan juontaja myös selitti, että kappaleiden aikana usein suunnitellaan, mitä seuraava spiikki käsittelee ja kenties millä sanoilla se alkaa.

-- täytyy olla olemassa jo suunnitelma ja ajatus mitä tehään heti kun mikki aukeaa, koska muuten se menee helpoks semmoseks tyhjän lätisemiseks eikä kumpikaan oikein tiedä et oliks tolla mitään sanottavaa. H7

Lähes kaikkien juontajien mielestä juontamiseen vaikuttaa keskeisellä tavalla, tapahtuuko se yksin vai pareittain tai kolmen ryhmässä. Suurin osa juontajista piti yksin juontamista parijuontoa haastavampana, etenkin viihdeohjelmissa.

-- sitä viihteellistä niin, harva siellä yksin pystyy niinkun emmä näin viihteellistä pystyis, jossain määrin pystyn tekeen kuuntelijoiden kans mut emmä näin viihteellistä pystyis yksinäni tekemään, tätä, kun, mitä mejän nyt pitää tehdä tätä tämmöstä, virallisesti kikattelua. H9

Yksin juontamisen hyvinä puolina juontavat pitivät sitä, että saa tehdä kaikki päätökset yksin ja määrätä tahdin itse. Muutama juontaja mainitsi, että yksin on enemmän aikaa kehittää monimutkaisiakin ajatuskuvioita ja paremmat mahdollisuudet käsitellä kenties hieman

vakavampiakin aiheita. Muiden kanssa juonnettaessa pitää ottaa huomioon se, mitkä asiat juontoparia kiinnostavat ja mistä heillä on sanottavaa. Jotkut mainitsivat, että yksin juonnettaessa oman persoonan pystyy pitämään paremmin piilossa, mutta samalla juontamisesta on vaikea tehdä persoonallista. Yksin juontamisen jotkut kokivat yksinäiseksi ”seinille puhumiseksi”, joka vaatii voimakkaampaa läsnäoloa ja kaikkien näkökulmien keksimistä itse.

Mutta siinä tulee sit usein just se et mitä vittuu mä täällä teen niinku, et mitä mä tässä seinille huutelen? Huhuu et kuuleeks mua kukaan ja onks kukaan ylipäättään kiinnostunu näist jutuista, et siin tulee sit se että sitä vastaan on taisteltava aika paljon. Et se on aika yksinäistä hommaa et sä joudut kaiken idean repimään koko ajan ittestäs, koko ajan. H7

Useampi juontaja oli sitä mieltä, että juonnettaessa parin kanssa tai ryhmässä viestintä on enemmän juttelemista kuin juontamista. He pitivät pari- tai ryhmäjuontamista yksin juontamista inspiroivampana, kun muut tuovat keskusteluun omia näkökulmiaan ja haastavat ajattelemaan asioita uusilla tavoilla. Koko viikoksi voisi olla haastavaa keksiä puheenaiheita yksin, kun taas parin kanssa ideoita on usein niin paljon, että omista suunnitelluista ja tärkeiksikin koetuista aiheista joutuu luopumaan. Muutamat haastatelluista katsoivat, että yksin juontamisen pitää olla ytimekästä ja harkittua, ja juontajalla pitää olla selvä kuva siitä, mitä hän on milloinkin sanomassa. Pari- tai ryhmäjuonnossa käsiteltävät aiheet saavat vuorovaikutuksen kautta kehittyä ilman ennalta määriteltyä suuntaa tai lopputulosta.

Juontajat muistuttivat, että juontopariin tai -ryhmään tutustuminen ja hänen juontotyylinsä oppiminen ottaa aikaa. Alussa juontaminen on varovaista ja vieraskoreaa, kun tehtäväjako ja yhteistä juontotapaa joudutaan etsimään ja tunnustelemaan. Lähes kaikki juontajat korostivat, että juontopariin tutustuminen helpottaa juontamista erittäin paljon. Paria oppii ennakoimaan ja keskustelua voi sitä kautta hieman ohjailta, uskaltaa alkaa vitsailla toisen kustannuksella ja kenties löytää hänestä humoristisia puolia joita korostaa. Kun juontopariin oppii luottamaan, varmuus kasvaa ja juontamisesta tulee vaivattomampaa. Eräs juontaja huomauttikin, että parhaat juontoparit eivät muodostu hetkessä vaan hitsautuvat vähitellen yhteen. Toinen muistutti, että riskinä parin läpikotaisessa tuntemisessa on jumittuminen vanhoihin tuttuihin toimintatapoihin.

-- onhan siin semmonen sudenkuoppa niinku kaikessa tekemisessä, joka pitkään säilyy ennallaan, ni siinä on semmonen että, siit alkaa tulla niinku semmost niinku, helpolla laskettelu. Et sä rupeet tavallaan niinku pysymään enemmän ja enemmän siinä sun mukavuusalueella – H11

Kenelläkään juontajista ei ollut juontoparinsa kanssa minkäänlaisia keksittyjä rooleja, vaan lähes kaikki korostivat luonnollisuutta ja sitä, ettei esiintyminen saa mennä näyttelemiseksi. Lähes kaikki



juontajat myönsivät, että tietynlaiset roolit heille on vähitellen muodostunut, mutta niiden kerrottiin perustuvan juontajan todellisiin ominaisuuksiin.

Kyllä ne muotoutuu et mä en oikein tiää et pystyiskö sellasta edes tekemään niin että että et kun ne kuitenkin kumpuaa oikeesti mejän persoonallisuuksista tosi vahvasti et siin on vaan niinku tiettyjä piirteitä jotka on sitte tässä työssä korostunu. Että tota kyllä ne on muotoutunu itestään ei voi vetää mitään niinku roolia sinänsä. H10

Juontajat kertoivat toisinaan ottavansa lähetyksessä tietyn roolin kiinnostavan vastakkainasettelun luomiseksi. Samalla roolien todettiin myös vaihtelevan aihekohtaisesti. Esimerkkeinä rooliasetelmista mainittiin mies – nainen, hulluttelija – järjen ääni, kaupunkilainen – maalainen, nipottaja – härski.

On siin sinänsä, siis roolit, mut ne ei oo mitenkään niinku sovitut roolit et "ole sinä se hanhiemo ja minä olen tämä tämä räyhäkäs ja, hän on sitte järjen ääni" vaan siis ne tulee niinku luontasesti jotenki tiettyihin kohtiin ja, ja kyl me pyritään siihen et jos me huomataan joku niinku ristiriita, niin me monta kertaa niinku shown vuoks sit niinku suurennellaan sitä ristiriitaa siinä – H2

Yli puolet juontajista piti haastavana sitä, että juontotilanteessa puhutaan samanaikaisesti sekä juontoparille että suurelle yleisölle, lopuille se ei tuottanut ongelmaa. Haasteita tuotti toisinaan kuulijoiden pitäminen mukana keskustelussa. Keskustelut pitäisi pitää tiiviinä vaikka juontajapari kuinka innostuisi käsittelemään asiaa pitkästikin. Kuulija pitäisi ottaa mukaan esimerkiksi kertaamalla hänelle, mitä jostakin asiasta on aiemmin puhuttu. Juontajat kertoivat toisinaan innostuvansa keskustelemaan ja nauramaan juontoparin kanssa niin, että kuulijat saattavat jäädä ulkopuolelle kun eivät voi tietää kaikkia aiheeseen liittyviä ulottuvuuksia.

Se täytyy vaan täytyy muistaa se, se on se ko- kompastuskivi kyllä, mikä saattaa olla se, että tossa tuudittautuu juontaja helposti semmoseen fiilikseen et me nyt ollaan vaan täs kahestaan. Et se siinä on sit rupee heittää jotain sisäpiirinjuttua, mitä, sanotaanpa nyt vaikka, Merja 58 Ilomantsista, hänel ei oo aavistustakaan siitä et me ollaan katottu yhdessä jotain sarjaa viime viikolla hehkutettu hirveesti miten mahtava sarja. Et se pitää muistaa koska siinä tosi helposti ku on näin luonteva suhde niinkun meillä on ja niin semmoset tavallaan vapaat oltavat, helposti se saattaa mennä siihen et me vaan keskenämme, omia juttuja ja heittää viittauksia mit- mistä suuri yleisö ei tiedä koska ne on meidän välisiä, me ollaan keskenämme puhuttu niistä mut yleisö ei oo tienny näistä keskusteluista mitään. H7

Kohderyhmäajattelu ei vaikuttanut ohjaavan juontajien toimintaa erityisen paljon. Kanavien kohdeyleisöt olivat kyllä tarkasti määriteltyjä ja juontajien tiedossa, mutta suuri osa suhtautui niihin hieman kriittisesti tai melko välinpitämättömästi. Muutamat korostivat, että kohderyhmäsuuntautumisen sijaan he puhuvat vain omana itsenään, koska kokemus on osoittanut ihmisten siitä pitävän. Eräs heistä huomautti, että tärkeää on alun perinkin löytää ohjelman sapluunaan soveltuva juontaja, jonka viestintä sopii luonnostaan ohjelman tyyliin ja kohdeyleisön

mieltymyksiin. Moni juontaja kertoi minkään ideaalikuulijan sijaan puhuvansa henkilölle, joka on hieman samanlainen kuin hän itse, kuin ystävä, ihminen joka on kiinnostunut maailmasta ja sen ilmiöistä.

Osa haastatelluista katsoi kohderyhmäajattelun rajoittavan juontamista liikaa. Jos mieltää kuulijan yhdeksi tietynlaiseksi ihmiseksi ja puhuu pelkästään hänelle, saattaa tulla jättäneeksi monia kiinnostavia aiheita ja siten monia muita kuulijoita keskustelun ulkopuolelle. Tietty ikä, sukupuoli tai asuinpaikka ei välttämättä kerro kiinnostuksen kohteista tai huumorintajusta paljoakaan.

#### 4.2 Hyvä juontaminen

Hyvä juontaminen sai haastatteluissa monenlaisia määritelmiä, ja siihen liitettiin kymmenittäin eri määreitä. Usein hyvän juontamisen määritelmä palautui juontamisen funktioon, eli juontamisen katsottiin olevan hyvää, mikäli se on tarkoituksenmukaista eli täyttää juontamiselle ajatellun tarkoituksen. Juontamisen keskeisimmiksi funktioiksi mainitut viihdyttäminen, ajankohtaisten asioiden raportoiminen ja erilaisten näkökulmien tarjoaminen nousivat keskeisiksi teemoiksi myös haastateltujen määritelmissä hyvästä juontamisesta. Etenkin kaupallisen puolen juontajien funktioiksi mainitsevat erottautuminen muista radiokanavista ja kuulijoiden saaminen pysymään kanavalla heijastuivat myös moniin taitavan juontamisen kuvauksiin. Tässä luvussa hyvän juontamisen koostumukseen pyritään pureutumaan syvällisemmin erittelemällä ja ryhmittelemällä niitä tietoja, taitoja ja asenteita, joista juontajat katsoivat hyvän juontamisen koostuvan.

Koska radiojuontajien viestintäosaamisen aiempi tutkimus on niin vähäistä, ei tarjolla ollut valmista jäsentelyä tai mallia hyvän juontamisen osa-alueiden ryhmittelyyn. Tässä tutkielmassa haastateltujen juontajien mainitsemista hyvän juontamisen osatekijöistä hahmottui analyysissä neljä eri luokkaa: (1) puhe ja esitystapa, (2) puheen sisältö ja näkökulmat (3) juontajapersoonaa ja asennoituminen työhön sekä (4) interpersonaaliset taidot ja yleisösuhte. Luokat eivät ole kaikenkattavia ja joillakin niistä on yhteisiä rajapintoja. Moni hyvän juontamisen piirre sopisi siis useampaankin kuin yhteen luokkaan. Luokat eivät ole tärkeysjärjestyksessä.

Hyvän juontamisen osa-alueiden luokittelussa ensimmäinen luokka, puhe ja esitystapa, keskittyy ääneen ja puhetekniikkaan, kielenkäyttöön, puhetyyliin, rytmiikkaan ja tarinankerrontataitoon. Juontajalla tulee haastateltujen mukaan olla hyvä ääni, jossa ei ole kuulijaa häiritseviä elementtejä. Puhetekniikan olisi oltava hallussa niin että ääntäminen on selkeää ja vaivatonta, ja puhetta on

helppo kuunnella. Juontajan kielenkäytön toivottiin olevan rikasta, ja turhia täytesanoja, toistoa, manereita ja päällepuhumista pitäisi välttää. Hyvän juontajan puhetyyli on haastateltujen mukaan rento, persoonallinen ja ilmaisukykyinen, kun taas jäykkyys ja virallisuus eivät heidän mukaansa kuulu viihteelliseen radioon.

-- joskus itse puhuin feikkiaksentista elikä sellasesta kun ihmiset rupee juontaan niin noin eka vuosi menee siinä, kun ne opettelee sitä että ne puhuu niinkun me puhutaan tässä. Eikä sillä lailla että on kuuluttajana ja kuuluttaa jotakin. Ja siitä, se on yllättävän vaikeeta. Siinä kestää siinä tarvi yleensä se semmonen tuhat pari tuhatta tuntia juontoo että siihen pääsee. Jotkut on siinä luonnollisia heti, mutta hyvin harva. Ni se on ehkä sillai niinku pahin semmonen, joka liittyy siihen itse puhumiseen. H1

Kaikkien haastateltujen mielestä erittäin keskeisiä hyvän juontamisen piirteitä olivat rytmikka- ja tarinankerrontataidot. Tärkeää on pitää juonnot tiiviinä, napakoina ja osata kiteyttää. Hyvä juontaja on haastateltujen mukaan hyvä tarinankertoja, joka osaa johdatella ja luoda jännitettä. Hän osaa muotoilla kokemuksensa mielenkiintoisiksi kertomuksiksi, jotka etenevät jäsennellyllä tavalla. Hyvä rytmikka ja tarinankerrontataito kertovat draamantajusta ja muodostavat lähetykseen niin kutsutun hyvän flow'n.

Toinen kokonaisuus keskeisinä pidetyistä hyvän juontamisen piirteistä käsittää puheen sisällön ja näkökulmat. Monien haastateltujen mukaan hyvällä juontajalla on sanottavaa ja hän tekee rohkeita aihevalintoja, eikä puhe ole pelkkää tyhjänpäiväistä jutustelua. Yli puolet haastatelluista korosti, että hyvällä juontajalla tulee olla argumentointitaitoa ja mielipiteitä, jotka hän osaa perustella. Muutamien mielestä hyvään juontamiseen kuuluu lisäksi kyky luoda ja hieman liioitellakin erilaisia vastakkainasetteluita, jollei niitä muutoin juontoparin kanssa tapaa muodostua.

Hyvä juontaminen herättää haastateltujen mukaan kuulijoissa ajatuksia ja tarjoaa uusia ideoita. Yhtä lukuun ottamatta kaikki juontajat korostivat monipuolisten keskustelunaiheiden ja uudenlaisten näkökulmien merkitystä hyvän juontamisen keskeisinä tekijöinä. Taitava juontaja on ajassa kiinni, keksii uutta, poistuu mukavuusalueeltaan eikä valitse ilmeisintä käsittelytapaa, turvautu kliseisiin tai helppoon huumoriin.

Mä en oikeen usko sellasiin hullu hullu maailma -toimittamiseen et otetaa joku hauska uutine ja sit niinku vaan referoidaan sitä uutista ja se on niinku huumorii koska sillon se on liian helppoo, et mä en yleensä tykkää ottaa, no kyllähän meilläkin välil menee navanalusjutuiks mut et se että, mä en tykkää ottaa sellasii valmiiks hauskoja juttuja vaan mä tykkään ottaa perusasiat mis mä nään jotain hauskaa ni sillon, sillon siit tulee niinku jotai järkevää. H5

Hyvän juontajan perustellut mielipiteet ja monipuoliset näkökulmat perustuvat haastateltujen mielestä hyvään yleissivistykseen ja jatkuvaan inspiraation etsimiseen. Kun juontajalla on kattava tietopohja ja laaja-alaiset kiinnostuksen kohteet, hän pystyy keskustelemaan lähes mistä tahansa. Monipuolisten puheenaiheiden keksiminen puolestaan edellyttää juontajien mukaan jatkuvaa tiedonnälkää, hyvää havainnointikykyä ja inspiraation ja hauskuuden etsimistä kaikkialta. Hyvältä juontajalta vaadittavaa lähes lapsenomaista kiinnostusta maailmaa kohtaan korosti yli puolet haastatelluista juontajista.

-- kyl mä plärään esimerkiks ku jos mä meen vaikka lääkäriin, ni kyl mä plärään niin mone- monta lehtee siinä kun mä pystyn. Et on se sitte Gloria, Me Naiset, mikä tahansa, Talouselämä, ihan sama mulle, et kyl mä katon ne koska aina sielt jotain voi tarttuu. Et et, kyl se semmone, ja sit jatkuva niinku et, kyl mä seuraan hirveesti, öö, bussimatkat, junamatkat himaa, nii, ne on, ne on niinku, sielt tulee monta kertaa hyviä juttuja. Kattoo vaan mitä ihmiset touhuu. Et pitäs niinku pystyy myös niinku joskus vaa istumaan iha johonki kahvilaan ja seuraamaa että, millä tavalla ihmiset menee esimerkiks niinku tien yli. Päin punasii. Se on ihan tietty kaava, ensi yks lähtee sit muut menee peräs. Ni. Mut et se on, ne on tommosia niinku arjen asioita että mihi ihmiset törmää koko aja mut et kyl se, kyl se niinku jatkuva semmonen tiedonnälkä pitäs pystyä ylläpitämään. H11

Kolmas hyvään juontamiseen liitettyjen piirteiden luokka kuvaa juontajapersoonan ominaisuuksia ja asennoitumista työhön. Useimmin mainittuja hyvää juontajaa kuvaavia ominaisuuksia olivat positiivisuus ja nopeus. Lähes kaikki juontajat katsoivat, että viihteellisessä radio-ohjelmassa juontajan tärkeimpiä tehtäviä on viihdyttää ja saada kuulijat hyvälle mielelle, ja sen nähtiin usein onnistuvan parhaiten niin, että juontajakin antaa itsestään hyväntuulisen ja iloisen vaikutelman. Moni haastatelluista oli sitä mieltä, että aito valittaminen tai muiden haukkuminen on harvoin tie hyvän radioviihteen tekemiseen. Jotkut näkivät, että hyvän juontajan tulisi olla kuulijalle helposti lähestyttävä, kuin ystävä.

Lähes kaikkien haastateltujen kuvauksissa hyvästä juontajasta tuli tavalla tai toiselle esiin nopeus. Tärkeiksi piirteiksi mainittiin nopea äly, nopea reagointi ja nopea havainnointi. Lisäksi juontajalta toivottiin sanavalmiutta ja improvisointikykyä, joissa myös on kyse siitä, että keksii nopeasti sopivaa sanottavaa. Suorassa lähetyksessä esimerkiksi parityöskentelyn ja yleisön osallistumisen myötä tilanteet muuttuvat nopeasti, eikä juontaja saa häkeltyä tai mennä sanattomaksi yllättävien käänteiden edessä.

Hyvä radiojuontaja omaa niinkun, kohtalaisen nopeen älyn, ei, ei tarvii olla mitään stand-up-koomikkoo kuitenkaan niinku veressä, mut kohtalaisen nopeen älyn et kun jotain tapahtuu nii hän pystyy poimimaan sen lennosta, et mitä juuri tapahtui niinku seuraamaan sitä, sitä hetkee. H2

Yhtä lukuun ottamatta kaikki haastatellut korostivat juontajan aitoutta ja rohkeutta olla oma itsensä tärkeinä kriteereinä hyvässä radiojuontamisessa. Vaikka melko moni katsoi radiopersonansa eroavan jossain määrin vapaa-ajan minästään, oman persoonallisuuden esiintuomista pidettiin yleisesti radiojuontamisessa välttämättömyytenä. Tähän liittyen hyvän radiojuontajan tärkeinä piirteinä pidettiin myös uskallusta ja heittäytymistä. Haastateltujen mukaan hyvä radiojuontaja uskaltaa esittää omia mielipiteitään, ilmaista tunteitaan ja lähteä rohkeasti mukaan improvisaatioon. Hän ei ota itseään liian vakavasti, ei pelkää virheitä ja osaa nauraa itselleen.

-- tosikot ei menesty, ja ne jotka ottaa itensä liian vakavasti joil on liian iso ego, jotka ei osaa nauraa itelleen ni ei menesty. Et kyl se niin on et jos et ihmiset ettii radiosta sitä kaveria, ja aika monelle niinku meki ne kokee meidät kavereiks -- ni, kaikkihan halua että kaveri ois niinku lepposa, mukava, osais nauraa itselleen, ja niinku hyvä tyyppi. Et niinku tärkeilijät ja tosikot nii, nii ne ei pärjää näissä hommissa.  
H7

Siinä missä hyvän radiojuontajan tulee olla lähetyksessä oma itsensä, tarpeelliseksi katsottiin myös tietoisuus omasta radiopersonasta. Haastateltujen mielestä hyvä juontaja ymmärtää roolinsa ja osaa sen mukaisesti korostaa tiettyjä piirteitä itsessään. Muutama juontaja muistutti, että hyvän juontajan on tärkeää pitää itsensä mielenkiintoisena niin, ettei kerro itsestään heti kaikkea vaan pimittää ja paljastaa sopivassa suhteessa. Lisäksi hyvältä juontajalta toivottiin monipuolisuutta ja mukautumiskykyä juontaa esimerkiksi eri juontoparien kanssa.

Noin puolet haastatelluista mainitsi hyvän juontajan piirteiksi sopivan itsekriittisyyden ja halun kehittyä ja uudistua. Tämä tuli esille etenkin Ylen juontajien haastatteluissa. Hyvän juontajan kerrottiin olevan kunnianhimoinen ja haluavan jatkuvasti haastaa itsensä parempiin suorituksiin.

-- juontaja, siinä vaihees ku se on sitä mieltä et "nyt on aiva helvetin hyvää settiä" ni sit kannattaa lopettaa koska se on oikeesti ihmiset leipiintyy. Siin vaihees ku sä et jaks enää niinku mieltii et miten täst sais parempaa ni sit kannattaa vaan ihan oikees- se on ihan oikeesti nii et mä suosittelen ettii - mä aion itekin tehdä et siinä vaiheessa ku mul on oikeesti se ajatus, semmonen lopullinen ajatus päässä et mä huomaan, et mä oon täysin tyytyväinen tähän mitä mä teen, ni sit se on vähän sellanen et nyt mä oon antanu mun kaikki paukut tähän hommaan. H6

Vaikka itsekriittisyyttä ja kehittymishalua pidettiin hyvälle juontajalle tärkeinä piirteinä, yhtä lailla tärkeää oli haastateltujen mielestä itseluottamus ja usko omaan osaamiseen. Juontaja ei haastateltujen mukaan voi jatkuvasti kyseenalaistaa puheenaiheidensa kiinnostavuutta tai vitsiensä hauskuutta eikä pelätä, että joku kuulijoista ymmärtää jotakin väärin tai loukkaantuu. Virheet pitäisi osata antaa itselle anteeksi ja siirtyä nopeasti eteenpäin. Myöskään negatiivisesta palautteesta hyvän juontajan ei pitäisi loukkaantua vaan ennemmin oppia suodattamaan sen joukosta rakentavat kehitysehdotukset ja jättämään muu omaan arvoonsa.

Hyvän juontamisen keskeisiä piirteitä kuvaavista luokista neljäs pitää sisällään juontajan interpersonaaliset taidot ja yleisösuhteen. Tähän luokkaan kuuluvat siis nimenomaan parityöskentelyyn, yleisölle esiintymiseen ja yleisön kanssa viestimiseen liittyvät osaamisen osa-alueet. Tämä luokka on läheisesti tekemisissä muiden luokkien kanssa, koska kaikki juontaminen tapahtuu parityöskentelyinä ja välineellisesti yleisön edessä.

Haastateltujen mielestä hyvän juontajan on tärkeää osata kuunnella pariaan ja keskittyä hänen sanomisiinsa. Siten juontaja pystyy nopeasti tarttumaan parin sanomisiin ja vietyä niitä hauskalla tavalla eteenpäin. Lähes kaikki haastatellut pitivät erittäin tärkeänä, että juontaja myös huomioi parinsa ja antaa hänelle tilaa. Samalla hyvän juontajan on osattava luopua omista ideoistaan ja suhtautua avoimesti ja vastaanottavaisesti parin uusiin avauksiin.

Aina parijuonnos on se et pitää osata luopua koska kukaan ei voi osata sun ajatuksii lukee, ni välillä tulee sellasia että ku "tää olis ollu niin hyvä, ja mä olisin halunnu tän punch-linen heittää tähän mut ku se toinen kerkes" mut pitää vaan osata ajatella et "no, se meni nyt näin" -- ja sit semmonen niinku että kumpikaan ei halua et "mä haluan olla tähdempä kun toi toinen" et sä annat sit sen tilan että, "okei, mä luotan siihen, että tolla on oikeesti joku hyvä kysymys siellä, eikä niin et mul on täällä parempi" – H9

Hyvä parijuontaminen on helpompaa, jos juontajapari tai -ryhmä tuntee toisensa, luottaa toisiinsa ja osaa hieman ennakoida toistensa toimintaa. Kun juontaja tuntee parinsa vahvuudet, heikkoudet ja juontotyylin, hän pystyy innostamaan pariaan ja ottamaan lähetyksen etenemisen omalle vastuulleen silloin, kun pari ei siihen syystä tai toisesta pysty. Parille pitää muistaa tarjota tarttumapintaa omiin aihevalintoihin, niin että hän ymmärtää niistä tarpeeksi pystyäkseen osallistumaan keskusteluun.

Parityöskentelytaitojen lisäksi hyvälle juontajalle on haastateltujen mukaan tarpeen oikeanlainen suhtautuminen yleisöön ja yksittäisiin kuulijoihin. Juontajan pitäisi tiedostaa kohdeyleisönsä ja mukautua siihen, mutta muistaa kuitenkin ottaa huomioon kuulijoiden erilaiset toiveet ja tarjota eri ihmisille monipuolisesti eri asioita. Puheen pitäisi haastateltujen mukaan olla suunnattu kuulijalle eikä se saisi kääntyä juontajaparin kahdenkeskiseksi naureskeluksi. Hyvä juontaja saa kuulijansa kiinnostumaan käsiteltävistä puheenaiheista ja parhaimmillaan osallistumaan niihin. Muutama juontaja korosti, että hyvä juontaja osaa keskustella kuulijan kanssa myös kahden kesken hänen osallistuessaan lähetyksessään esimerkiksi soittamalla studioon.

Yks juttu on se et on tärkeätä että osaa kommunikoida kuuntelijoiden kanssa jos joku soit- soittaa, niin että osaa puhua sille ihmiselle. Koska, jos ei osaa, alottelijana se on hirveen hankalaa, sitä ei oikein ees tajua, se on varmaan sama kun jossain jotkut puhelinmyyjät nii, osa myy, on olemassa muutama tyyppi jotka tuntuu että ne saa myytyä sen kummallisen lehtipaketin kelle tahansa, koska ne puhuu niin hyvin sen ihmisen kanssa, kelle ne soittaa, joka ei oo ikinä odottanu mitään soittoa ja joka suhtautuu ehkä jopa vähän vihamielisesti tai tosikin vihamielisesti jossain vaiheessa. Niin jotkut vaan on niin hyvä puhumaan, sen ihmisen kanssa, niin radiojuontajalla on sama et silloin ku se puhuu oikeesti puhelimesta tai silloin ku se puhuu, silloin ku ne vaan kuuntelee, niin se on, se on aika tärkeä. H1

#### 4.3 Radiojuontajien oma juontamiseen liittyvä viestintäosaaminen ja sen kehitys

Haastateltujen juontajien käsitykset omista vahvuuksistaan vaihtelivat laajasti. Joitakin yhdistäviä tekijöitä löytyi, mutta pääasiassa käsitykset omasta juonto-osaamisesta olivat kaikilla juontajille varsin erilaiset. Kukin juontaja mainitsi vahvuuksikseen useampaan kuin yhteen kategoriaan kuuluvia taitoja, eli kukaan ei painottanut ainoastaan esimerkiksi sisältöihin tai parityöskentelyyn liittyvää osaamista. Mainittujen vahvuuksien vaihtelu oli yksittäisenkin juontajan kohdalla niin suurta, ettei ollut mahdollista muodostaa selkeitä ryhmiä, joihin juontajat olisi voinut jaotella.

Kun haastatellut pohtivat omaa juontotyyliään ja vahvuuksiaan juontajana, ylivoimaisesti useimmin mainittiin nopeus eri muodoissaan. Puolet Ylen ja yhtä vaille kaikki kaupallisen radion juontajista kertoivat vahvuudekseen nopeuden liittyen ideointiin, reagointiin tai puheenaiheiden keksimiseen. Kolme kaupallisen puolen juontajaa mainitsi yhdeksi vahvimmistä osaamisalueistaan kuulijoihin ja nimenomaan lähetykseen osallistuviin kohdistuvat interpersonaaliset taidot, kuten soittajien kanssa juttelun, kohteliaisuuden ja empatian.

Siis ihmiset kokee mut kauheen läheiseksi ja sellaseksi ihmiseksi kelle voi tunnustaa sanoa soittaa kertoo asioita siis mul on, mähän saan välillä siis joko, niinku privana sähköpostilla tai sit ne soittaa ihan lähetykseen et "sano sää mitä mä teen kun minä tapasin sen venäläisen naisen siellä ja nyt se teki mulle näin ja voitsä auttaa" – H9

Haastatelluista kolme kaupallisen puolen juontajaa mainitsi vahvuudekseen yleissivistyksen tai monipuolisuuden erilaisten aiheiden käsittelyssä. Hyvä rytmiikka ja tarinankuljetustaito tulivat muutaman kerran esiin sekä Ylen että kaupallisen puolen juontajien vahvuutena. Myös parin huomiointi ja tilan antaminen mainittiin molemmilla puolilla kerran tai kaksi.

Onnistumisen hetkiä ja tyytyväisyyttä omaan työsuoritukseen haastatellut kokivat erityisesti silloin, kun he saivat kuulijat aktivoitumaan, osallistumaan lähetykseen tai antamaan palautetta. Muutama juontaja oli sitä mieltä, että tuohtunutkin reaktio yleisössä kertoo juontajan hyvästä työsuorituksesta – siitä, että juontaja on onnistunut puhuttelemaan ja herättämään tunteita kuulijassa. Eräs juontaja

puolestaan huomautti, että kaupallisella kanavalla kuulijamäärät puhuvat puolestaan, eli jos kuuntelijoita on paljon eivätkä luvut osoita pienenemisen merkkejä, juontajat voivat olla tyytyväisiä työsuoritukseensa.

Noin kolmannes juontajista kertoi kokevansa onnistumisen tunteita hyvin toimineen parityöskentelyn, improvisaation ja hyvän flow'n aikaansaamisen jälkeen. Yhtä moni kertoi olevansa erityisen tyytyväinen lähetykseen, jos sen aikana on tapahtunut jotakin odottamatonta ja yllättävää. Kaksi haastatelluista puolestaan koki onnistuneensa silloin, kun lähetyksessä oli onnistuttu käsittelemään erilaisia aiheita monipuolisesti ja uudenlaisista näkökulmista.

Haastatelluilla juontajilla oli jokseenkin eriäviä käsityksiä siitä, missä määrin omaan kokemukseen lähetyksen hauskuudesta ja onnistumisesta voi luottaa. Osa oli sitä mieltä, että jos omasta mielestä on ollut hauskaa ja itseä on lähetyksessä naurattanut aidosti, omaan tuntumaan on voitava luottaa. Toiset taas näkivät, että oma arvio lähetyksen toimivuudesta ja onnistuneisuudesta voi pettää. Vaikka itse olisi kokenut parityöskentelyn onnistuneen hyvin ja hauskan tunnelman välittyneen yleisölle, kuulijoiden vaikutelma voi olla täysin toisenlainen.

Hirveen useesti jos se oma fiilis on ollu siinä juonnossa tosi hyvä, ja me ollaan itse hekoteltu sille ja kerrottu hauskoja juttuja ja saatu hyviä oivalluksia siinä ja saatu se kahteen minuuttiin, sitte jälkikäteen kuuntelee sen niin saattaakin olla niin että me ollaan, siinä vasta huomaa että me ollaan molemmat kerrottu jotain ihan omaa tarinaamme eikä oo oikeesti kommunikoitu keskenämme ja puhuttu toistemme päälle ja tehty sellasia asioita. H1

Noin puolet kaupallisen radion juontajista ilmoitti, ettei juontaessaan joudu keskittymään siihen, miltä juontaminen kuulijan korvaan kuulostaa. Toinen puoli juontajista kertoi keskittyvänsä siihen aktiivisesti. Ne, jotka eivät kokeneet keskittyvänsä siihen, miltä heidän juontonsa kuulostavat, korostivat yksinkertaisesti puhuvansa aina luontevasti ja rennosti omana itsenään. Sen sijaan ne, jotka puhuessaan miettivät miltä kuulostavat, kertoivat keskittyvänsä esimerkiksi tiivistämiseen, tarinan kuljettamiseen ja kielenhuollollisiin seikkoihin. Muutama heistä arveli tarkastelevansa omaa juontamistaan lähetyksen aikana vähän liikaakin. Kaupalliselta puolelta yksi henkilö kertoi miettivänsä ulosantiaan silloin kuin on muutenkin keskittyneessä tilassa, mutta unohtavansa harmikseen miettimisen silloin kun rentoutuu liikaa.

Sillon kun mä oon skarpina, ni joo, sillon mä mietin sitä, ihan siinä puhuessani. Mä niinkun, kun, kun mä sanon tätä sanaa niin mä mietin jo sitä seuraavaa, ja mä niinku valkkaan mä niinkun, vä- välil must tuntuu et mä oon niin käsittämättömän, nopea, IBM-tietokone et mä pystyn siinä niinku, tavallaan vaihtaan suunnitelmaa kesken lauseen. Ja sit taas jos mul on liian rento olo, liian semmost mukavaa, ni sit mä en heti, ja sit se harmittaa mua. H3



Kolme neljästä Ylen juontajasta huomautti, ettei sitä miltä kuulostaa pidä tai voi miettiä liikaa. He kaikki kertoivat usein miettivänsä esimerkiksi kappaleen jälkeistä aloittamista tai kerrottavan tarinan pohjustusta tarkoin mutta siitä eteenpäin antavansa tilanteen ja parikeskustelun kuljettaa lähetystä vapaammin. Eräs heistä kommentoi liian miettimisen olevan turhaa siksi, ettei juontaja itse kuitenkaan voi tietää, millaisen vaikutelman kuulija juonnosta saa.

Kehityskohteeksi omassa juontamisessa mainittiin useimmiten tiivistämiseen, rytmitajuun ja tarinankerrontaan liittyviä asioita. Moni juontajista toivoi kehittyvänsä tuoreen näkökulman saamisessa hausalla tavalla tiivistettyyn muotoon. Jotkut juontajista halusivat parantaa tarinankerrontataitojaan, koska uskoivat kuulijan palaavan tietyille kanavalle kerta toisensa jälkeen juuri hyvän tarinankerronnan vuoksi. Muutama kaupallisen radion juontaja toivoi myös oppivansa markkinoimaan soitettavaa musiikkia ja lähetyksessä myöhemmin tapahtuvia asioita enemmän ja paremmin. Muutama mainitsi jatkuvaksi kehityskohteekseen inspiraation etsimisen.

Mut sit niinku ennen kaikkee siis se että, et polttoainetta sille kaikelle juontamisellehan tuottaa niinku muu elämä mitä sä elät, ja ihan lähtien siitä et mä istun täs ja luen lehtee tai, tai juttelen ystäväni kanssa tai meen erinäkösiin tapahtumiin tai käyn matkoilla jossain ja muuta. Toiset, toisist ihmisist aika usein se lähtee. Ni sen polttoaineen kerääminen ni s- s- sitä vaan pitäisi harjottaa ja harjottaa ja harjottaa ja harjottaa. Koska sieltä se niinku se, jollain taval niit visioit imetään myös. H2

Yleisradion juontajista puolet halusi juontotyössään kehittää heittäytymistä ja uskallusta tuoda oma persoona näkyvämmiin esiin. Toinen puoli pohti, että heidän kenties olisi hyvä toisinaan opetella luopumaan liiasta analyttisyydestä ja kriittisyydestä omaa juontotyötään kohtaan. Koska juontamista tehdään monta tuntia joka arkipäivä, juontajan olisi hyvä antaa itselleen anteeksi, ettei jokaisessa lähetyksessä yllä erinomaiseen suoritukseen.

Nii ja sit sit ku se on niinku maraton-lä, toi toi konsepti ni mul on hirveen, mä voisin antaa enemmän itselleni anteeks sitä että aina ei lähe, koska siis se pointti ei o se et se on joka päivä ihan timanttist vaan sen pointti on se et vaik neljä viidestä tai kolme viidestä ois hyviä, et joka viikko meil on yks huono lähetys mut sit taas jonku mielest seki on niinku aika hyvä et se, emmä oikei tiiä, ne on vaikeit juttuja. H5

Noin puolet haastatelluista arveli kehittyneensä juontaja rennommaksi, rauhallisemmaksi ja vapautuneemmaksi kuin millainen oli aloittaessaan juontotyöt. Noin kolmannes juontajista mainitsi oppineensa olemaan enemmän oma itsensä ja luopumaan mahdollisesta roolin esittämisestä. He kertoivat uskaltavansa nykyään puhua omakohtaisista kokemuksistaan rohkeammin ja oppineensa reagoimaan lähetyksessä spontaanisti omana itsenään. Eräs juontaja kertoi, ettei juontotöitä aloittaessaan pystynyt nauramaan lähetyksessä, mutta improvisaatiokoulutuksen ja kokemuksen

mukanaan tuoman yleisen rentoutumisen myötä pääsi ongelmasta eroon. Sekä Ylen että kaupallisen radion juontajista osa mainitsi uskon omaan osaamiseen ja oman työn arvostuksen lisääntyneen juontokokemuksen karttuessa.

-- oli aina semmonen vähän semmonen olo et on vähän niinku toisen luokan toimittaja ku täs tehään vaan viihdettä meni hirveen kauan ennen ku oppi niinku miettimään että, jumalauta et mä oon hyvä siinä, se on mun erityislahja, ja tää maailma tarvii viihdetoimittajia niin telkkariin kun radioon, ja joku on niissäki ja jos mä en sitä tee niin joku sen niinku tekee et pitää arvostaa itseensä et mä oon tässä asiassa hyvä – H9

Moni juontaja kertoi kehittyneensä myös juontamistekniikassa, tiivistämisessä ja rytmiikassa. Uusien näkökulmien keksiminen oli nopeutunut ja helpottunut ja tarinankerrontataidot kehittyneet. Kun juontaja löysi oman tapansa käsitellä asioita ja kääntää ne hauskoiksi, draamankaari alkoi muodostua nopeammin ja vaivattomammin.

Usein juontotyylin muuttuminen esimerkiksi rennommaksi ja vapautuneemmaksi liittyi siirtymiseen kanavalta toiselle, ja jotkut muutokset juontotavassa olivat seurausta ohjelman tyylin systemaattisesta muutoksesta. Muutamit haastatelluista mainitsivat, että juontaminen muuttuu jatkuvasti, ja erityisen voimakkaasti silloin, kun juontopari vaihtuu tai kun siirtyy parijuontamisesta juontamaan yksin.

Lähes kukaan juontajista ei ollut tahallaan pyrkinyt muuttamaan juontamistyyliään toisenlaiseksi. Omaan osaamista oli toki pyritty kehittämään ja esimerkiksi huonoista manereista luopumaan, ja tietyt puheenaiheet olivat ajan myötä jääneet. Ohjelmasta toiseen siirtyminen tai juontoparin vaihtuminen oli joilla kuilla edellyttänyt oman tyylin hienoista mukauttamista, mutta jälleen haastatellut muistuttivat, ettei mitään keinotekoista roolia voi juontotyöhönsä omaksua. Eräs juontaja kuvaili juontajana kehittymistä näin:

Mä en oo ikinä yrittäny sillä lailla et mä rupeisin tekeen jotain hahmoa tai rupeisin rakentaan itsestäni sen tyylistä persoonaa jota mä en ole. Että enemminkin se menee sillä lailla että alussa jokainen on jotakin jota ei ole, ja sitten yrittää sieltä päästä mahdollisimman lähelle sitä mitä oikeasti on. H1

Haastatelluista juontajista viidellä ei ollut radiojuontamiseen tai -toimittajuuteen liittyvää koulutusta, loput kuusi olivat opiskelleet radio- ja tv-työtä tai journalismia joko ammattikorkeakoulussa tai yliopistossa. Tällainen koulutus oli Ylen juontajista kaikilla neljällä ja kaupallisen radion seitsemästä haastatellusta kahdella.

Suuri osa niistä juontajista, joilla radioalan tai toimittajan koulutusta oli, piti koulutuksen merkitystä nykyisen juontamisosaamisensa kannalta varsin vähäisenä. Eräs juontaja moitti yliopiston toimittajakoulutuksessa suhtauduttavan avoimen kielteisesti viihteen tekemiseen, ja toinen taas kertoi yliopistossa saamansa toimittajakoulutuksen vanhentuneen hyvin pian hänen siirryttyään työelämään. Myöskään useimmat ammattikorkeakoulussa opiskelleet eivät katsoneet koulutuksestaan olevan paljon hyötyä nykyisen tehtävänsä kannalta. Eräs juontaja katsoi koulutuksen kyllä kehittävän esiintymistä mutta uskoi esiintyjyyden perusedellytysten kumpuavan muualta.

-- kyl koulutus aina on hyvä. Mut se että, öö, mä väitän että esiintyjää ihmisestä ei saada, jollei siihen ole jonkunlaista, niinku, lahjaa tai tekemisen paloo tai edellytyksiä. Et sä voit kouluttamalla ja treenamalla itteäs niinkun.. petrata omaa, omaa niinku ulosantias ja esiintymistäs todella paljon, mut jos se peruslähtökohta on niinku vinossa, ni se ei suurene. Mä, mä olen niin monta kertaa sen nähny että on ollu hienoja ihmisiä, fiksuja ihmisiä, mut sitte he jollain tavalla jäätyy, kun mikrofooni vaan niinku aukee. Ja sit siit tulee semmosta niinku näyteltyy, vähän semmosta niinku Viking Linen purserin puhetta. Ja sitä ei kukaa jaksaa hirveen kauaa. H11

Opinnoissaan haastatellut juontajat katsoivat kartuttaneensa lähinnä yleissivistystään ja toimittajan perustaitoja, kuten tiedonhakua, pohjatyötä, draamankaaren rakentamista, analyttistä ajattelua ja keskeisen sisällön hahmottamista suurista kokonaisuuksista. Ammattikorkeakoulussa opiskelleet kertoivat opinnoissaan päässeensä tutustumaan hieman konkreettiseenkin radiotyöhön. Eräs heistä piti etenkin harjoitteluita hyödyllisinä kokemuksina, joissa omaa juontajapotentiaalia pääsi testaamaan käytännössä.

Yli puolet haastatelluista juontajista, myös osa niistä, joilla oli alaan liittyvää koulutusta, katsoi oppineensa juontamisesta kaiken tai lähes kaiken työssä. Töissä kerrottiin opitun lähetystekniikkaa, puheenvuoron rakentamista ja kuulijoiden kiinnostuksenkohteita. Myös jatkuvasti muuttuvat radiotyöskentelyn käytännöt, kuten viimeisimpänä sosiaalisen median hyödyntäminen, on mahdollista oppia vain töissä. Kanavien omissa koulutuksissa juontajat kertoivat oppineensa esimerkiksi äänenkäyttöön, kielenhuoltoon, improvisaatioon ja tarinankerrontaan liittyviä taitoja. Muutamat toivat esille käsityksensä siitä, että joidenkin ihmisten ja joihinkin ammatteihin ei välttämättä kannata opiskella, vaan työtä tekemällä oppii nopeammin. Myös eräs radiotyöhön kouluttautunut juontaja huomautti, että kullakin kanavalla on omat toimintatapansa, joten koulussa opittuja taitoja ei useinkaan pääse soveltamaan töissä, vaan kanavan tapa on opeteltava erikseen. Hän korostikin nopean oppimisen keskeisyyttä radiojuontajan työn opettelussa:

-- mä oon just siel töissä niit asoita oppinu et siellä kuitenkin, tällä alalla saa tehdä asioita kokeilla vähän ja muuta että ei siit niinku heti ammuta, mut et ki- ehkä kyse on siitä et kuinka nopeesti sä pystyt kehittyyn sitte että et pystyy niinku töissäki just, tätä oppiin tätä hommaa mut jos sä oot niinku valmis kehittyä ja hiffaat sen homman ja pystyt sit niinku oikeesti kehittymään itsenäisesti siinä työn ohella että, et tota, sit sitä se sit vaatii kuitenkin – H6

Opintojen ja juontamiskokemuksen lisäksi juontajat kertoivat myös muiden tekijöiden vaikuttaneen heidän juontamisosaamiseensa. Yli puolet juontajista, joukossaan kaikki Yleltä, korosti kollegoilta oppimisen ja vaikutteiden saamisen merkitystä osaamisensa kehityksessä. Oman ja muiden kanavien juontajia kuuntelemalla oli opittu hauskuuttamista ja uudenlaisia asioiden käsittelytapoja. Muiden juontajien tarinoita ja tavaramerkkejä ei toki haluttu omia itselle, vaan niistä etsittiin inspiraatiota sovellettavaksi omaan juontamistyyliin.

Kolme yhdestätoista juontajasta kertoi lapsuudessaan perheensä muuttaneen usein ja arveli sen vaikuttaneen nykyiseen osaamiseensa juontajana. Kun ystäväpiirit vaihtuivat jatkuvasti, oli toistuvasti opeteltava tulemaan toimeen uusien ihmisten kanssa ja voitettava heidät puolelleen.

-- kun, faijan duunin takii on muutettu paikkakunnalt toiselle, ni mä jo niinku ala-asteiässä opin sen että, et et mä saan niinku uudes koulus ystäviä, ja mä pääsen niinku suosioon enkä päädy koulukiusatuksi, öö, kun, kun mä oon mahdollisimman hauska, ja kikkailen ja teen kaikkee hölmöö. H3

Kaiken kaikkiaan monen juontajan mielestä juontamisosaamista kartutti työkokemuksen lisäksi parhaiten eletty elämä. Esimerkiksi monipuolinen työkokemus ja ulkomailla asuminen olivat opettaneet interpersonaalaisia taitoja ja kerryttäneet mielenkiintoisia tarinoita kerrottavaksi. Harrastukset kuten musiikki ja improvisaatioteatteri olivat antaneet esiintymisvarmuutta, rohkaissheet heittäytymään ja opettaneet olemaan murehtimatta virheitä. Tv-sarjoja ja stand up -esityksiä katsomalla kerättiin inspiraatiota, ja lukemalla kehitettiin omaa kielenkäyttöä rikkaammaksi ja monipuolisemmaksi.

Juontamisosaamisen ylläpidossa ja kehittämisessä lähes kaikki pitivät omien lähetysten kuuntelemista erittäin hyödyllisenä, tosin osa myönsi tekevänsä sitä liian vähän. Kuuntelemalla ja tarkkailemalla omaa juontamista pystyi haastateltujen mielestä esimerkiksi kitkemään ei-toivottuja maneereita, valamaan uskoa omaan osaamiseen ja siten innostamaan itseään entistä parempiin suorituksiin. Myös alan yleisen kehityksen, kilpailevien kanavien juontajien ja ulkomaisten radiokanavien toiminnan tarkkailu mainittiin keinoiksi kehittyä työssä. Moni juontajista piti jatkuvan kehittymisen kannalta tärkeänä itsensä ja tapojensa haastamista omalta mukavuusalueelta poistumalla ja kokeilemalla jatkuvasti uusia asioita. Inspiraatiota tulisi jatkuvasti etsiä uusista

paikoista, kokemuksista ja keskusteluista. Muutama pitkään juontanut haastateltu kaupallisen radion puolelta korosti myös vapaa-ajalla lepäämisen, rauhoittumisen ja itsestä huolta pitämisen tärkeyttä työkyvyn ylläpitämisessä.

## 5 POHDINTA

### 5.1 Tulosten pohdinta

Tässä tutkielmassa pyrittiin tarkastelemaan sitä, millaista viestintäosaamista viihteellisen radio-ohjelman juontaja omasta mielestään juontotilanteessa tarvitsee. Tähän tutkimusongelmaan etsittiin vastausta kolmen tutkimuskysymyksen avulla. Tutkimuskysymykset olivat seuraavat: (1) Millaiset seikat ovat juontajien mielestä ominaisia juontamiselle viestintätilanteena? (2) Millaista juontajien mielestä on hyvä juontaminen? (3) Millaiseksi radiojuontajat arvioivat omaa juontamiseen liittyvää viestintäosaamistaan ja sen kehitystä?

Juontamistilanteen viestintää nähtiin määrittävän juontamisen funktio, viihteellisyys, radiokanava ja -ohjelma, aikataulu, suunnitellun ja improvisoidun yhdistäminen, parityöskentely sekä yleisö. Funktioiksi miellettiin tyypillisimmin viihdyttämistä, ajankohtaisten asioiden raportoimista ja erilaisten näkökulmien tarjoamista ja uusien ajatusten herättämistä. Myös tv-juontamisen keskeisimpiä funktioita ovat Isotaluksen (1996, 151–153) mukaan viihdyttäminen ja informointi, eli eri viestimissä funktiot ovat ainakin pääpiirteittäin samat. On merkille pantavaa, että ajankohtaisten raportointi nousi haastateltujen radiojuontajien mielestä yhdeksi juontamisen keskeisimmistä funktioista, vaikka heidän juontamansa radio-ohjelmat olivat korostuneen viihteellisiä. Tähän kenties liittyy ohjelmien lähetysaika, prime time noin aamuseitsemästä iltapäiväviiteen. Aamulla radion avaaminen voi olla kuuntelijan päivän ensimmäinen mahdollisuus kuulla tuoreet uutisaiheet. Kuulijan saatetaan arvella haluavan olla työpaikalle päästessään ajan tasalla ajankohtaisista tapahtumista. Kenties myös työpaikalla, ollessaan ”ammattillisuuden piirissä” eikä rennosti kotioloissa, kuuntelijan ajatellaan kaipaavan viihteen lisäksi juuri ajankohtaista informaatiota.

Juontamisen funktioista keskeisten joukkoon nousseet erilaisten näkökulmien tarjoaminen ja uusien ajatusten herättäminen poikkeavat tv-toimittajien nimeämistä juontamisen funktioista. Tämä saattaa liittyä välineiden erilaisiin ohjelmistoihin. Tv-ohjelmat ovat radion prime time -viihdeohjelmiin verrattuna lyhyitä, ja niiden rakenne, sisältö ja puheenaiheet luultavasti radiota voimakkaammin ennakkoon määriteltäviä. Kun radion viihdeohjelmaa tehdään monesti yli viisitoista tuntia viikossa ilman erityistä teemaa tai aihetta, olosuhteet lienevät otolliset erilaisten pohdintojen, näkökulmien ja ajatusleikkien kehittelyyn.

Crisellin (1994, 5) mukaan juontotyö riippuu juontajan persoonallisuuden lisäksi kohderyhmästä, soitettavasta musiikista ja ohjelman lähetysajasta. Tässä tutkielmassa nämä tekijät nousivat melko maltillisesti esiin juontamiseen vaikuttavina tekijöinä. Suuri osa haastatelluista juontajista tuntui hieman karsastavan kohderyhmäajattelua ja näki sen uhkaksi juontamisen monipuolisuudelle. Soitettavan musiikin tai lähetysajan vaikutuksesta mainittiin korkeintaan ohimennen. Juontajat tosin kertoivat juontamansa ohjelman vaikuttavan juontamiseensa, mutta tarkempia erittelyitä heiltä ei haastattelussa pyydetty. On mahdollista, että ohjelman vaikutukset juontotyöliin palautuvat ainakin osin ohjelmassa soitettavaan musiikkiin ja ohjelman lähetysaikaan.

Vaikka radiokanavien ja ohjelmien yleisömittauksista, profiloinnista ja ideaalikuuntelijan määrittelystä on tullut vakiintuneita käytäntöjä radioalalla (ks. Kempainen 2000, 100–101; Hujanen & Ala-Fossi 2012, 144–145; Uimonen 2011, 32), tähän tutkielmaan osallistuneet radiojuontajat eivät antaneet niille suurta painoarvoa juontamiseensa vaikuttavina tekijöinä. Voidaan arvella, että kohderyhmiä kartoitetaan ensisijaisesti mainostajia varten ja kenties myös musiikkivalintoja ohjaamaan.

Koska juontamistilanteen puitteita ei ole juontamisviestinnän kannalta tutkittu juuri lainkaan, ei nyt saatuja tuloksia pystytä laajalti vertailemaan aiempaan tutkimukseen. Tulokset luovat mielestäni onnistuneen ja melko monipuolisen ensikatsauksen siihen, millaiset seikat juontamistilanteen viestintään vaikuttavat. Juontamiskontekstin tunteminen on oleellista juontotyön luonteen ja vaatimusten ymmärtämisen sekä taitavan juontamisen määrittelyn kannalta.

Taitava juontaminen sai haastatteluissa lähestulkoon yhtä monta määritelmää kuin oli haastateltaviakin, mutta yhdistäviäkin piirteitä määritelmistä löytyi. Hyvän juontamisen piirteet jakautuivat tässä tutkielmassa neljään luokkaan: (1) puhe ja esitystapa, (2) puheen sisältö ja näkökulmat, (3) juontajapersoona ja asennoituminen työhön ja (4) interpersonaaliset taidot ja yleisösuhte.

Haastateltujen mukaan taitavalla juontajalla on hyvä ääni ja selkeä puhetapa, joka ei kuitenkaan ole jäykkä eikä virallinen. Hänellä pitää olla tarinankerrontataittoa ja taitoa rytmittää tarinoita ja puheenvuoroja mielekkäällä tavalla. Juontajan tulee tehdä rohkeita aihevalintoja, esittää mielipiteitään, esitellä kuulijoille uusia näkökulmia ja välttää helppoa huumoria. Nämä taidot perustuvat haastateltavien mukaan yleissivistykseen ja kykyyn etsiä ja löytää inspiraatiota

kaikkialta. Hyvä juontaja on haastateltavien mielestä positiivinen ja reagoinnissaan nopea. Erityisen tärkeänä pidettiin myös sitä, että juontaja on lähetyksessä oma itsensä, mutta kuitenkin tietoinen radiopersonastaan, jossa tiettyjä piirteitä on kiinnostavuuden ja hauskuuden nimissä saatettu korostaa. Hyvään juontamiseen kuuluu itsekriittisyys sekä halu uudistua ja kehittyä, mutta samalla on uskottava itseensä ja oman työpanoksensa laatuun. Taitava juontaja osaa kuunnella pariaan, antaa hänelle tilaa ja varmistaa, että pari pystyy osallistumaan keskusteluun riittävästi. Kohdeyleisön hän tiedostaa, muttei anna sen kahlita vaan kohdistaa puheensa lähinnä yksittäisille kuulijoille. Hyvä juontaja muistaa huolehtia siitä, että kuulijat ymmärtävät mistä puhutaan, ja osaa käsitellä heitä myös kahden kesken.

Pääosin tässä tutkielmassa esiin nousseet hyvän tai taitavan juontamisen määritelmät toistavat melko hyvin aiemman tutkimuksen linjaa. Valo (1994a, 83) on maininnut taitavan radioesiintymisen kriteeriksi hyvän äänen ja oikeaoppisen suomen kielen, Isotalus (1995, 90) monipuolisuuden ja nopean reagoimisen. Crisell (1994, 67) kertoo prime time -juontajien puhuvan avoimesti omista kokemuksistaan ja mielipiteistään, ja jälleen Valo (1994a, 80) huomauttaa radioviestinnässä tarvittavan samanlaisia puheviestintätaitoja kuin kasvokkaisuviestinnässä. Kaikki nämä mainittiin tämänkin tutkielman teemahaastatteluissa.

Joitakin tässä tutkielmassa esiin nousseista osaamisen osatekijöitä on radioviestinnän aiemmassa akateemisessa tutkimuksessa käsitelty kuitenkin vain melko vähän. Esimerkiksi juontajan rytmiiikan- ja draamantajusta ei juuri löytynyt tieteellistä tutkimusta. Tämä tutkielma tarjosi myös uuden näkökulman siihen, mihin juontajien aihevalinnat perustuvat, miten heidän kertomansa tarinat syntyvät. Haastatellut juontajat pitivät juontajan ammatissa erityisen tärkeänä laaja-alaisia kiinnostukset kohteita ja inspiraation etsimistä kaikkialta niin työaikana kuin vapaallakin. Myöskään juontajalle sopivasta työhön asennoitumista ei juuri löytynyt aiempaa tutkimusta. Tässä tutkielmassa haastatellut painottivat hyvän juontajan piirteiksi sekä riittävää uskoa omaan osaamiseen ja hauskuuteen että jatkuvaa itsekriittisyyttä, halua kehittyä ja pyrkimystä uudistua.

Kun juontajat arvioivat omaa viestintäosaamistaan viihdeohjelman juontajana, useimmiten vahvuuksiksi mainittiin nopeus havainnoinnissa, reagoinnissa tai puhuttavan keksimisessä, sekä interpersonaaliset taidot kuulijoiden käsittelemisessä. Onnistumisen hetkiä koettiin erityisesti silloin, kun parityöskentely oli toiminut hyvin tai kun kuulijat aktivoituivat osallistumaan tai antamaan palautetta. Vaikka aiemmin juontajat olivat kertoneet mieltävänsä parijuontamisen lähinnä keskusteluksi ja hauskojen puheenaiheiden jäävän välillä sisäänpäin kääntyneeksi



naureskeluksi juontajien välillä, näiden uusien tulosten perusteella vaikuttaa siltä, että kuulijat otetaan juonnettaessa hyvinkin aktiivisesti huomioon. Juontavat tuntuvat haluavan tuottaa ohjelmaansa kuuntelijoita kiinnostavaa ja aktivoivaa sisältöä, olevan kiinnostuneita kuuntelijoiden ajatuksista ja kokemuksista ja haluavan kohdella esimerkiksi studioon soittavia kuulijoita kohteliaasti ja ystävällisesti.

Juontajat jakautuivat noin puoliksi sen suhteen, mielsivätkö he juontaessaan keskittyvänsä aktiivisesti siihen, miltä heidän juontamisensa kuulostaa. Osan mielestä keskittyminen esimerkiksi oikeakielisyyteen ja tarinankuljettamiseen oli erittäin tärkeää, toiset kertoivat juontavansa aina luontevasti omana itsenään ja pitivät liikaa keskittymistä turhana tai juontamista jäykistävänä. Tämä kahtiajako saattaisi viitata merkittävään eroon juontajien tavassa toimia juontotilanteessa. Suuri ero saattaa kuitenkin johtua kenties hieman monitulkintaisesta kysymyksenasettelusta. Juontajat saattoivat ymmärtää ulosantiinsa keskittymisen eri tavoin mieltäen sen enemmän tai vähemmän tietoiseksi tai määritellen ulosannin suppeammin tai laajemmin. Moni kiirehti korostamaan juontavansa aitona, omana itsenään, vaikka ulosantiin keskittymisellä ei ollut millään lailla tarkoitus viitata yritykseen muuttaa juontotyylä tietynlaiseksi. Juontaminen voi luonnollisesti olla täysin aitoa, vaikka juonnettaessa keskityttäisiin oikeakielisyyteen tai draamankaaren rakentamiseen. Tässä kohtaa haastattelijan olisi kenties ollut syytä esittää tarkentavia lisäkysymyksiä tai täsmentää kysymyksen merkitystä eksplisiittisemmin.

Valon (1995, 69) mukaan ihmisen persoonallisuus luo tietyn pohjan hänen viestinnälleen, mutta siitä huolimatta puheviestintätaitoja on mahdollista oppia. Taitavaksi puheviestijäksi voi kuitenkin oppia myös ilman koulutusta esimerkiksi mallioppimisen tai käytännön viestintätilanteissa hankitun kokemuksen kautta (Valkonen 2003, 48). Tätä tutkielmaa varten haastatelluista juontajista kuudella oli jollakin tapaa juontamiseen liittyvää koulutusta ja viidellä ei. Juontajat olivat melko yksimielisiä siitä, että olivat hankkineet juontamiseen liittyvän osaamisensa lähinnä työtä tekemällä eikä niinkään opintojen kautta. Opintojen anti rajoittui monien juontajien mielestä tietynlaisiin toimittamisen perustaitoihin, ja konkreettinen juontamisosaaminen oli karttunut töissä. Tämän perusteella herää kysymys, olisiko juontajan tai radiotoimittajan ammattiin tähtäävään koulutukseen syytä tehdä muutoksia, vai onko turha olettaa koulutuksen voivan tarjota konkreettista valmiuksia viihdejuontajan työhön. Edes alustavan vastauksen antaminen tähän kysymykseen edellyttäisi kuitenkin laajempaa otantaa ja syvällisempää tarkastelua.

Työtä tekemällä hankittujen valmiuksien lisäksi moni juontaja katsoi oppineensa paljon seuraamalla kollegojensa työtä, tarkkailemalla radioalan kehitystä Suomessa ja ulkomailla sekä kuuntelemalla omia lähetyksiään jälkikäteen nauhalta. Niiden lisäksi monen juontajan vastauksissa korostui eletyn elämän merkitys juontamisen taidokkuuden ja kiinnostavuuden ylläpitämisessä. Omasta elämästä ja kokemuksista on löydettävä tarinoita kerrottavaksi päivästä, viikosta ja kuukaudesta toiseen, ja sitä varten kaikkeen on suhtauduttava uteliaasti ja kiinnostuneesti. Kehittyäkseen juontajan työssä on haastateltujen mukaan jatkuvasti tehtävä asioita uudella tavalla ja poistuttava mukavuusalueeltaan.

Vaikka oman juontamiseen liittyvän viestintäosaamisen määritelmässä toistuivat suurilta osin juontajien näkemykset hyvästä juontamisesta, oli näitä kahta syytä tarkastella erikseen, sillä radiojuontajien viestintäosaamista ei heidän omasta näkökulmastaan ole aiemmin tutkittu. Sen lisäksi selvittämällä juontajien oman juontamisosaamisen syntyä ja kehitystä saatiin alustavaa tietoa siitä, millainen koulutus valmistaa tai ei valmista viihteellisen radio-ohjelman juontajan ammattiin.

Kaiken kaikkiaan tämän tutkielman tulosten perusteella voidaan mielestäni sanoa, että viihteellisen radio-ohjelman juontaminen on voimakkaasti puheviestintään perustuvaa työtä. Juontamistilanteen viestintää määrittävät ja rajoittavat monenlaiset tekijät, joihin juontajan on sopeuduttava. Juontaminen vaatii mukautumista monen tyyppisiin kontekstinmuutoksiin, ja niidenkin ulkopuolella juontamisessa olisi syytä kokeilla uutta ja pyrkiä jatkuvasti murtamaan syvään juurtuneita toimintatapojaan. Juontajat vaikuttivat suhtautuvan omaan työnsä intohimoisesti ja analyttisesti ja suurilta osin erittäin motivoituneita oppimaan jatkuvasti uutta ja kehittämään osaamistaan. Kenties tämä tutkielma voi osaltaan auttaa purkamaan käsityksiä (ks. esim. Nukari & Ruohomaa 1992, 63, Ruohomaa 1996, 66) siitä, että viihteen tekeminen olisi muuta journalistista työtä helpompaa tai vähempiarvoista.

## 5.2 Tutkimuksen arviointi

Laadullisessa tutkimuksessa tutkija itse toimii keskeisenä tutkimusvälineenä. Tästä syystä tutkijan subjektiviteetti vaikuttaa aina tutkimuksen lopulliseen muotoon. (Eskola & Suoranta 210.) Vaikka virheitä pyritään kaikissa tutkimuksissa välttämään, tutkimusten luotettavuus ja pätevyys vaihtelevat. Siksi näitä seikkoja pyritään kaikissa tehdyissä tutkimuksissa arvioimaan. (Hirsjärvi et al. 1997, 231.)

Tutkimuksen kokonaisuuteen ja onnistumiseen vaikuttaa tutkijan kokemus tutkimuksen tekemisestä sekä tutkimus- ja analyysimenetelmien hallinta. Tässä tapauksessa tutkielman toteuttajalla oli vain vähän kokemusta tutkimuksen teosta. Haastattelukokemuksen tarjoama hyöty jää kuitenkin verrattain pieneksi, koska haastattelutilanteeseen vaikuttavat aina haastattelijan lisäksi haastateltavat henkilöt. Lisäksi käsillä olevan tutkielman aihe oli minulle siinä mielessä vieras, ettei minulla ollut kokemusta radiojuontamisesta. Muutoin jonkin verran radion tekemiseen perehtyneenä koin, että ”yhteinen kieli” haastateltavien kanssa löytyi helposti, eikä heidän vastaustensa ymmärtäminen tuottanut vaikeuksia.

Teemahaastattelu toimi mielestäni aineistonkeruumenetelmänä varsin hyvin. Koska juontajat puhuvat työkseen, voisi heidän kuvitella mieluiten kertovan työstään ja osaamisestaan juuri verbaalisesti. Voidaan arvella, että teemahaastattelun keinoin saatiin kysymyksiin mahdollisimman kattavat ja monipuoliset vastaukset. Sen lisäksi teemahaastattelun tarjoama mahdollisuus täsmentää ja esittää lisäkysymyksiä tuli muutamassa haastattelussa tarpeeseen. Jälkikäteen litteroitua aineistoa tarkasteltaessa huomattiin, että tarkentavia lisäkysymyksiä olisi kenties kannattanut esittää vähän useamminkin. Tällöin olisi kenties saatu syvällisempää tietoa tarkasteltavasta ilmiöstä. Joidenkin kysymysten kohdalla juontajat olisivat saattaneet hyötyä pidemmästä miettimisajasta. Toisaalta haastattelutilanne oli niin vapaamuotoinen ja keskustelunomainen, että haastateltavien oli mahdollista palata aiemmin esitettyyn kysymykseen vielä uudestaan keksittyään siihen liittyen jotakin uutta sanottavaa.

Ennen varsinaisia haastatteluja toteutetusta pilottitutkimuksesta oli eittämättä hyötyä tutkimushaastatteluissa. Epäselviä kysymysten muotoiluja oli saatu muutettua selvemmiksi, ja kysymysten alustava järjestys hahmottunut loogisemmaksi. Lisäksi pilottitutkimuksen haastateltavan esittämät täsmentävät kysymykset olivat auttaneet selventämään myös itselle, mitä haastattelukysymyksillä todella tarkoittaa. Sen ansiosta kysymyksiä oli tarpeen tullen helppo selventää haastateltaville myös varsinaisissa tutkimushaastatteluissa.

Haastattelututkimuksessa ongelmaksi saattaa muodostua haastateltavien taipumus antaa sosiaalisesti hyväksyttäviä vastauksia todellisten mielipiteidensä sijaan. Näissä haastatteluissa riski oli kenties suurimmillaan radiokanavaa ja saatua koulutusta käsittelevien kysymysten kohdalla. Riskin minimoimiseksi haastateltaville juontajille oli luvattu anonymiteetti. Tämän tutkielman kohdalla sosiaalisesti hyväksyttäviä vastauksia suurempi potentiaalinen ongelma oli ulkomuistista annetut

oppikirjamaiset vastaukset. Kun kysymykset käsitelivät esimerkiksi juontamisen funktiota tai hyvää juontamista, haastateltaville saattoivat ensimmäiseksi tulla mieleen opinnoissa tai koulutuksissa omaksutut luettelomaiset mallivastaukset. On vaikea sanoa, missä määrin tällaista haastattelussa todella tapahtui. Keskimäärin melko pitkien ja pohdiskelevien vastausten perusteella voisi arvella, etteivät juontajat useinkaan tyytyneet pelkkiin oppikirjavastauksiin. Tätä oletusta puoltaa myös se, että kaikilla oli useamman vuoden kokemus radiojuontamisesta, eli heidän voisi olettaa muodostaneen jo omakohtaisen käsityksen työnsä tavoitteesta ja vaatimuksista. Lisäksi osa pohti esimerkiksi juontamisen funktiota suhteutettuna radiokanavaan tai muihin kontekstuaalisiin seikkoihin, mikä myös antoi vaikutelman itsenäisesti muodostetuista käsityksistä.

Tutkimuksen arvioinnissa hyödynnetään monesti validiteetin ja reliabiliteetin käsitteitä. Validiteetti tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä sillä pyritäänkin mittaamaan. Reliabiliteetti puolestaan viittaa mittaustulosten toistettavuuteen, eli sen kykyyn antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. (Hirsjärvi et al. 1997, 231.) Perinteisesti käsitteet validiteetti ja reliabiliteetti yhdistetään määrälliseen tutkimukseen, ja toisinaan niiden katsotaankin soveltuvan huonosti laadullisen tutkimuksen arviointiin (Eskola & Suoranta 1998, 211). Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa voidaan sen sijaan keskittyä tarkastelemaan aineistojen yhteiskunnallista merkittävyyttä ja riittävyttä sekä analyysin kattavuutta, arvioitavuutta ja toistettavuutta (Mäkelä 1990, 47–48). Tätä tutkielmaa arvioidaan näiden edellytysten kautta.

Tutkimusaineistojen yhteiskunnallinen merkittävyys viittaa aineiston kulttuuriseen tai yhteiskunnalliseen paikkaan ja sen tuotantoehtoihin. Tuotantoehdoilla tarkoitetaan esimerkiksi tutkijan osallisuutta haastatteluaineiston tuottamiseen. (Mäkelä 1990, 48.) Tämän tutkielman merkittävyyttä puolustaa se, miten vähän radiojuontajien viestintää ja viestintäosaamista on tutkittu, etenkin viihteen tekemisen kontekstissa. Radiota kuitenkin kuunnellaan päivittäin monta tuntia, eli ei voida pitää yhdentekevänä sitä, mitä ja miten radiossa puhutaan.

Puheviestintätieteen kannalta radiojuontajien viestinnän tutkiminen on kiinnostavaa radiovälineen ainutlaatuisuuden vuoksi. Radion ei-visuaalisuus, nopeus ja muiden välineiden ohjelmistoista poikkeavat sisällöt tekevät siitä hyvin omalaatuisen viestintäkontekstin. Näiden seikkojen lisäksi tässä tutkielmassa on otettu askel viihteen tekemistä koskevien ennako-oletusten purkamiseksi. Saatujen tulosten perusteella vaikuttaa siltä, että viihdeohjelman juontaminen edellyttää

monipuolista viestintäosaamista, eikä viihdejuontamista siksi ole syytä ylenkatsoa asiaohjelmien tekemiseen verraten.

Aineiston riittävydestä kertoo laadullisessa tutkimuksessa niin sanottu saturaatio, eli se, etteivät uudet tapaukset tuota enää tutkimusongelman kannalta uutta tutkimustietoa (Eskola & Suoranta 1998, 62). Uskon, että tämän tutkielman aiheesta olisi uusilta haastateltavilta saatu vielä joitakin uusia näkökulmia, mutta yleisvaikutelman kannalta mitään kovin olennaista tuskin jäi puuttumaan. Haastateltavat edustivat verrattain suurta osuutta kaikista, jotka asetettujen rajoitteiden puitteissa olisi voitu haastateltaviksi hyväksyä. Heitä oli viideltä eri Ylen ja kaupallisen radion kanavalta, heidän joukossaan oli miehiä ja naisia sekä pitempään ja vähän lyhyemmän aikaa juontaneita. Haastatellut vastasivat kysymyksiin pääosin monisanaisesti ja haastattelut tuottivat siten runsaan aineiston. Näistä syistä tämän tutkielman aineistoa voidaan pitää riittävän monipuolisena ja kattavana. On kuitenkin syytä pitää mielessä, että saadut tulokset koskevat nimenomaan suuria, laajalti kuunneltuja kanavia, ja pienten radiokanavien juontajia haastattelemalla olisi luultavasti saatu toisenlaisia tuloksia. Tuloksien tarkastelussa on otettava huomioon myös se, että Ylen juontajia oli haastateltavana kaupallisten kanavien juontajia vähemmän (4–7), ja miehiä enemmän kuin naisia (8–3).

Analyysin kattavuus merkitsee sitä, etteivät tulkinnat perustu vain satunnaisiin poimintoihin aineistosta (Mäkelä 1990, 53). Vaikkei analyysissä pyrittäisikään selittämään aineistoa tyhjentävästi vaan ennemmin uusien teoreettisten ideoiden kehittelyyn, on tutkijan muistettava aineistonsa kattavan vain rajatun osan tarkasteltavasta ilmiöstä (Eskola & Suoranta 1998, 215). Tässä tutkielmassa haastateltujen vastauksia pyrittiin tarkastelemaan mahdollisimman yleisellä tasolla yleistyksiä vältellen.

Analyysin arvioitavuudella puolestaan viitataan siihen, että tutkijan päättelyketju on tehty tutkimuksessa näkyväksi. Toistettavuus tarkoittaa sitä, että analyysissä hyödynnetyt luokittelu- ja tulkintatavat esitellään mahdollisimman yksiselitteisesti. Periaatteessa toisen tutkijan pitäisi siis pystyä tekemään samasta aineistosta samat päätelmät. (Mäkelä 1990, 53.) Laadullisessa tutkimuksessa tämä on kuitenkin käytännössä mahdotonta, koska tulkinta on niin voimakkaasti sidoksissa tutkimuksen tekijään. (Eskola & Suoranta 1998, 216.) Tässä tutkielmassa analyysin ja päätelmien seurattavuutta on pyritty parantamaan aineistokatkelmien avulla. Niistä lukijan on mahdollista jäljittää käsitteiden muodostusta ja jossain määrin myös luokittelun periaatteita.

### 5.3 Jatkotutkimusaihtioita

Suomalaista viihteellistä radiota ja etenkin sen juontamista on tutkittu varsin vähän. Kattavan teoriapohjan puuttuessa tässä tutkielmassa pystyttiin luomaan vasta ensikatsaus viihteellisen radion juontajien työhön ja siinä tarvittavaan viestintäosaamiseen. Monia tämän tutkielman aihealueita ja niitä saatuja tuloksia olisi kiinnostavaa syventää rajatumman tarkastelun keinoin.

Nyt saatujen tulosten pohjalta voitaisiin syvällisemmin perehtyä esimerkiksi juontajan todellisen persoonallisuuden ja radiopersonan suhteeseen. Tarkastella voisi muun muassa sitä, miten roolit alkavat muodostua, millä tavoin juontoparilla on vaikutusta niihin ja millaisia juontajan ”arkipersonan” piirteitä juontajaroolissa korostetaan. Sen lisäksi parityöskentelyä olisi kiinnostavaa tutkia tarkemmin, jotta saataisiin laajempaa ymmärrystä siitä, millä tavoin erityyppiset juontoparit vaikuttavat juontamiseen, ja miten juontaminen muuttuu juontoparin vähitellen tutustuessa toisiinsa paremmin.

Syvennettäviä aiheita voisivat olla myös hyvään juontamiseen liitetyt taidot. Esimerkiksi tarinankerrontaan ja rytmiikkaan liittyvän osaamisen tarkastelu nimenomaan radioviestinnän kontekstissa saattaisi tarjota uusia näkökulmia viestintäosaamisen määrittelyyn. Sen lisäksi voisi olla hedelmällistä perehtyä tarkemmin esimerkiksi juontajien koulutustasoon ja käsityksiin koulutuksensa hyödyllisyydestä. Tulosten perusteella voitaisiin arvioida, onko toimittajan tai radiotyön koulutuksessa sijaa viihteen opettamiselle, vai onko viihdyttämisen taito opittava muualla kuin koulussa.

Tästä tutkielmasta saadut tulokset tarjoavat myös lukuisia aihioita erilaisille vertaileville tutkimuksille. Tarkemmin voisi vertailla esimerkiksi Ylen ja kaupallisen radion viestintää ja pohtia viestintään vaikuttavia kontekstitekijöitä näissä instansseissa. Vertailla voisi myös viihde- ja asiaohjelmien juontajien käsityksiä työnsä viestinnällisistä vaatimuksista.

## KIRJALLISUUS

- Ala-Fossi, M. 2005. Saleable Compromises. Quality cultures in Finnish and US commercial radio. Tampere: University Press.
- Alasuutari, P. 2000. Mediaa koskevat mielikuvat. Teoksessa R. Levo-Henriksson & M. Ampuja (toim.) Media ja me. Helsinki: Yliopistopaino.
- Almeida, E. P. 2004. A discourse analysis of student perceptions of their communication competence. *Communication Education* 53, 357–364.
- Crisell, A. 1994. *Understanding Radio*. London: Routledge.
- Dilbeck, K. E., McCroskey, J. C., Richmond, V. P. & McCroskey, L. L. 2009. Self-perceived communication competence in the Thai culture. *Journal of Intercultural Communication Research* 38, 1–7.
- Dindia, K. & Timmerman, L. 2003. Accomplishing romantic relationships. Teoksessa J. O. Greene & B. R. Burleson (toim.) *Handbook of communication and social interaction skills*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Duran, R. L. & Kelly, L. 1985. An investigation into the cognitive domain of communication competence. *Communication Research Reports* 2, 112–119.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Fairclough, N. 1997. *Miten media puhuu*. Tampere: Vastapaino.
- Finnpanel. 2015. Kansallinen radiotutkimus. Radiovuosi 2015 Finnpanelin esitys. [http://www.finnpanel.fi/lataukset/radiovuosi\\_2015.pdf](http://www.finnpanel.fi/lataukset/radiovuosi_2015.pdf) Viitattu 01.05.2015
- Gerlander, M. & Takala, E. 2000. Viestinnän opetus interpersonaalisiin ammatteihin koulutettaessa. Teoksessa M. Valo (toim.) *Nykytietoa puheviestinnän opetuksesta*.
- Gorman, L. & McLean, D. 2003. *Media and society in the twentieth century*. Blackwell Publishers Ltd, Oxford.
- Hawes, W. 1985. *Performing*. Teoksessa R. L. Hilliard (toim.) *Radio broadcasting: an introduction to the sound medium*. New York: Longman.

- Hilliard, R. L. 1985. Writing. Teoksessa R. L. Hilliard (toim.) Radio broadcasting: an introduction to the sound medium. New York: Longman.
- Hirsjärvi, S. & Hurme H. 2008. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Hujanen, T. & Ala-Fossi, M. 2000. Radio. Teoksessa K. Nordenstreng & O. A. Wiio (toim.) Suomen mediamaisema. Tampere: Vastapaino.
- Hullman, G. A., Planisek, A., McNally, J. S. & Rubin, R. B. 2010. Competence, personality, and self-efficacy: relationships in an undergraduate interpersonal course. *Atlantic Journal of Communication* 18, 36–49.
- Hyvärinen, M-L. 2011. Alakohtainen vuorovaikutuskoulutus farmasiassa. Tampere: Tampere University Press.
- Isotalus, P. 1994. Onko toimittajan televisioesiintymisellä merkitystä? Teoksessa P. Isotalus (toim.) Puheesta ja vuorovaikutuksesta. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Isotalus, P. 1995. Mitä esiintymistaito on? Puhetaiteen, yleisöpuheen ja mediaesiintymisen yhteisiä piirteitä etsimässä. Teoksessa M. Valo (toim.) Haasteita puheviestinnän opetukseen. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Isotalus, P. 1996. Toimittaja kuvaruudussa: televisioesiintyminen vuorovaikutuksen näkökulmasta. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Isotalus, P. & Mäki, E. 2009. Tiedon rooli puheviestinnän oppimisessa: tapaustutkimus opiskelijoiden kokemuksista. Teoksessa M. Almonkari & P. Isotalus (toim.) Akateeminen puheviestintä. Helsinki: Finn Lectura.
- Isotalus, P. & Valo, M. 1995. Televisioystävyyttä ja radorakkautta. Parasosiaalinen suhde suomalaisittain. *Tiedotustutkimus* 18, 64–74.
- Jensen S. & Jensen G. 2006. Learning to play well with others: forensics as epistemic in creating and enhancing communication competence. *Forensic* 91, 17–31.
- Kemppainen, P. 2000. Eurooppalaisen radio murros. Teoksessa R. Levo-Henriksson & M. Ampuja (toim.) Media ja me. Helsinki: Yliopistopaino.



- Koponen, J. 2009. Vuorovaikutusosaamisen opettaminen yliopisto-opiskelijoille. Teoksessa M. Almonkari & P. Isotalus (toim.) Akateeminen puheviestintä. Helsinki: Finn Lectura.
- Kostiainen, E. 2003. Viestintä ammattiosaamisen ulottuvuutena. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Kujala, T., Lahti, J. & Tamminen, H. 1999. Radiotyön perusteet – johdatus suoran lähetyksen tekemiseen. Helsinki: Gaudeamus.
- Mäkelä, K. 1990. Kvalitatiivisen analyysin arviointiperusteet. Teoksessa K. Mäkelä (toim.) Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta. Helsinki: Gaudeamus.
- Mäntymaa, A. 2011. Pikkutuhmaa aamutuimaan. Sukupuoli- ja seksuaalisuusdiskurssien tarkastelua formaattiradion aamuohjelmissa. Tampereen yliopisto. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma.
- Nukari, M. & Ruohomaa, E. 1992. Ohjelmien summasta lähetysvirtaan. Helsinki: Yleisradio.
- Nukari, M. & Ruohomaa, E. 1997. Uusi vanha radio: sen tulevaisuus, tekeminen, tuotteet ja hallinta. Helsinki: WSOY.
- Rubin, A. M. 2000. Impact of motivation, attraction, and parasocial interaction on talk radio listening. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 44, 635–654.
- Ruohomaa, E. 1992. Mitkä tekijän vaikuttavat radio-ohjelman suosioon? Teoksessa A. Alm & K. Salminen (toim.) Toosa soi: Musiikki radion kilpailuvälineenä? Helsinki: Yleisradio.
- Ruohomaa, E. 2000. Radion kuuntelutottumusten muutokset analogisesta digitaaliseen radioon. Teoksessa R. Levo-Henriksson & M. Ampuja (toim.) Media ja me. Helsinki: Yliopistopaino.
- Sarkkinen, R. 2000. Radionkuuntelu 1990-luvulla. Muutokset radion kanavatarjonnassa. Teoksessa R. Levo-Henriksson & M. Ampuja (toim.) Media ja me. Helsinki: Yliopistopaino.
- Scannell, P. 1991. Introduction: the relevance of talk. Teoksessa P. Scannell (toim.) Broadcast talk. London: Sage.
- Spitzberg, B. H. 2000 What is good communication? *Journal of the Association for Communication Administration* 29, 103–119.
- Spitzberg, B. H. & Cupach, W. R. 2002. Interpersonal skills. Teoksessa M. L. Knapp & J. A. Daly (toim.) Handbook of interpersonal communication. Thousand Oaks: Sage, 564–611.

- Stachyra, G. 2015. Radio in the workplace: a liminal medium between work and leisure. *Media, Culture & Society* 37 (2), 270–287.
- Tiihonen, P. 1996. Kuuntelijan radiosuhteesta kuullun muistamisen kannalta. Teoksessa Jääsaari, J. (toim.) *Radio ja TV-tutkimuksen vuosikirja 1996*. Helsinki: Yleisradio.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Turunen, S. 2012. ”Kaikki lähtee tiimistä” – aamutuottajien työ Yleisradion maakuntaradioissa. Jyväskylän yliopisto. *Journalistiikan pro gradu –tutkielma*.
- Uimonen, H. 2011. *Radiomusiikin rakennemuutos: kaupallisten radion musiikki 1985–2005*. Tampere: Tampere University Press.
- Valkonen, T. 2003. *Puheviestintätaitojen arviointi: näkökulmia lukiolaisten esiintymis- ja ryhmätaitoihin*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Valo, M. 1994a. *Käsitykset ja vaikutelmat äänestä*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Valo, M. 1994b. *Mitä ovat puheviestintätaidot?* Teoksessa P. Isotalus (toim.) *Puheesta ja vuorovaikutuksesta*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Valo, M. 1995. *Taidot puheviestinnän opetuksessa ja tutkimuksessa*. Teoksessa M. Valo (toim.) *Haasteita puheviestinnän opetukseen*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Vilkko, A. 2010. *Soittolistan symbolinen valta ja vallankäytön mekanismit*. Tampere: Tampereen yliopistopaino.
- Wiio, O. A. & Nordenstreng, K. *Viestintäjärjestelmä*. Teoksessa K. Nordenstreng & O. A. Wiio (toim.) *Suomen mediamaisema*. Tampere: Vastapaino.

## LIITE 1: TEEMAHAASTATTELURUNKO

### Taustatietoja

1. Kuinka pitkä juontamiskokemus sinulla on radiosta tai muualta? Millaisia juontotoita olet tehnyt?
2. Millainen koulutustausta sinulla on?

### Juontotilanteen puitteet

3. Millaista juontamisohjeistusta saat tai olet saanut radiokanavan taholta?
4. Kuinka tarkkaan määritelty aikataulu juontamistilanteessa on?
5. Mikä on improvisaation ja käsikirjoitetun suhde lähetyksessä?
6. Mitä juontamisessa pitää välttää? Mistä ei saa puhua?
7. Oletko juontanut muuta kuin viihdettä? Miten kuvittelisit viihdejuontamisen poikkeavan asiaohjelman juontamisesta?

### Yleisö

8. Kenelle ajattelet puhuvasi? Mukautatko viestintääsi kohdeyleisön mukaan?
9. Häiritseekö välittömän palautteen puute?

### Parityöskentely

10. Tunsitko juontajaparia/-pareja ennalta?
11. Oletteko juontajapari(e)si kanssa tekemisissä myös töiden ulkopuolella?
12. Millä tavoin juontajapariin tutustuminen vaikuttaa juontamistilanteen viestintään?
13. Miten arvioisit oman juontajaparisii juontamisosaamista, vahvuuksia ja mahdollisia kehityskohteita?
14. Onko teillä juontajapari(e)n kanssa jonkinlaiset tietyt roolit lähetyksessä? Miten ne ovat muotoutuneet?
15. Mitä haasteita on yleisölle esiintymisen ja juontajakollegalle juttelun yhdistämisessä?
16. Miten vertailisit yksin ja parin kanssa juontamista?

### Taitava juontaminen

17. Millaisia funktioita ja tavoitteita juontamisella on?
18. Millainen on hyvä radiojuontaja?
19. Mihin kiinnität huomiota jos kuuntelet itse muita radiojuontajia?

20. Onko sinulla (ollut) omia juontajaidoleita? Keitä? Mitä heissä ihaillet?

### **Juontajien oma viestintäosaaminen**

21. Miten kuvailisit omaa juontamistyyliäsi ja sen erikoispiirteitä?

22. Mitä juontamiseen liittyviä vahvuuksia sinulla on?

23. Mitä haluaisit omassa juontotyössäsi kehittää?

24. Milloin koet onnistuneesi työssäsi? Milloin olet tyytyväinen työsuoritukseesi?

25. Kuinka paljon joudut juontaessasi miettimään sitä, että juontaminen kuulostaisi siltä kuin haluat?

26. Kuinka avoimesti kerrot omista asioistasi, oletko asettanut rajoitteita?

### **Osaamisen kehitys**

27. Onko juontamistyyliäsi tapahtunut muutoksia?

28. Oletko joskus tarkoituksella pyrkinyt muuttamaan juontamistyyliäsi? Miksi? Miten?

29. Miten olet kehittynyt tässä työssä? Onko käsitys työstä muuttunut? Miten? Mikä oli aluksi vaikeaa? Millaisia virheitä? Mitä oppinut välttämään?

30. Miten saamasi koulutus on vaikuttanut siihen, millainen juontaja olet? Mitä hyötyä koulutuksesta on ollut?

31. Millaisia asioita olet oppinut itse työssä?

32. Onko jokin muu kuin koulutus ja juontokokemus antanut valmiuksia juontotyöhön?

33. Millä keinoin pyrit kehittymään työssäsi?

## LIITE 2: HAASTATTELUPYYNTÖ

Moi! Teen Tampereen yliopistossa puheviestinnän gradua radion viihdeohjelmien juontotyössä tarvittavasta viestintäosaamisesta. Tarkoituksena on selvittää radiojuontajien itsensä näkökulmasta, millaista viestintäosaamista viihdeohjelman juontamisessa tarvitaan.

Tutkimusta varten haluaisin haastatella 10–12 radiojuontajaa, jotka juontavat parhaillaan yhden tai useamman juontajaparin kanssa viihteellistä radio-ohjelmaa valtakunnallisessa radiossa.

Olisi mahtavaa jos voisit auttaa opiskelijaa mäessä ja suostua haastateltavaksi!

Haastattelun kesto tulee luultavasti olemaan puolesta tunnista tuntiin, kysymyksiä on noin 25. Haastattelut nauhoitetaan, mutta nauhat hävitetään käytön jälkeen eikä haastateltavien nimiä mainita tutkielmassa.

Haluaisin saada haastattelut tehtyä tammikuun aikana. Erityisen passeleita päiviä olisivat 21.–23.1., koska olen silloin valmiiksi Helsingissä, mutta muitakin mahdollisia ajankohtia varmasti löytyy.

Kiitos tuhannesti jos voit osallistua!

Terhi Seppälä

terhi.seppala@uta.fi

xxx-xxxxxxx