

## Diversity in Communication

---

**To cite this article:** Koskela, M. & Nissilä, N. (2024). Asiantuntijatiedon moninaisuus: Tarkastelussa podcast-tarjonta ja sen luokitteluperiaatteet. *VAKKI Publications* 16, 49–66. <https://doi.org/10.70484/vakki.145764>

### Asiantuntijatiedon moninaisuus: Tarkastelussa podcast-tarjonta ja sen luokitteluperiaatteet

Merja Koskela<sup>a</sup> & Niina Nissilä<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Viestintätieteet, Markkinoinnin ja viestinnän yksikkö, Vaasan yliopisto

The ways and forms of presenting expert knowledge are constantly changing. For example, such media formats as podcasts, i.e. audio or video recordings available online, are increasingly being used to convey expert information. Podcasts tend to have multiple episodes, can be listened to at any time on any device suitable for the purpose, and are characterized by mutability and variation. Taking traditional models of expertise and expert communication as a starting point, the aim of the article is to consider how the ways of categorizing and presenting podcasts relate to these models, and how expertise is described in the context of podcasts. In this conceptual article, we focus on two podcast platforms, Yle Areena and Spotify, and examine the ways of classifying podcasts and describing the content. The results of the study indicate that the traditional models still function for describing the podcast offerings at large, but users' perspective is not present in them. However, the intended use of the podcast defines the relevance of expertise and suggests who is deemed an expert. All in all, our study fills a gap in podcast research by examining podcasts as a practice of conveying expert knowledge.

**Avainsanat:** asiantuntijuus, erikoisalaviestintä, podcast, tiedeviestintä, viestintämallit

## **1 Johdanto**

Asiantuntijatieto on 2000-luvun yhteiskuntien keskeinen rakennusaines. Sen esittämisen tavat ja muodot ovat jatkuvassa muutoksessa, olipa kyse sitten tieteellisten artikkelien avoimesta saatavuudesta tai verkossa tarjolla olevista podcasteista. Muutokset taas ovat kytköksissä siihen, minkälaisesta asiantuntijuudesta on kyse. Perinteisen määritelmän mukaan asiantuntija on henkilö, jolla on koulutuksen ja kokemuksen kautta hankittua alakohtaista tietoa, jota hän osaa soveltaa luovalla tavalla tuntemansa aihealueen ongelmiin (Lunce ym. 1993). Asiantuntija osaa myös seuloa pois epäolennaista tietoa päästäkseen asian ytimeen. Asiantuntijuudessa on kuitenkin monia tasoja ja ulottuvuuksia. Esimerkiksi tieteelliseen tietoon perustuva asiantuntijuus on erilaista kuin käytännön kädentaitoihin kytkeytyvä asiantuntijuus. Rajanveto asiantuntijan ja ei-asiantuntijan välillä voikin välillä olla haastavaa ja jopa tulkintakysymys.

Asiantuntijatiedon välittämistä ja välittymistä on pitkään tutkittu muun muassa psykologian, informaatiotutkimuksen ja tieteenfilosofian aloilla (ks. Ericsson 2018). Tässä artikkelissa keskitymme kuitenkin ammattikielen tutkimuksesta ponnistavaan erikoisalaviestinnän näkökulmaan (esim. Gotti 2006), koska siinä on lähtökohtana viestintä ja viestintätilanne. Ammattikielentutkimus perustuu ajatukseen, että viestinnässä kulloinkin käytettävä kielimuoto heijastaa viestittävän sisällön ja viestintätilanteen episteemisiä ja ontologisia lähtökohtia. Toisin sanoen mitä erikoistuneempi ja syvempää asiantuntijuutta edustava sisältö on kyseessä, sitä erikoistuneempaa on myös viestinnässä käytettävä kieli. Ammattikieli määritellään asiantuntijoiden keskinäisessä viestinnässä käyttämäksi kielimuodoksi, jonka näkyvin tunnusmerkki on termit, joskin kielen erikoistuneisuus ulottuu myös laajemmalle, ajattelun rakenteisiin ja tekstilajeihin (ks. esim. Koskela & Katajamäki 2012: 458; Nuopponen, Koskela & Nissilä 2021: 6). Ammattikieltä käytetään ammatti-, harrastus- ja tieteenalojen sisältöjä koskevassa vuorovaikutuksessa. Koska tähän vuorovaikutukseen liittyy monia muitakin ulottuvuuksia kuin kieli, tutkimuksessa näkökulmaa on laajennettu ammattikielestä kohti erikoisalojen viestintää, ja ammattikielen sijaan puhutaankin yhtä enemmän erikoisalaviestinnästä. Esimerkiksi Koskela ja Katajamäki (2012: 458) määrittelevät erikoisalaviestinnän erilaisten ammatti-, harrastus- ja tieteenalojen sisältöjä koskevaksi vuorovaikutukseksi. Sen ytimessä on näin ollen aina jonkinlainen asiantuntijatieto. Erikoisalaviestintä ja asiantuntijatiedon välittämisen ja rakentamisen keinot puolestaan mukautuvat jatkuvasti etenkin uusien teknologioiden ja kanavien asettamiin vaatimuksiin (esim. Uutela & Väliaverron 2022).

Yksi esimerkki viime aikoina yleistyneestä, muuttuvasta asiantuntijatiedon välittämisen ja kuluttamisen kontekstista ovat podcastit eli verkon kautta välitettävät audio- tai videotallenteet. Niitä on laajasti tarjolla ja tekijöinä on myös monenlaisia asiantuntijoita.

Niissä tietoa ja asiantuntijuutta on tuotteistettu kiinnostavaan ja ymmärrettävään muotoon, ja oppiminen on yhdistetty viihtymiseen. Niinpä podcast-alustoilla asiantuntijatieto asettuu luontevasti osaksi muuta mediatarjontaa (Uimonen 2022). Kun asiantuntijatietoa markkinoidaan muun mediatarjonnan, kuten viihteen, joukossa, on merkityksellistä, miten se potentiaalisille kuulijoille esitellään ja jäsennetään.

Tämän käsitteellisen artikkelin tavoitteena on pohtia, miten podcastien esittämis- ja jäsentämistavat suhteutuvat perinteisiin asiantuntijuuden, asiantuntijatiedon sekä tiede- ja erikoisalaviestinnän malleihin ja miten asiantuntijuutta podcastien yhteydessä kuvataan. Artikkelin tarkoituksena ei ole vertailla asiantuntijaviestinnän eri muotoja keskenään vaan nimenomaan tarkastella asiantuntijuuden luonnetta podcast-ilmion kautta. Tällä tavalla tuomme erikoisalaviestinnän teoreettisen näkökulman podcast-ilmion tarkasteluun ja avaamme uusia tutkimuksellisia näkökulmia sekä podcast-tutkimukseen että erikoisalaviestinnän tutkimukseen. Aineistona käytetään Spotifyn ja Yle Areenan podcastien luokitteluperusteita sekä markkinointi- ja esittelytekstejä, joita tarkastellaan sisällönanalyysin, kategorisoinnin ja tekstianalyysin avulla.

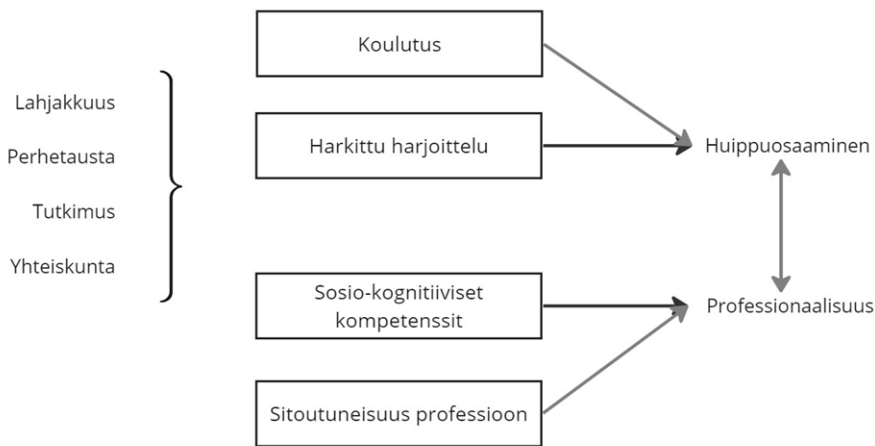
## **2 Asiantuntijuus jatkumoilla**

Erikoisalaviestinnän tutkimuksessa on rakennettu kognitiiviseen ajatteluun perustuvia malleja siitä, mitä tieto on ja mikä on sen suhde kieleen. Näissä malleissa tarkastelussa on kielen variaatio, mutta toisin kuin variaatiotutkimuksessa (ks. esim. Honko 2022) niissä kiinnostuksen kohteena ei ole kieli sinänsä tai kielen yksilöllinen, yhteisöllinen tai alueellinen vaihtelu ja muutos, vaan viestinnän näkökulma eli kielen suhde viestintätilanteeseen ja viestinnän sisältöön. Kuten kaikki mallit, myös nämä ovat pelkistyksiä ja yksinkertaistuksia, mutta näiden mallien etuna on, että niissä tieto ymmärretään sosiaalisesti rakentuneena ja jatkuvasti muuttavana kognitiivisena rakenteena, jonka laatua voidaan tarkastella viestintätilanteen vaatimuksista lähtien. Näin tieto nähdään ikään kuin alalla olemassa olevana entiteettinä, joka on ”tietäjistä” riippumatonta, vaikka se samalla onkin sosiaalisesti rakentunutta. Vaikka mikään malli ei kykene vangitsemaan asiantuntijoiden kohtaamien viestintätilanteiden moninaisuutta, mallit kuitenkin tarjoavat välineitä jäsentää asiantuntijuuden ja asiantuntijaroolien muutosta (esim. Roelcke 2014).

Tässä artikkelissa määrittelemme *asiantuntijuuden* jaettuna, tiettyä aihealuetta koskevana, tiettyyn aikaan ja yhteiskuntaan sitoutuneena käsitteellisesti ja teoreettisesti rakentuneena tiedon ja osaamisen yhdistelmänä, johon liittyy henkilön ja ryhmän kyky käyttää tiettyjä yhteisiä, jaettuja ajattelumalleja tehokkaasti työskentelynsä perustana. Perinteisesti asiantuntijaksi on nähty henkilö, joka on syvällisesti perehtynyt johonkin asiaan tai alaan niin, että hän tietää aiheesta enemmän kuin keskivertokansalainen

(Ericsson 2018). Hänellä on siis *asiantuntijatietao*; tietoa, joka pitää alalla vallitsevan käytöksen mukaan paikkansa ja on verifioitavissa (ks. esim. Niiniluoto 1989). Tiedon muodosta tyypillisesti vastapariksi asetetaan *tieteellinen tieto*, joka on verifioitu tieteellisten periaatteiden ja menetelmien avulla, ja *arkitieto*, jota ei ole verifioitu vaan joka perustuu ihmisen omaan kokemukseen (ks. Laaksovirta 1986).

Asiantuntijatietao on kuitenkin laajempi käsite kuin tieteellinen tieto; se kattaa myös tieteen ulkopuolisen maailman, ja siellä erilaisten asiantuntijoiden tuottaman ja jakaman tiedon. Kuvioon 1 on koottu Miegien ja Evettsin (2018: 140) esittämä hahmotelma asiantuntijatietaon osatekijöistä.



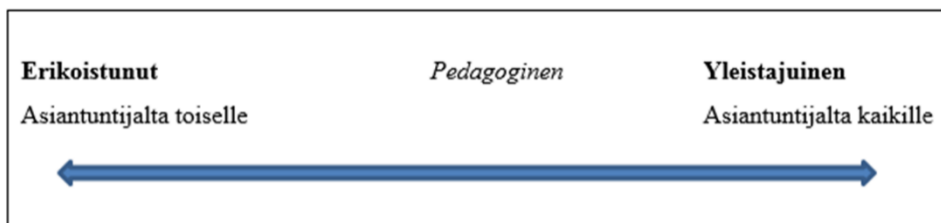
**Kuvio 1.** Asiantuntijatietaon osatekijät Miegien ja Evettsin (2018: 140) mukaan

Kuviossa 1 syvällisen perehtymisen välineinä on kuvattu koulutus ja harkittu harjoittelu, joiden kautta on mahdollista synnyttää huippuosaamista. Näille olennaisen kontekstin muodostavat henkilön lahjakkuus ja sosiaalinen ympäristö, joka mahdollistaa koulutuksen ja kannustaa harjoitteluun. Tästä tutkijat käyttävät sanaa “family”, perhetausta, mitä yhtäältä tukevat tutkimustulokset koulutuksen kasaantumisesta (Koskela 2016), mutta toisaalta laajemmin nähtynä kyse on motivaatiotekijästä ja kannustavasta ilmapiiiristä. Koulutuksen taustalla on myös tieteellistä tutkimusta ja yhteiskunta, jossa arvostetaan koulutusta ja mahdollistetaan se. Osaaminen puolestaan kytkeytyy professionaalisuuteen, joka on enemmän kuin pelkkä huippuosaaminen; se on kykyä käyttää tietoja ja taitoja jonkun tietyn erikoisalan edellyttämällä tavalla. Lisäksi mallissa on toinen motivaatiotekijä: sitoutuneisuus professioon tuottaa lisää professionaalisuutta eli asiantuntijuutta. Asiantuntijuus ei tämän mallin mukaan ole asiantuntijan henkilökohtainen kognitiivinen ominaisuus, vaikka kompetenssia vaaditaankin, vaan se

perustuu yhteisöön eli siihen, mitä alalla yleisesti pidetään jaettuna tietona ja kenet siellä tunnustetaan ja tunnustetaan asiantuntijaksi.

Miegin ja Evettsin malli kuvaa perinteisen asiantuntijuuden varsin muuttumattomia rakenteita, joten siinä ei huomioida, että teknologisen kehityksen myötä perinteisetkin asiantuntijat joutuvat rakentamaan luottamusasemansa viestinnän avulla. Kun kansalaisten ja asiantuntijoiden väliset rajat etenkin verkossa madaltuvat ja asiantuntijatiitoon suhtaudutaan kriittisesti, tulee tarve siirtyä kapeasta asiantuntijuudesta laajalaisempaan ja vuorovaikutuksellisempaan jaettuun asiantuntijuuteen. Tätä haastetta tarkastelemme seuraavaksi kolmen aiemmassa tutkimuksessa kehitetyn viestintämallin avulla. Vastaavia malleja on muitakin, mutta etenkin jatkumomallit ovat olennaisia tämän artikkelin tavoitteen kannalta, koska ne tarjoavat analyttisen linssin tarkastella asiantuntijuuden kirjoja ja laajenemista.

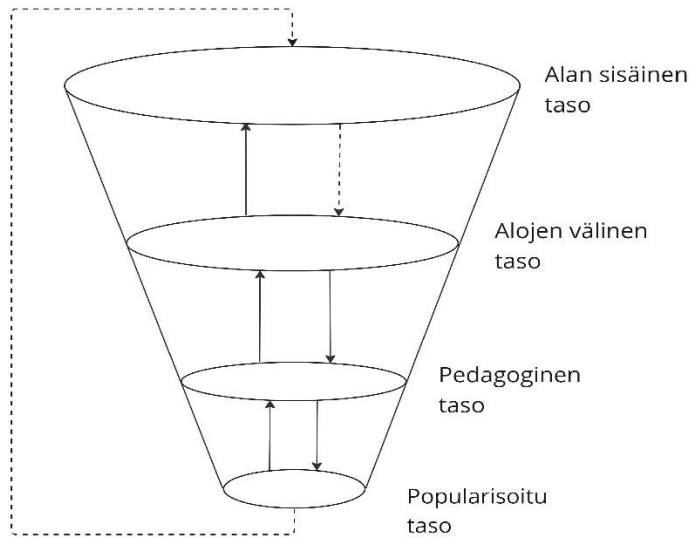
Osa asiantuntijuutta on kyky viestiä asiantuntijatiedosta vastaanottajaa puhuttelevalla ja hänelle ymmärrettävällä tavalla (Liao, MacDonald & Yuan 2016). Tätä asiantuntijatiidon välittämisen viestintätilannetta on ammattikielentutkimuksessa kuvattu jatkumolla ammattikielestä yleiskieleen (esim. Nordman 1992: 10). Vastaavasti erikoisalaviestinnän tutkimuksessa on esitetty jatkumo erikoistuneesta viestinnästä yleistajuiseen viestintään, joka siis heijastaa asiantuntijan kykyä ottaa huomioon, kenelle hän viestinsä suunnataa (ks. esim. Gotti 2006, Roelcke 2014). Tämä erikoisalaviestinnän jatkumo nähdään kuviossa 2.



**Kuvio 2.** Erikoisalaviestinnän jatkumomalli (ks. Koskela, Nissilä & Nuopponen 2023: 9)

Kuvio 2 havainnollistaa erikoisalaviestinnän teorian perusajatusta siitä, että tiedon muodot ja niistä viestiminen asettuvat jatkumolle erikoistuneesta asiantuntijalta toiselle viestittävästä tiedosta aina yleistajuiseen, asiantuntijoiden kaikille mahdollisille vastaanottajille suuntaamaan viestintään. Tähän väliin asettuu pedagoginen viestintä, jonka tavoitteena on opettaa eli lisätä vastaanottajan asiantuntemusta aiheesta, mikä asettaa viestinnälle omanlaisiaan reunaehdoja. Kuviossa siis rinnastetaan viestintätilanne, jossa asiantuntija on lähettäjä, ja viestittävän sisällön tyyppi ja syvällisyys. Malli itsessään ei ota kantaa kieleen eikä kanavaan.

Vastaava malli on esitetty myös tiedeviestinnän osalta. Tässä ns. Bucchin mallissa tiedeviestintä jaetaan eri tasoihin sen mukaan, keiden kanssa asiantuntija viestii (ks. Kuvio 3).



**Kuvio 3.** Tiedeviestinnän jatkumomalli (Bucchi 2008: 62)

Kuviossa 3 kuvattu malli muodostaa suppilon, jossa viestinnän eri muodot suhteutetaan tiedon määrään ja syvyyteen. Kapeneva suppilo kuvaa sitä, että asiantuntijan on valittava, mistä asioista millekin yleisölle kannattaa viestiä. Saman alan asiantuntijoiden välisessä viestinnässä on eniten ja syvällisintä tietoa, kun taas eri alan asiantuntijoiden välisessä viestinnässä tieto ei ole yhtä laaja-alaista. Edelleen kapein määrän ja syvyyden näkökulmasta on popularisoitu viestintä, jossa valitut sisällöt välitetään vastaanottajalle ymmärrettävässä muodossa. Mallia voidaan kritisoida siitä, että siinä oletetaan tiedeviestinnän etenevän aina jatkumon mukaisesti tieteellisestä tutkimuksesta popularisointiin. Tiedeviestintää on kuitenkin monenlaista, eikä se aina perustu tuoreisiin tutkimustuloksiin. Malliin kuuluu kuitenkin ajatus, että eri tasot ruokkivat toisiaan. Esimerkiksi popularisoidun tiedon kautta voi tulla syötteitä tieteelliseen tutkimukseen, kun tutkimusta sovelletaan arjen ongelmiin.

Bucchin mallia laajemmin asiaa on tarkastellut Väliverronen (2016: 141–144), joka erittelee tiedeviestinnän areenoita tutkijoiden toiminnan kontekstien ja viestinnän välineiden mukaan. Hänen mukaansa tiedeyhteisö, opetus ja kulttuuri, professiot, julkishallinto ja politiikka, kansalaisyhteiskunta sekä kaupalliset markkinat muodostavat tutkijalle areenoita, joilla “Tutkija versioi ja paketoii tutkimuksestaan kokonaisuuksia, jotka hän sitten viestii erilaisille kohderyhmille” (Väliverronen 2016: 144). Kuitenkin tutkija joutuu myös mukauttamaan sisällöt ja esittämistavat kulloisenkin yleisön ja kontekstin mukaisesti, kuten erikoisalaviestinnän jatkumomallissakin yksinkertaistetusti kuvataan.

Erikoisalaviestinnän näkökulmasta tiedeviestintä on sen yksi alalaji, jossa viestintää ja tiedollisia eroja on varsin selkeää mallintaa. Erikoisalaviestintä ulottuu kuitenkin monille muillekin asiantuntijuuden aloille kuin tieteeseen, kuten esimerkiksi ammatti- ja harrastealoille. Näin se tarjoaa näkökulman myös asiantuntijuuden tasoltaan vaihtelevien ja kevyempien sisältöjen tarkastelulle.

### **3 Podcast käsitteenä**

Podcast on 2000-luvulla yleistynyt, usein “kevyen asiantuntijatiedon” välittämisen muotona. Siitä on tullut monille tietotulvan hallitsemisen mekanismi, jonka avulla pysytään ajan tasalla uusista ilmiöistä ja keskustelunaiheista. Näin se hoitaa osaltaan lineaarisen television aikaisempaa roolia ja sivistystehtävää (ks. Uimonen 2022: 11).

Podcast voidaan määritellä verkon kautta välitettäväksi audio- tai videotallenteeksi, jota luonnehtivat tietyt piirteet, kuten digitaalisuus ja jaksot (Lin & Huang 2024). Podcast ei kuitenkaan ole selkeärajanainen mediamuoto. Podcasteille tyypillisiä piirteitä ovat, että niitä voidaan kuunnella milloin tahansa millä tahansa tarkoitukseen sopivalla laitteella, ilmaiseksi tai tilaamalla (ks. esim. Rime ym. 2022). Podcastit myös yleensä muodostuvat useammasta jaksosta, mikä tuo asiantuntijan tutuksi kuulijalle ja mahdollistaa syvällisenkin tiedon käsittelemisen (ks. esim. MacKenzie 2019). Lisäksi podcastille on tyypillistä muuntuvuus ja variaatio. Niissä yhdistetään mielellään yllättävillä tavoilla eri suullisia genrejä kuten haastattelua, luentoa tai keskustelua (MacKenzie 2019). Perinteisemmistä mediamuodoista podcastia voi verrata myös radio-ohjelmaan tai kuunnelmaan ja opetusvideoihin, joista on aiempaa tutkimusta (esim. Huwiler 2005, Bhatia 2018). Keskitymme tässä artikkelissa uudemmissa asiantuntijaviestinnän muodoista juuri podcasteihin, koska ne ovat mediamuotona monipuolisia ja tarjonta ulottuu tieteestä viihteeseen. Tästä syystä niissä on myös havaittavissa erilaisia asiantuntijuuden muotoja.



**Kuvio 4.** Podcast-tutkimuksen keskeisiä aihepiirejä (ks. Sharon 2023; Rime, Pike & Collins 2022)

Podcasteja koskeva tutkimus on vielä varsin uutta ja sitä leimaa yhtäältä vahva yleisötutkimuksellinen orientaatio ja toisaalta taloudelliset intressit. Kuviossa 4 on hahmotelma aikaisemman kirjallisuuden perusteella luokitelluista podcast-tutkimuksen aihepiireistä.

Kuten kuvioista 4 käy ilmi, podcasteja ei ole tutkittu asiantuntijuuden ja asiantuntijatiedon välittämisen näkökulmasta. Myös sisältöjen tutkiminen on keskittynyt tiettyihin aihepiireihin, kuten lääketieteeseen ja pedagogiikkaan. Tämä artikkeli täyttää aukkoa aiemmassa tutkimuksessa keskittymällä asiantuntijuuden välittämisen ja välittymisen näkökulmaan eli siihen, miten podcasteja potentiaalisille kuulijoille jäsennetään ja esitellään.

#### **4 Podcastit asiantuntijatiedon ja erikoisalaviestinnän mallien haasteena**

Tutkimuksemme aineistona hyödynnämme kahden podcast-alustan, Yle Areenan (2024) ja Spotifyn (2024), suomenkielisiä verkkosivuja. Podcast-alustoilla käyttäjät voivat tutustua podcastien tarjontaan ja etsiä haluamiaan sisältöjä. Tässä artikkelissa keskitymme niihin tapoihin ja periaatteisiin, joilla podcastit on jäsennetty ja luokiteltu, sekä podcastien lyhyisiin esittelyteksteihin. Niiden kautta havainnollistuu, miten asiantuntijatieto tehdään potentiaalisille kuulijoille löydettäväksi ja millaisia asiantuntijuuden muotoja tarkastelluissa luokituksissa ja esittelyteksteissä kuvataan.

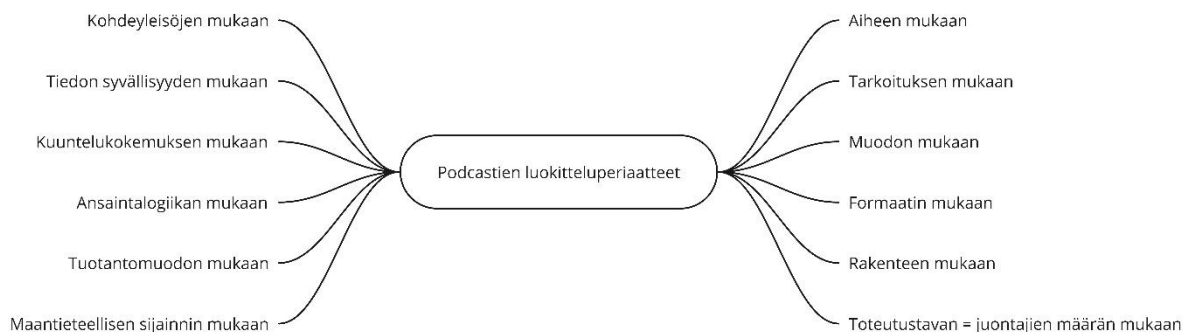
Tutkimuksen menetelmänä hyödynnämme sisällönanalyysiä (ks. esim. Eskola 2018), kategorisointia ja tekstianalyysiä. Loimme ensin alustavan luokittelun tarkastelemalla Yle Areenan ja Spotifyn podcast-alustojen luokitteluperiaatteita. Sen jälkeen hyödynsimme kahta AI-kielimallia, Google Bardia ja ChatGPT 3:a tarkistaaksemme alustavan luokittelun kattavuuden. Toisin sanoen listasimme ensin alustoilla esitellyt kategoriat mahdollisimman yksityiskohtaisesti, jonka jälkeen kirjoitimme AI-työkaluihin kehotteen, jossa kysyttiin, miten podcasteja on tapana luokitella. Tekoälytyökalut tuottivat numeroituja listoja eri luokittelumahdollisuuksista. Vertasimme näitä empiirisen aineiston perusteella tekemiimme listoihin. Näiden vaiheiden jälkeen koodasimme podcast-alustoilla nimetyt luokkien ja kategorioiden nimet sisällön ja funktion mukaisesti ja yhdistimme luokat suurempien kategorioiden alle, jotka sitten koottiin kuvioon 5 (ks. Mayring 2000). Tekoälyn tuloksia hyödynnettiinkin juuri yläkategorioiden määrittelyssä. Podcastien kuvauksien tarkastelussa on mukana piirteitä myös käsiteanalyysistä, sillä pyrimme luomaan kokonaiskuvan luokitteluperiaatteista ja niiden välisistä suhteista (ks. Nuoppo-nen 2020). Lisäksi mukana on vaikutteita diskurssianalyysistä (Pälli & Lillqvist 2020) siltä osin, että nostamme esiin tiettyjä sanavalintoja ja korostuksia pohdintamme tueksi.

#### 4.1 Luokitteluperiaatteet asiantuntijuuden tunnistamisen lähtökohtana

Podcastien luokittelussa alustojen verkkosivuilla hyödynnetään tyypillisesti asiasanoja tai valmiita kategorisointeja. Asiasanat ovat osa ns. metatietoa (ks. Tieteen termipankki 16.5.2024), eli podcasteihin kytkeytyvää kuvailutietoa, jonka perusteella verkkosivun käyttäjälle tarjolla oleva näkymä rakentuu. Molemmilla alustoilla, Yle Arenassa ja Spotifyssä, on hakutoiminto, jonka sanahaku tuottaa tuloksia podcastien otsikoissa esiintyvien sanojen mukaan. Tuloksina saadaan näin sekä kokonaisia podcasteja että yksittäisiä podcastien jaksoja, jotka löytyvät nimessä olevien sanojen perusteella. Asiasanahakua sen sijaan ei ole tarjolla, mutta kategorioita on mahdollista selata. Sama podcast voi olla luokiteltu eri luokkien alle, esimerkiksi luokkaan *Ajankohtaista* ja luokkaan *Tiede*.

Esimerkiksi Yle Arenassa on käytössä koneavusteinen asiasanoittaminen, jonka pohjalla on Ylen oma asiasanasto. Se perustuu muun muassa FINTO- ja wikidata-asiasanastoihin ja sitä koulutetaan jatkuvasti Ylen sisältöjen avulla (Yle 2017, 2021). Ylen sivuilla olevat luokittelut ovat alustavasti koneellisesti tehtyjä ja toimittajan muokkaamia ja täydentämiä.

Spotifyssä puolestaan podcastin tai podcast-sarjan tekijä tai julkaisija tekee valinnan Applen tarjoamasta valmiista iTunes-kategorisoinnista. Sen lisäksi on toimitustiimi, joka varmistaa kategorioiden sopivuuden valitulle markkina-alueelle (Apple 2024). Podcast alustojen verkkosivujen tarkastelun perusteella podcastien käyttäjille näkyvillä olevia luokitteluperiaatteita on useita. Nämä on kuvattu kuviossa 5.



**Kuvio 5.** Podcastien luokitteluperiaatteita alustoilla.

Kuviosta 5 hahmottuu, että luokitteluperiaatteet eivät ole yhteismitallisia, eivätkä ne sulje toisiaan pois. Itseään kiinnostavan, ja jopa saman, podcastin voi siis hakutoiminnon avulla löytää esimerkiksi aiheen, tarkoituksen tai formaatin perusteella. Samaa podcastia voidaan tarkastella yhtä aikaa kaikista kuvion tarjoamista näkökulmista, eli jokaisella

on aihe, tarkoitus, muoto, formaatti, rakenne, toteutustapa, maantieteellinen konteksti, tuotantomuoto, ansaintalogiikka, ne luovat kuuntelukokemuksen, edustavat jotain tiedon syvällisyyden tasoa ja on tarkoitettu jollekin kohderyhmälle. Monet näistä luokitteluperiaatteista eivät ole löydettävissä erikoisalaviestinnän malleissa. Niitä ei myöskään ole hyödynnetty alustojen tarjoamissa hakutoiminnoissa. Asiantuntijatiedon tunnistamisen näkökulmasta keskeisimpiä ovat kuitenkin aiheen, tarkoituksen ja tiedon syvällisyyden mukaiset luokittelut. Näkökulmien moninaisuus osoittaa, miten monimuotoinen asiantuntijaviestinnän kenttä podcastien osalta on.

#### 4.2 Podcastit tiedeviestinnän jatkumoilla

Yksi erikoisalaviestinnän teorian perusajatuksista on, että viestintätilanteita voidaan mallintaa jatkumolle, joka ulottuu erikoistuneesta asiantuntijalta toiselle viestittävästä tiedosta pedagogisen viestinnän kautta yleistajuiseen viestintään. Erikoisalaviestinnäksi katsotaan kaikki tilanteet, joissa lähettäjällä katsotaan olevan asiantuntemusta, mutta erikoistuneimmat sisällöt keskittyvät niihin viestintätilanteisiin, joissa sekä lähettäjä että vastaanottaja ovat saman alan asiantuntijoita. Podcastien sisällöt ja esittämistavat ovat aina jossain määrin popularisoituja, mutta etenkin Yle Areenan ja Spotifyn podcast-alustat ovat suurelle yleisölle suunnattuja, jolloin oletusarvona on, että kuulijat suosivat kevyempiä sisältöjä (ks. Lin & Huang 2024). Bucchin (2008) esittelemä tiedeviestinnän jatkumo noudattaa pääosin samaa logiikkaa, mutta tieteellisten sisältöjen näkökulmasta.

Esimerkkejä erikoistuneista asiantuntijalta toiselle suunnatuista podcastista löytyy lähinnä Spotifyn alustalta. Esimerkeissä (1)–(3) on asiantuntijoiden väliseen viestintään viittaavia sisältökuvauksia.

(1) Taysosuma-podcastin tavoite on ylläpitää *lääkäreiden osaamista muiltakin kuin omalta erikoisalalta*. Asiantuntijoina on Taysin huippuosaajia, haastattelijana toimii sisätautilääkäri Sami Mustajoki. (Spotify) Taysosuma

(2) Tuoreimman numeron kiinnostavimmat artikkelit lääkäri Kari Hevossaaren ja lehden vaihtuvan lääkäritoimittajan esittelemänä. Ohjelma on suunnattu *ensisijaisesti lääkäreille ja terveydenhuollon ammattilaisille*, mutta toivomme että *tämä ei estä ketä tahansa lääketieteestä kiinnostunutta kuuntelemasta!* (Spotify) Duodecim-lehti

(3) LakiCast on Suomen perustuslain 12 §:n 1 momentin mahdollistama lakialaan liittyviä kysymyksiä käsittelevä podcast. Podcastissa pureudutaan lakimiesten näkökulmasta – *ilman lakijargonia* – erilaisiin ajankohtaisiin juridiikkaan liittyviin teemoihin, jotka usein hallitsevat keskustelua lehtien palstoilla. Podcastin vetäjinä toimivat lakimiehet Mika-Petteri Erkkilä ja Samuli Tuomikoski, jotka hoitavat työkseen mm. riita-asioiden oikeudenkäyntejä ja sopimusjuridiikkaa. Ota mukava asento, laita airpodit korville ja kuuntele Suomen laillisin podcast! (Spotify) LakiCast – Suomen Laillisin Podcast

Esimerkit ovat peräisin lääketieteen ja oikeustieteen aloilta. Erikoisalaviestinnän jatkumon näkökulmasta on kiinnostavaa, että asiantuntijat keskustelevat podcasteissa keskenään. Kuvauksissa korostetaan, että haastattelija on *sisätautilääkäri, lääkäri tai lääkäritoimittaja*, joka haastattelee ”huippuosaajia”, mutta oletuksena silti on, että keskustelulla on myös yleisö, jonka asiantuntijuuden taso voi vaihdella. Esimerkissä 1 kuvattu podcast on selkeästi lääkäreille tarkoitettu, vaikkakin siinä viitataan alojenvälisyyteen lääketieteen sisällä (*muiltakin kuin omalta erikoisalalta*). Tämä on luontevaa siinä mielessä, että juuri lääketieteen alalla podcastit on todettu merkittäväksi ammattitaidon ylläpitämisen ja jatkokoulutuksen kanavaksi (Zhang ym. 2022: 1146–1147). Esimerkeissä 2 ja 3 mainitaan eksplisiittisesti, että podcastit on suunnattu myös laajemmalle yleisölle (*ei estä ketä tahansa lääketieteestä kiinnostunutta kuuntelemasta; ilman lakijargonia*). Esimerkissä 3 kuitenkin viitataan perustuslain sananvapauspöytäkirjaan ja oletetaan, että lukija ymmärtää, mistä siinä on kyse.

Bucchin (2008) esittämässä tiedeviestinnän jatkumomallissa tehdään ero alan sisäisen ja alojen välisen tiedeviestinnän tason välillä. Tällainen tilanne kuvataan esimerkiksi 4, jossa metsäalan asiantuntijat toimivat keskustelun vetäjinä ja vieraina on erilaisia asiantuntijoita, kuten tutkijoita, ammattilaisia ja metsänomistajia.

(4) Tapion Metsäntuntijat-podcast pureutuu suomalaisten metsien käytön ajankohtaisiin keskusteluihin. Keskustelua luotsaavat Tapion asiantuntijat ja vieraina kuullaan monipuolisesti metsäalan ammattilaisia, tutkijoita, vaikuttajia ja metsänomistajia. (Spotify) **Tapion metsäntuntijat** pohtivat, mitä heille merkitsee toimia asiantuntijana metsäalalla. Aiheeseen pureutuvat Tapion asiantuntijaliiketoiminnan johtaja Olli Äijälä, johtava luontoasiantuntija Lauri Saaristo, ennallistamistiimin vetäjä ja johtava asiantuntija Kati Kontinen sekä asiakkuusasiantuntija Sini Miettinen. Keskustelua käydään myös suomalaisen metsäosaamisen tasosta, metsien historiasta ja tulevaisuudesta, vallitsevasta metsäkeskustelusta, metsänomistajan roolista ja tavoitteista sekä ilmastomuutoksen ja luontokadon vaikutuksesta metsiin ja metsäalan kehitykseen. (Spotify, Episodikuvaus) Tapion metsäntuntijat-podcast

Esimerkki 4 nostaa esiin kysymyksen, mitä ”alalla” tarkoitetaan tiedeviestinnän jatkumomallissa. Esimerkin podcast on luokiteltu Spotifyn *Tiede*-luokkaan, mutta haastateltavana on kuitenkin muun muassa ammattilaisia ja metsänomistajia. Kuvauksesta voi päätellä, että eri jaksojen välillä on eroa siinä, mihin kohtaan tiedeviestinnän jatkumoa viestintätilanne on paikannettavissa. Koska Bucchin malli kuvaa tiedeviestintää, siitä puuttuu esimerkiksi 4 kuvattu ammattilaisten asiantuntijuus, jonka voidaan nähdä olevan läsnä erikoisalaviestinnän perusjatkumolla, joka taas ei ota kantaa asiantuntijuuden lajiin. Metsäntuntijat-podcastin jaksoissa erilaiset metsäalan asiantuntijat tuottavat ja jakavat tietoa yhteistyössä toistensa kanssa, jolloin kyseessä olisi alan sisäinen viestintä. Toisaalta heillä on kuitenkin myös kuulijakunta, joka eri alan asiantuntijoihin viittaavasta lähtötilanteesta huolimatta tuo mukanaan tilanteeseen myös popularisoinnin vaatimuksen.

Erikoisalaviestinnän jatkumon keskellä ja myös Bucchin mallissa alojen välisen tason jälkeen on pedagoginen viestintä, jossa viestinnän tavoitteena on opettaa ja yleisön on tarkoitus oppia. Opettamisen ja oppimisen vaatimus edellyttää asioiden määrittelemistä ja selittämistä, jotta ymmärtäminen voidaan varmistaa. Esimerkissä 5 on OPS:n armoilla –podcastin kuvaus, josta käy ilmi podcastin pedagoginen tavoite.

(5) OPS:n armoilla on podcast lukiolaisille ja kaikille lukion asioita opiskeleville. Jaksossa keskitytään aina OPS:n eli opetussuunnitelman mukaisen lukiokirjan sisältöön vieraan kanssa, ja keskustellaan kurssin asioista. Jos siis pulpetin ääressä puurtaminen painaa ja tulossa on koe tai yo-kirjotukset, tässä on podi sulle. Läppäriin kansi vaan kiinni, ulos kävelyllä tai vaan sänkyyn makamaan ja podi päälle. Nyt laita meidät seurantaan @opsnarmoilla Instagramissa ja Tiktokissa ja kerro mistä kurssista just sä haluaisit jakson. (Spotify) OPS:n armoilla

Pedagoginen tavoite esitetään esimerkin 5 kuvauksessa siten, että se eroaa perinteisestä kouluopetuksesta, jota luonnehditaan ”pulpetin ääressä puurtamisena”. Näin podcast esitetään vaihtoehtoisena tapana oppia (ks. Zhang ym. 2022). Tämä tarkoittaa myös sitä, että kuviossa 6 kuvatut podcastien luokitteluperiaatteet eli muoto, formaatti, rakenne ja toteutustapa ovat seikkoja, joiden avulla podcast erottuu muusta pedagogisesta sisällöstä. Tiedeviestinnän jatkumoilla ja myös Väliiverroksen (2016) areenamallissa pedagogiset tavoitteet eroavat muun asiantuntijaviestinnän tavoitteista, mikä vaikuttaa myös kuuntelutapoihin ja -motivaatioon.

Erikoisalaviestinnän jatkumomallin yleistajuisessa päässä on asiantuntijalta kaikille suunnattu viestintä, jota Bucchin tiedeviestinnän mallissa nimitetään popularisoiduksi viestinnän tasoksi. Suuri osa podcastien tarjonnasta sijoittuu jatkumoilla tähän kohtaan, mutta podcasteissa asiantuntijuus voi olla hyvin monenlaista eli muutakin kuin Bucchin (2008) kuvaamaa tiedeviestintää, jossa tutkimustuloksia popularisoidaan suurelle yleisölle. Esimerkeissä (6)–(8) on tieteen popularisointiin erikoistuneiden Yle Areenan podcastien esittelytekstejä.

(6) Kertomuksia *maailmankaikkeuden ääristä ihmiskehon syövereihin*. Toimittajina Jaro Asikainen, Jenni Frilander, Minna Korhonen, Pirjo Koskinen, Leena Mattila, Teija Peltoniemi ja Pasi Toiviainen. Ohjelmaa avustavat tiedetoimittajat Mari Heikkilä, Sisko Loikkanen ja Jari Mäkinen. Tuottajana Jenni Stammeier. (Yle Areena) Tiedeykkönen

(7) Mikä oli Doggerlandin kadonnut maailma? Onko ihminen peto toiselle ihmiselle, eli mitä oikeasti tapahtui, kun kuusi poikaa haaksirikkoutui autiolle saarelle? Mikä on urheilijan geenin nurja kääntöpuoli? Tiedetripin uudella kaudella Henry Tikkanen vie jälleen mysteerejä täynnä olevaan maailmaan. Menneisyyden saloja ja ihmisyyden ulottuvuuksia ratkotaan tieteen avulla. (Yle Areena) Tiedetrippi

(8) Hyppää maailman vanhimman *saippuasarjan* pariin! Kauniit ja muumiot -podcastissa egyptologi Mia Meri ja Egyptiin *hurahtanut* Saara Lehtonen kertovat muinaisesta Egyptistä asioita, joita et edes tiennyt haluavasi kuulla. Onko Tutankhamonin perhesuhteista edes mahdollista saada selvää ilman Hathor-kännejä? Kumpi on kamalampaa: sipulit silmissä vai väärä pää jalkojen välissä? Keitä olivat muinaisen Egyptin jännät naiset? Tule tutustumaan jännempään Egyptiin. Egyptologi

(FM) Mia Meri Medianomi Saara Lehtonen Äänisuunnittelija Joonatan Kotila Kuva ja grafiikka Heidi Gabrielsson Maskeeraus Kati Nuppola Tuottaja Pertti Ylikojola Vastaava tuottaja Sampo Mäkelä Vastaava toimittaja Ville Vilén Yle 2023 (Yle Areena) Kauniit ja muumiot

Näissä esittelytekstissä tiede esitetään värikkäin sanankääntein kertomuksena, mysteereinä ja salaisuuksina ja jopa saippuasarjan kaltaisena. Kuvausten perusteella nämä podcastit vetoavat suureen yleisöön herättämällä uteliaisuutta arkisen maailman käsittein, nimenomaan tekemällä sisällöstä ”populaaria”. Podcastien tekijöiden listaus osoittaa, että jaksoissa ei ole kyse siitä, että tutkijat kertoisivat suoraan omista tutkimustuloksistaan, vaan tekijät ovat pääasiassa nimettyjä toimittajia ja tiedetoimittajia. Tässä mielessä esimerkit jäävät Bucchin mallin ulkopuolelle. Sen sijaan ne edustavat Väliverrosen (2016: 141) esittelemistä tiedejulkisuuden areenoista opetusta ja kulttuuria, joka on areenana hyvin laaja. Erikoisalaviestinnän jatkumolla tiedetoimittajan asiantuntijuus edustaa yleistajuisen viestinnän tyypillistä muotoa.

Kaikki asiantuntijalta kaikille suunnattu sisältö ei ole podcasteissa yhtä värikkäästi esitettyä kuin tiede. Erikoisalaviestinnän jatkumolla tiedepohjaiset sisällöt sijoittuisivat stereotyyppisesti lähemmäksi asiantuntijalta toiselle kohdistettua akateemista viestintää, kun taas esimerkiksi kulttuuri ja viihde sijoittuvat tyypillisesti yleistajuiseen asiantuntijalta kaikille ulottuvuuteen tai jopa täysin erikoisalaviestinnän ulkopuolelle, popularisoituun yleiskielen maailmaan. (Ks. Kuvio 6.) Tässä kohtaa podcastit toimivat esimerkkinä asiantuntijuuden uusista muodoista, jolloin ne johdattavat pohtimaan asiantuntijuuden määritelmää ja samalla haastavat perinteisen jatkumoajattelun.

Podcastien maailmassa kulttuuri ja viihde saattavat sisältää vahvaakin asiantuntijuutta, jossa Miegien ja Evettsin (2018) kuvaamat asiantuntijuuden osatekijät ovat läsnä mutta painottuvat eri tavoin kuin esimerkiksi tutkijoiden kohdalla. Kulttuurin ja viihteen sisällöissä asiantuntijuus voi liittyä tapoihin esittää sisällöt hauskaasti (esim. *Komedia*-luokka) tai jännittävästi (esim. *True crime* –luokka). Kyseessä on profession kuuluva ammattitaito, joka kytkeytyy enemmän esittämisen tapaan eli muotoon kuin esitettävän sisällön hallitsemiseen. Tällaista ammattitaitoa tehdään näkyväksi podcastien episodikuvauksissa (ks. esimerkki 9).

(9) Kulttuuri podcast. Ismo Leikola: Jukka, liro ja Ismo pähkäilevät mitä yhteistä on muusikon ja koomikon hommissa. Miten rakennetaan stand up-setti? Millaista oli vieraillla Conanin ja Cordenin Late Showssa? Aukeaako ns. suomalainen huumori amerikkalaisille? (Episodikuvaus Jul. 2021) (Spotify) liro Rantala: Algorytmipodi ja podi ilolle

Asiantuntijuuden osatekijöistä esimerkissä 9 voidaan tulkita olevan läsnä ainakin koulutus, harkittu harjoittelu ja sitoutuminen profession (ks. Kuvio 1). Kyseessä on siis asiantuntijaviestintä erikoisalalla, mutta ilman tiedeviestinnän eksplisiittistä läsnäoloa.

Erikoisalaviestinnän jatkumolla esimerkin 9 podcast voitaisiin luokitella osin pedagogiseksi viestinnäksi (miten rakennetaan stand up -setti) ja osin popularisoiduksi viestinnäksi (amerikkalaisen ja suomalaisen huumorin erot). Podcastien tekemiseen vaadittavan ammattitaidon ja välitettäviin sisältöihin liittyvän asiantuntijuuden erottaminen toisistaan voidaan kytkeä siihen, missä määrin ammattilainen kykenee reflektoidaan omaa osaamistaan. Intuitiivinen ammattitaito ei vielä täytä asiantuntijuuden määritelmää (tiedon ja osaamisen yhdistelmä), mutta kyky analysoida ja eritellä ammattitaidon osa-alueita osoittaa asiantuntijuutta eli kykyä käyttää jaettuja ajattelumalleja työskentelynsä perustana. Yleistajuisena pidettyjenkin aiheiden osalta (esim. Julkkisjuorut) on huomattava, että jo podcast-sarjojen tuottamiseen tarvitaan vähintäänkin harjittua harjoittelua ja sitoutumista, mutta vasta osaamisen tunnistaminen ja reflektointi tekee asiantuntijan (ks. Tynjälä 1999: 172).

Toinen kysymys on eri alan asiantuntijoiden ja asiantuntijuuksien keskinäinen arvostus. Tästä on kyse Uutelan ja Väliiverroksen (2022: 27) tutkimuksessa, jossa he toteavat, että uudet mediaympäristöt tarjoavat kuluttajille paitsi mahdollisuuksia neuvotella asiantuntijuudesta myös valtaa legitimoida julkisuuden kautta tiettyjä asiantuntijoita. He puhuvat ”asiantuntijuuden markkinoista”, jollaisen podcast-alustat selkeästi muodostavat. Podcast-alustoilla erityyppiset asiantuntijatiedon muodot asetetaan tarjolle rinnakkain: podcastin tekijän asiantuntijuus voi olla peräisin koulutuksesta tai kokemuksesta; asiantuntija voi olla tutkija mutta yhtä hyvin ammattilainen, olipa sitten kyseessä metsä, taide tai kertoimisen kyky. Kuulija tekee valintoja omien mieltymystensä perusteella ja voi päätyä monenlaisen asiantuntijatiedon äärelle, eikä tutkijan laatima sisältö välttämättä ole arvostetumpaa kuin tunnetun mediapersoonan. Tässä kohtaa Zhang ym. (2022: 1149) puhuvat lääketieteellisen tiedon tarjonnan demokratisoitumisesta. Koska asiantuntijuus rakentuu sosiaalisesti, podcastien kuulijat lopulta ratkaisevat, ketä pitävät asiantuntijana. Podcastien kuluttajilta vaaditaan kriittistä medialukutaitoa.

## **5 Pohdinta**

Asiantuntijatiedon välittämisen ja rakentamisen kontekstit ja keinot muuttuvat teknologioiden ja kanavien muuttuessa. Tässä käsitteellisessä artikkelissa tavoitteena on ollut pohtia, miten podcastien esittämis- ja jäsentämistavat suhteutuvat perinteisiin asiantuntijuuden, asiantuntijatiedon sekä tiede- ja erikoisalaviestinnän malleihin ja miten asiantuntijuutta kuvataan podcastien yhteydessä. Olemme tarkastelleet kahden podcast-alustan jäsenysperiaatteita ja kuvauksia suhteessa asiantuntijuuden, erikoisalaviestinnän ja tiedeviestinnän perinteisiin malleihin ja sitä kautta nostaneet esiin, millaisia uusia ulottuvuuksia podcast-maailma mahdollisesti erikoisalaviestinnän ja tiedeviestinnän kenttään tuo.

Tarkastelumme osoittaa, että perinteisissä malleissa on monia ulottuvuuksia, jotka soveltuvat hyvin podcast-tarjonnan jäsentämiseen. Silloin kun puhutaan asiantuntijuuden osatekijöistä, podcastien aiheista, viestinnän tarkoituksesta ja tiedon syvällisyydestä, perinteiset jatkumomallit osoittavat edelleen toimivuutensa.

Puhtaasti asiantuntijalta toiselle suunnattua sisältöä on tarkastelemillamme alustoilla varsin vähän. Tässä kohtaa podcastien viestintätilanne, jossa asiantuntijat voivat keskustella keskenään, mutta laajempi kuulijakunta ei välttämättä ole samalla asiantuntijuuden tasolla, väistämättä laskee sisällöllisen erikoistumisen tasoa. Eri alojen asiantuntijoiden keskusteluissa erikoistumisen taso vastannee jo paremmin laajan yleisön tarpeita. Molemmissa tapauksissa kuulijan motivaatio ja tarve ratkaisee, haluaako hän valita tiettyä asiantuntijuuden tasoa vastaavan sisällön vai ei. Uuden tiedon omaksumisen kannalta asiantuntijaviestinnän erikoistunein pää tarjoaa joidenkin kaipaamaa älyllistä haastetta. Kiinnostavaa Yle Areenan ja Spotifyn osalta on kuitenkin puhtaan pedagogisen tarjonnan vähäinen määrä. Se, että juuri näillä alustoilla korostuu viihteellisempi, popularisoitu sisältö, ei tarkoita, etteikö podcast sopisi pedagogisiin tarkoituksiin (vrt. Zhang ym. 2022). Se, mitä jatkumomalleissa ei huomioida on kuulijan motivaatio ja syyt valita juuri tietty sisältö.

Perinteisten jatkumomallien osalta haasteellisin kohta liittyy asiantuntijalta kaikille suunnattuihin podcasteihin. Kun erikoisalaviestinnän jatkumomallia venytetään erityyppisten asiantuntijuuksien mukaisesti, päästään tilanteeseen, jossa jännittävän kertomisen tai hauskuuttamisen ammattilainen asettuu asiantuntijaksi ja välittää kaikille suunnattua yleistajuista sisältöä odotustenmukaisella tavalla. Tässä kohtaa voidaan kysyä, mihin *erikoisalaviestintä* jatkumolla päättyy, kun podcastien tuottaminen kuitenkin vaatii monenlaista osaamista ja ammattitaitoa, joka parhaimmillaan voidaan tulkita myös asiantuntijuudeksi.

Kun erikoisalaviestintä ymmärretään ammatti-, harrastus- tai tieteenalojen sisältöjä koskevaksi vuorovaikutukseksi, päästään puolestaan pohtimaan, mikä on "ala". Esimerkiksi taide saattaisi kapeasti tulkittuna jäädä "alan" määritelmän ulkopuolelle, vaikka siihen sisältyy erittäin paljon syvällistä asiantuntijatietaa.

Asiantuntijuuden käsite podcast-maailmassa kytkeytyy vahvasti siihen, kenelle yleisö antaa asiantuntijan statuksen. Miegien ja Evettsin (2018) malli ei sinällään aseta tälle tulkinnallisia rajoituksia, mutta yleisön näkökulmasta esimerkiksi koulutuksen tai tutkimuksen asiantuntijuus ei ole välttämätöntä, jos podcastin sisältö vastaa kuulijan odotuksia. Näin asiantuntijuuden arvioinnin merkitys kytkeytyy jälleen siihen, mihin tarkoitukseen podcasteja kulutetaan sekä kuulijoiden jakamiin arvostuksiin.

Tarkastelumme johtopäätöksenä onkin, että tarkastelemiimme malleihin pitäisi voida lisätä kuulijan tai käyttäjän näkökulma. Se, mihin tarkoitukseen podcastia halutaan käyttää, ohjaa suoraan sitä, mitä etsitään ja mitä lopulta kuunnellaan. Väärä valinta ei myöskään ole turha, vaan siitäkin oppii jotakin, vähintäänkin omasta asiantuntijuuden ja osaamisen tasostaan. Siihen vastaaminen, mitä tunnistettu kuulija odottaa, kuuluu sekä sisällön että muodon osalta asiantuntijuuden ytimeen: kykyyn viestiä omasta alastaan vastaanottajan taito- ja tietotasoa, mutta myös odotuksia, vastaavalla tavalla.

Tässä tutkimuksessa olemme keskittyneet podcasteihin vain niiden luokittelujen ja esitelytekstien osalta kahdella podcast-alustalla. Tässä suhteessa tutkimuksemme tulokset eivät ole yleistettävissä kaikkeen podcast-tarjontaan. Sen sijaan tuloksemme ovat osin sovellettavissa muihin asiantuntijaviestinnän nykyisiin ja tuleviin muotoihin. Tulevalle asiantuntijuuden ja erikoisalaviestinnän tutkimukselle podcastit tarjoavat paljon pohdittavaa, alkaen niiden sisällön ja muodon lähemmästä tarkastelusta ja podcastien ympärille syntyvien yhteisöjen tutkimisesta. Uusien teknologioiden mukanaan tuomat haasteet tarjoavat myös näiltä osin mahdollisuuksia tarkastella aiempia käsityksiä ja teoreettisia lähtökohtia uudessa valossa.

## Lähteet

- Apple (2024). *Apple Podcasts for Creators*. Saatavilla: <https://podcasters.apple.com/support/1691-apple-podcasts-categories> (siteerattu 3.5.2024).
- Bhatia, A. (2018). Interdiscursive performance in digital professions: The case of YouTube tutorials. *Journal of Pragmatics*, 124. 106–120. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2017.11.001>
- Bucchi, M. (2008). Of deficits, deviations and dialogues: Theories of public communication of science. Teoksessa: M. Bucchi & B. Trench (Toim.). *Handbook of public communication of science and technology*. Routledge. 57–76.
- Ericsson, A. (2018). An Introduction to the Second Edition of The Cambridge Handbook of Expertise and Expert Performance: Its Development, Organization, and Content. Teoksessa: K. Ericsson, R. Hoffman, A. Kozbelt & A. Williams (Toim.). *The Cambridge Handbook of Expertise and Expert Performance* (2nd ed., Cambridge Handbooks in Psychology). Cambridge University Press. 3–20. <https://doi.org/10.1017/9781316480748>
- Eskola, J. (2018). Laadullisen tutkimuksen juhannustaiat. Laadullisen tutkimuksen analyysi vaihe vaiheelta. Teoksessa: J. Aaltola & R. Valli (Toim.). *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. PS-kustannus. 209–231.
- Gotti, M. (2006). *Investigating Specialized Discourse* (3. painos). Peter Lang.
- Honko, M. (2022). Kielen muutos ja variaatio. *Puhe ja kieli*, 42(4). 331–334. Saatavilla: <https://journal.fi/pk/article/view/127457> (siteerattu 6.5.2024).
- Huwiler, E. (2005). Storytelling by sound: a theoretical frame for radio drama analysis. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 3(1). 45–59.

- Koskela, A. (2016). Koulutustason periytyvyys Suomessa – miksi maisterin lapsesta tulee maisteri? Teoksessa: K. Söder & A. Karlsson (Toim.). *Suomen koulutuspolitiikan tulevaisuus*. Into. 118–124.
- Koskela, M. & Katajamäki, H. (2012). Ammattikielisten tekstien tutkimisesta – esimerkkinä tilin-tarkastuskertomus. Teoksessa: V. Heikkinen, E. Voutilainen, P. Lauerma, U. Tiirilä & M. Lounela (Toim.). *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käytäntöä*. Kotimaisten kielten keskuksen verkkojulkaisu [Verkkoaineisto] 29. 455–473. Saatavilla: <https://kaino.kotus.fi/www/verkkojulkaisut/julk29/Genreanalyysi.pdf> (siteerattu 6.5. 2024).
- Koskela, M., Nissilä, N. & Nuopponen, A. (2023). Viestinnän ammattilainen erikoisalojen maailmassa - asiantuntijana asiantuntijatietoa välittämässä. Teoksessa: T. Waaramaa & N. Nissilä (Toim.). *Digitalisoituva viestintä muuttuvassa maailmassa*. Vaasan yliopiston raportteja, 41. 3–14. Saatavilla: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-395-075-7> (siteerattu 30.9.2024).
- Laaksovirta, T. (1986). *Tieteellisen tiedon välittyminen yhteiskuntaan*. Tampereen yliopisto. Acta Universitatis Tamperensis ser A 210.
- Liao, W., P. MacDonald & Y. C. Yuan (2016). The Impact of Communication Behaviors on Expertise Recognition in Intercultural Collaboration. Teoksessa: J. W. Treem, & P. M. Leonard Expertise (Toim.). *Communication, and Organizing*. Oxford University Press. 79–99.
- Lin, S. W. & Huang, C. D. (2024). Hooked on audio! Unveiling the secrets of podcast stickiness through social identity and uses and gratification theories. *Technology in Society*, 76. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102422>
- Lunce, S.E., Iyer, R.K., Courtney, L.M. & Schkade, L.L. (1993), Experts and Expertise: An Identification Paradox. *Industrial Management & Data Systems*, 93(9), 3–9. <https://doi.org/10.1108/eb057532>
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. A companion to qualitative research. *Forum Qualitative Social Research*, 1(2). <https://doi.org/10.17169/fqs-1.2.1089>
- MacKenzie L.E. (2019). Science podcasts: analysis of global production and output from 2004 to 2018. *Royal Society Open Science* 6(1). <https://doi.org/10.1098/rsos.180932>
- Mieg H.A. & Evetts J. (2018). Professionalism, Science, and Expert Roles: A Social Perspective. Teoksessa: K. A. Ericsson, R. R. Hoffman, A. Kozbelt & A. M. Williams (Toim.). *The Cambridge Handbook of Expertise and Expert Performance*. 2nd ed. Cambridge Handbooks in Psychology. Cambridge University Press. 127–148. <https://doi.org/10.1017/9781316480748.009>
- Niiniluoto, I. (1989/1994). *Informaatio, tieto ja yhteiskunta – filosofinen käsiteanalyysi*. Valtion painatuskeskus.
- Nordman, M. (1992). *Svenskt fackspråk*. Studentlitteratur.
- Nuopponen, A. (2020). Systemaattinen käsiteanalyysi tutkijan työssä. Teoksessa: H. Katajamäki (Toim.). *Tieteellinen kirjoittaminen tiedeyhteisössä*. Vaasa: VAKKI ry. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2020101384005>
- Nuopponen, A., Koskela, M. & Nissilä, N. (2021). Viestinnän ammattilainen erikoisalojen maailmassa – asiantuntijana asiantuntijatietoa välittämässä. Teoksessa: T. Waaramaa, L. Kääntä, M. Koskela & S. Isohella (Toim.). *Monialainen viestintä: puheesta peleihin*. Vaasan yliopiston raportteja, 21. 3–13.
- Pälli, P. & Lillqvist, E. (2020). Diskurssianalyysi. Teoksessa: M. Luodonpää-Manni, M. Hamunen, R. Konstenius, M. Miestamo, U. Nikanne & K. Sinnemäki (Toim.). *Kielentutkimuksen menetelmiä II*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. 374–411. <https://doi.org/10.21435/skst.1457>
- Rime, J., Pike, C. & Collins, T. (2022). What is a podcast? Considering innovations in podcasting through the six-tensions framework. *Convergence: The International Journal of Research*

- into *New Media Technologies* 28 (5). 1260–1282.  
<https://doi.org/10.1177/1354856522110444>
- Roelcke, T. (2014). Zur Gliederung von Fachsprache und Fachkommunikation. *Fachsprache*, 36(3–4). 154–178. <https://doi.org/10.24989/fs.v36i3-4.1305>
- The Podcasting University (2024). Saatavilla: <https://thepodcastinguniversity.com/types-of-podcasts/> (siteerattu 28.1.2024).
- Sharon, T. (2023). Peeling the pod: towards a research agenda for podcast studies. *Annals of the International Communication Association*, 47(3). 324–337.  
<https://doi.org/10.1080/23808985.2023.2201593>
- Spotify (2024). Saatavilla: <https://open.spotify.com/> (siteerattu 6.5.2024).
- Tieteen termipankki 6.05.2024: Nimitys: metatieto. Saatavilla: <https://www.tieteentermipankki.fi/wiki/Nimitys:metatieto> (siteerattu 16.5.2024).
- Uimonen, H. (2022). Radio Suomen ja Radio Novan ohjelmasisällöt taustamusiikkiteollisuutena. *Media & viestintä*, 45(1). 1–22. <https://doi.org/10.23983/mv.115655>
- Uutela, E. & Väliverronen, E. (2022). Kenet nähdään asiantuntijana? Asiantuntijuuden määrittely Maria Nordinin Eroon oireista-kurssia koskevassa verkkokeskustelussa. *Yhteiskuntapolitiikka* 87. 18–29. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2022021519160>
- Tynjälä, P. (1999). Konstruktivistinen oppimiskäsitys ja asiantuntijuuden edellytysten rakentaminen koulutuksessa. Teoksessa: A. Eteläpelto & P. Tynjälä (Toim.). *Oppiminen ja asiantuntijuus. Työelämän ja koulutuksen näkökulma*. WSOY. 160–179.
- Yle Areena (2024). Saatavilla: <https://areena.yle.fi/podcastit> (siteerattu 3.5.2024).
- YLE (11.9.2017). Asiasanat – jotta löytäisit sisältöme paremmin. Saatavilla: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/09/11/asiasanat-jotta-loytaisit-sisaltomme-paremmiin> (siteerattu 3.5.2024).
- YLE (7.12.2021). Kansalliskirjaston Annif käyttöön artikkeleiden automaattisessa asiasanoituksessa. Saatavilla: <https://yle.fi/aihe/a/20-10001787> (siteerattu 6.5.2024).
- Zhang, E., Trad, N., Corty, R., Zohrob, D., Trivedi, S. & Rodman, A. (2022). How podcasts teach: A comprehensive analysis of the didactic methods of the top hundred medical podcasts. *Medical teacher*, 44(10). 1146–1150. <https://doi.org/10.1080/0142159X.2022.2071691>