

Hanna-Mari Maijala

**URHEILUJOHTAJUUDEN TULKINNAT
SUOMALAISESSA SANOMALEHDISTÖSSÄ.
Tapaustutkimus Suomen Olympiakomitean
puheenjohtajavaalista marraskuussa 2004.**

**Jyväskylän yliopisto
Liikunta- ja terveystieteiden tiedekunta
Liikuntatieteiden laitos
Liikuntasosiologian pro gradu –
tutkielma
Kevät 2006**

TIIVISTELMÄ

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Liikuntatieteiden laitos / liikunta- ja terveystieteiden tiedekunta

MAIJALA, HANNA-MARI: Urheilujohtajuuden tulkinnat suomalaisessa sanomalehdistössä. Tapaustutkimus Suomen Olympiakomitean puheenjohtajavaalista marraskuussa 2004.

Pro gradu –tutkielma, 90 s.

Liikuntasosiologia

2006

Tutkimuksessa tarkasteltiin urheilujohtajuuden tulkintoja suomalaisessa sanomalehdistössä. Tapaustutkimuksen kohteena oli Suomen Olympiakomitean puheenjohtajavaali, joka pidettiin marraskuussa 2004. Aineisto koostui 399 lehtiartikkelista, joista 61 nostettiin lähempään tarkasteluun. Artikkelit olivat lähtöisin laajasta kaikki Suomen sanomalehdet kattavasta mediaseurannasta. Aineisto käsitti sekä uutisjuttuja, pääkirjoituksia, kolumneja ja yleisönosastokirjoituksia.

Tutkimus oli luonteeltaan laadullinen ja toteutettiin kriittisen diskurssianalyysin teoreettis-metodologisessa viitekehyksessä. Työssä tarkasteltiin urheilujohtajuuden tulkintoja kolmessa eri diskurssissa, jolloin huomio kiinnittyi poliittisiin, markkinallisiin ja urheilujärjestöllisiin diskursiivisiin perusteluihin. Lisäksi tutkimuksessa käsiteltiin, miten diskurssit kiinnitettiin eri puheenjohtajavaalin ehdokkaisiin. Tutkimus nojautuu vahvasti konstruktionistisiin lähtökohtiin, jolloin media nähdään todellisuuden muokkaajana. Työn teoriaosuudessa onkin taustoitettu median roolia todellisuuden rakentajana ja toisaalta huippu-urheilun nykytilaa Suomessa.

Tulosten mukaan markkinalliset diskursiiviset perustelut korostuvat nykyajan urheilujohtamisessa. Markkinadiskurssin ehdokkaiden vahvuuksiksi koettiin elinkeinoelämän tuntemus ja heikkoudeksi nähtiin urheilulle sopimaton arvomaailma. Poliitiikan kautta tulevat ehdokkaat koettiin hyödyttömiksi nykyaikaisen huippu-urheilun vaatimuksiin nähden. Urheilujärjestöllisissä diskursiivisissa perusteluissa korostuivat suomalaisen urheilun viime vuosien huono menestys ja urheilun riitaisa ilmapiiri. Olympiakomitean puheenjohtajavaalin voittaja Roger Talermo kiinnitettiin vahvasti markkinadiskurssiin tuoden esille sekä positiivisia että negatiivisia ominaisuuksia. Ilkka Kanerva kategorisoitiin ensisijaisesti politiikan kautta tulevaksi ehdokkaaksi, mikä nähtiin hänen heikkoudekseen. Myös vahvaa urheilujärjestötaustaa kritisoitiin sekä Ilkka Kanervan että Tapani Ilkan argumentaatioissa.

Median esittämät urheilujohtajuuden tulkinnat vahvistavat markkinoistuneen huippu-urheilun kehittymistä Suomessa. Koska valtion tuki urheilun rahoituslähteenä on median tulkintojen mukaan menettämässä merkitystään, yksityisen sektorin rooli korostuu entisestään. Median keskustelun ulkopuolelle jäi kokonaan urheilujärjestöjen kautta tulevien urheilujohtajien arvomaailma, jossa aikaa ja ajatuksia annetaan pyyteettömästi urheilulle. Medialla onkin selvästi valtaa sanella, mitkä asiat nousevat lehtien palstoille. Tällöin median tulkinnoilla on ratkaiseva merkitys urheilujohtajuuden ja huippu-urheilun kehityssuunnan määrittelijänä.

Asiasanat: urheilujohtajuus, huippu-urheilu, kriittinen diskurssianalyysi, Suomen Olympiakomitea, risteävien rationaliteettien organisaatio

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
1.1 TUTKIMUKSEN TARKOITUS JA TUTKIMUSKYSYMYKSET	6
1.2 TUTKIMUKSEN RAKENNE	7
2 URHEILUJOHTAJUUS SUOMALAISESSA YHTEISKUNNASSA	9
2.1 JÄLKIMODERNIN YHTEISKUNNAN PIIRTEET URHEILUSSA	9
2.1.1 Globalisaatio	9
2.1.2 Jälkitraditionaalinen sosiaalinen järjestys	12
2.1.3 Sosiaalinen refleksiivisyys	13
2.2 HUIPPU-URHEILUN MUUTOKSET	14
2.2.1 Huippu-urheilu julkisuus-markkinallisena toimintana	14
2.2.2 Huippu-urheilun muita ominaispiirteitä	16
2.3 LIIKUNNAN JÄRJESTÖKENTÄN MUUTOKSET	18
2.3.1 Urheilujärjestöt julkisen, yksityisen ja kolmannen sektorin koordinaatistossa	20
2.3.2 Olympiakomitea suomalaisen huippu-urheilun keulakuvana	22
3 MEDIA TODELLISUUDEN MERKITYKSELLISTÄJÄNÄ	25
3.1 MEDIA YHTEISKUNNALLISEN KESKUSTELUN OHJAAJANA	26
3.2 MEDIAN TUOTANTO	27
3.3 MEDIAVÄLITTEINEN MIELIKUVA	30
4 AINEISTO JA TUTKIMUSMENETELMÄT	32
4.1 AINEISTON KUVAUS	32
4.2 DISKURSSIANALYYSI	33
4.2.1 Johdatus diskurssianalyysiin	34
4.2.2 Diskurssianalyttisen tutkimuksen lähtökohtaoletuksia	35
4.2.3 Diskurssianalyysin sovellus tähän tutkimukseen	38
4.2.4 Diskursiivisten perustelujen representointi	40
4.2.5 Retoristen keinojen erittelyä ja luonnehdintaa	42
5 POLIITTISET, MARKKINALLISET JA URHEILUJÄRJESTÖLLISET DISKURSIIVISET PERUSTELUT	47
5.1 POLIITTISET DISKURSIIVISET PERUSTELUT	47
5.1.1 Yhteiskunnalliset perustelut	49
5.1.2 Urheilun poliittisiin jakolinjoihin liittyvät perustelut	51
5.1.3 Poliitikkojen toimintatapoihin liittyvät perustelut	53
5.2 MARKKINALLISET DISKURSIIVISET PERUSTELUT	55
5.2.1 Huippu-urheilun markkinallistumiseen liittyvät perustelut	55
5.2.2 Yritysjohtajien rooliin liittyvät perustelut	57
5.3 URHEILUJÄRJESTÖLLISET DISKURSIIVISET PERUSTELUT	58
5.3.1 Suomalaisen urheilun huonoon menestykseen liittyvät perustelut	60
5.3.2 Urheilun ilmapiiriin liittyvät perustelut	61
6 EHDOKKAIDEN KIINNITTYMINEN ERI DISKURSSEIHIN	63
6.1 ROGER TALERMON KIINNITTYMINEN ERI DISKURSSEIHIN	63
6.2 ILKKA KANERVAN KIINNITTÄMINEN ERI DISKURSSEIHIN	69
6.3 MUIDEN EHDOKKAIDEN KIINNITTYMINEN ERI DISKURSSEIHIN	74

7 POHDINTA	78
7.1 POLIITTISET, MARKKINALLISET JA URHEILUJÄRJESTÖLLISET OMINAISUUDET URHEILUJOHTAMISESSA	80
7.2 MEDIA URHEILUJOHTAJUUDEN JA YHTEISKUNNAN TUOTTAJANA	83
LÄHTEET	85

1 JOHDANTO

Mediajulkisuuden tutkiminen on yhä tärkeämpää, sillä vahvasti mediavälitteiseksi käyneessä yhteiskunnassa käsityksiä asioista muodostetaan usein pelkästään median esittämien tulkintojen perusteella. Suurin osa ihmisistä seuraa urheilua ensisijaisesti median välityksellä, jolloin medialla on merkittävä rooli myös urheilun tulkintojen tuottajana (Rail 1998, 150–151.). Joukkoviestintävälineet eivät kuitenkaan konstruktionistisen näkökulman mukaan yksiselitteisesti heijasta todellisuutta ja totuutta. Media nähdään ennemminkin aktiivisena todellisuuden määrittelijä ja kilpailevien toimijoiden, diskurssien ja representaatioiden arena. (Sirkkunen 1996, 72.). Näin ollen mediajulkisuus muodostuu eri toimijoiden rakentamien merkityksien välisistä kamppailuista.

Suomen Olympiakomitea (tästä eteenpäin OK) valitsee jokaisen olympiadin jälkeen uuden valtuuskunnan ja hallituksen puheenjohtajineen. Vuoden 2004 hallituksen puheenjohtajavaali osoittautui historialliseksi tapahtumaksi, sillä jopa 16 vuotta vallankahvaa pitänyt, urheilun ”dinosaurukseksi” kutsuttu, Tapani Ilkka joutui ”vihdoin” väistymään. Uudeksi puheenjohtajaksi valittiin kovan luokan bisnesmies Amer-yhtymän toimitusjohtaja Roger Talermo. Kansanedustaja ja SUL:n puheenjohtaja Ilkka Kanerva ei haaveistaan huolimatta päässyt vielääkään suomalaisen urheilun halutuimmalle johtopaikalle. Puheenjohtajavaali oli medialle oikea ”kuuma peruna” ja lehtien palstoilla käytiin kiivasta kampanjointia, eikä loankaan heitolta vältytty.

Suomalaisittain surkeasti menneiden Ateenan olympiakisojen jälkeen puheenjohtajavaalin kynnyksellä mediassa käytiin vilkasta keskustelua suomalaisten urheilujohtajien pätevyydestä ja koko suomalaisen urheilujärjestelmän toimivuudesta. Erityisesti OK:n puheenjohtaja, suomalaisen huippu-urheilun veturina, sai osakseen kritiikkiä. Lehtien palstoilla pohdittiin moneen otteeseen, miltä yhteiskunnan osa-alueelta löytyisi päteviä urheilujohtajia: urheilujärjestöistä, elinkeinoelämästä vai politiikasta? Keskusteluissa tuotettiin monenlaisia perusteluja kunkin yhteiskunnan osa-alueen vahvuuksista ja heikkouksista urheilujohtamisessa ja sitä kautta erilaisia argumentteja ja tulkintoja urheilujohtajuudesta.

1.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymykset

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli tarkastella urheilujohtajuuden eri tulkintoja suomalaisessa sanomalehdistössä. Toisin sanoen tarkoituksena oli selvittää urheilujohtajuuden mediajulkisuuden sisältöä. Tapaustutkimuksen kohteena toimi OK:n puheenjohtajavaali, joka pidettiin marraskuussa vuonna 2004. Medialla tarkoitetaan tässä tutkimuksessa kaikkia suomalaisia sanomalehtiä, jotka ilmestyivät 1.–17.11.2004 välisenä aikana. Urheilujohtajuus on monimerkityksinen käsite, jonka vuoksi sen tulkintojen kirjo on laaja. Rajasin tutkimukseni tarkastelemaan urheilujohtajuudesta esitettyjä markkinallisia, poliittisia ja urheilujärjestöllisiä diskursiivisia perusteluja sekä niiden kiinnittämistä eri puheenjohtajavaalin ehdokkaisiin. Tutkimusmenetelmänä käytettiin kriittisen diskurssianalyysin väljää viitekehystä.

Tutkielman päätutkimuskysymykset muotoiltiin seuraavasti:

1 Millaisia markkinallisia, poliittisia ja urheilujärjestöllisiä diskursiivisia perusteluja käytettiin Suomen Olympiakomitean puheenjohtajavaalissa?

Kysymyksellä haluttiin selvittää, millaisia selityksiä ja tulkintoja urheilujohtajuudesta tuotettiin kilpailevissa diskursseissa (politiikka, markkinat ja urheilujärjestöt) ja minkälaisia subjektipositioita eri diskurssien kautta tuleville ehdokkaille rakennettiin. Lisäksi tarkasteltiin niitä suhteita, joita lehtien palstoilla syntyi urheilujohtajuutta määrittelevien (esimerkiksi toimittajat) ja määrittelyn kohteena olevien (esimerkiksi politiikan kautta tulevat ehdokkaat) välille. Tällöin huomio kiinnittyi siihen, mitkä yhteiskunnalliset toimijat määrittivät urheilujohtajuutta ja keiden määrittelyt nousivat hallitseviksi.

2 Miten erilaiset diskurssit kiinnitettiin Suomen Olympiakomitean puheenjohtajaehdokkaisiin?

Toisessa tutkimustehtävässä pyrin selvittämään, miten kilpailevat diskurssit kiinnitettiin eri ehdokkaisiin. Tarkoitus oli perehtyä niihin retorisiin keinoihin, joilla argumentoitiin kunkin ehdokkaan vahvuuksista ja heikkouksista. Tarkastelun kohteeksi nousi myös, miten eri ehdokkaiden motiiveja ja tavoitteita tulkittiin.

Kriittistä diskurssianalyysia soveltava tutkija on kiinnostunut aina myös asioiden seurauksellisuudesta. Tämän tutkimuksen tarkoitus oli myös pohtia, mitä merkitystä julkisuuden esittämällä diskursiivisilla perusteluilla ja niillä retorisisilla keinoilla, joilla diskurssit kiinnitettiin ehdokkaisiin, oli urheilujohtajuudesta syntyviin tulkintoihin ja uuden puheenjohtajan valintaan. Lisäksi huomio kiinnittyi niihin laajempiin yhteiskunnallisiin seurauksiin ja siihen sosiokulttuuriseen kontekstiin, jossa media teki urheilujohtajuudesta tulkintoja.

Urheilun ja median tutkiminen liikuntasosiologian ilmiönä on tähän asti ollut melko vähäistä. Vasta 1990-luvun loppupuolella liikuntasosiologian ja mediatutkimuksen saadessa vaikutteita kulttuurin tutkimuksesta mediallystynyt urheilu on herättänyt kiinnostusta monissa tutkijoissa (Wenner 1998, 8). Urheilujohtajuuden tulkintojen tutkiminen on liikunnan yhteiskuntatieteiden kannalta merkityksellistä, sillä urheilujohtaminen ja urheilujohtajat ovat suomalaisen urheilun kehittämisessä avainasemassa. Urheilujohtajuuden mediajulkisuus on oleellisesti kytköksissä myös koko huippu-urheilusta tuotettaviin tulkintoihin. Tulkinnat urheilujohtajuudesta ja huippu-urheilusta ovat seurausta laajemmista sosiokulttuurisista muutoksista ja toisaalta myös osaltaan vahvistavat ja suuntaavat koko jälkimodernin yhteiskunnan kehittymistä.

1.2 Tutkimuksen rakenne

Sosiokulttuuristen käytäntöjen oleellisuus joukkoviestinnän tutkimuksessa on seurausta median vahvasta asemasta nykyajan yhteiskunnallisissa järjestelmissä (Fairclough 1997, 10–11). Näin ollen tiedotusvälineiden kielen erittely on myös merkittävä osa käynnissä olevien sosiaalisten ja kulttuuristen muutosprosessien tutkimusta (Fairclough 1997, 10–11). Luvussa kaksi käsittelemme niitä keskeisiä sosiokulttuurisia käytäntöjä, joilla on ollut ja on vaikutusta urheilujohtajuuden nykyajan vaatimukseen. Urheilujohtajuus on osittain seurausta jälkimodernin yhteiskunnan muutoksista, kuten kansainvälistymisestä, traditioiden purkautumisesta ja yksilöllistymisestä. Luvun lopussa käsittelemme huippu-urheilun muutoksia ja OK:n vahvistuvaa roolia huippu-urheilun edistäjänä. Käymme läpi urheilujohtajuutta myös liikuntajärjestökontekstissa, jossa keskeinen teoria liittyy risteävien rationaliteettien organisaatioiden ominaispiirteisiin.

Sosiokulttuuristen käytäntöjen lisäksi myös diskurssikäytännöt vaikuttavat urheilujohtajuudesta muodostuviin tulkintoihin. Diskurssikäytännöllä tarkoitetaan tässä tutkimuksessa niitä tapoja, joilla tiedotustyöläiset tuottavat tekstejä (Fairclough 1997, 28–29). Tarkastelen median roolia todellisuuden merkityksellistäjää ja yhteiskunnallisen keskustelun areenana luvussa kolme. Tällöin nousevat keskeisiksi juuri ne median toimintatavat ja rutiinit, joiden avulla media tuottaa representaatioita todellisuudesta. Luvussa kolme käydään läpi myös median tulkinnoista syntyvää mediavälitteistä mielikuvaa käsitteenä.

Luvussa neljä esitellään tutkimuksen aineisto ja diskurssianalyysi tutkimusmenetelmänä. Luvun lopuksi käydään läpi niitä diskurssianalyysin painotuksia, jotka ovat oleellisia tämän tutkimuksen kannalta. Luvuissa viisi ja kuusi esitellään tutkimuksen keskeiset tulokset. Tulosiota seuraa diskussio-osuus, jossa pohditaan tuloksia tutkimuskysymysten ja teorian valossa.

2 URHEILUJOHTAJUUS SUOMALAISESSA YHTEISKUNNASSA

Suomalainen liikuntakulttuuri on kokenut merkittäviä muutoksia 1990-luvun loppupuolella, jotka ovat antaneet omat haasteensa myös urheilujohtamiselle. Erityisen selvästi muutokset näkyvät huippu-urheilussa, joka on muun muassa ammattilaistunut, kaupallistunut ja laajentanut medianäkyvyyttään. Liikuntakulttuurin muutokset ovat vain osittain liikunnan sisäisiä, sillä suurelta osin ne ovat ilmentymiä laajemmista länsimaisen yhteiskuntamuodon muutoksista (Heikkala 2000, 127). Yhteiskuntatutkijat ovat kuvanneet kulttuurisessa ympäristössämme tapahtunutta muutosta eri tavoin. Samankaltaisesti on painotettu länsimaisen yhteiskunnan siirtymistä jälkiteolliseen tai jälkimoderniin vaiheeseen (Giddens 1994; Ilmanen, Itkonen, Matilainen & Vuolle 2004, 11). Käsitteellä jälkimoderni viitataan jälkikapitalistisiin yhteiskuntiin ja niissä ilmeneviin ominaispiirteisiin (Rail 1998, 150). Länsimaisen yhteiskunnan nykyvaihetta on kuvattu myös muun muassa pirstoutumisen ja eriytymisen käsitteillä. (Itkonen 2004, 41–42).

2.1 Jälkimodernin yhteiskunnan piirteet urheilussa

Yhteiskuntatutkimuksen nykyklassikko Anthony Giddensin (1994, 4–6) mukaan jälkimodernia yhteiskuntaa luonnehtii kolme keskeistä piirrettä: kansainvälistyminen, jälkitraditionaalinen sosiaalinen järjestys ja sosiaalinen refleksiivisyys. Nämä kolme kehityssuuntausta ilmenevät maailmanlaajuisesti, erityisesti teollistuneissa maissa. Näiden piirteiden määrittäminen on oleellista tarkasteltaessa liikuntakulttuurin kehittymistä ja muuttumista. Tämä perustuu siihen, että jälkimodernin yhteiskunnan muutokset johtavat väistämättä myös sosiaalisten käytäntöjen muuttumiseen, jolloin ne kohdistuvat myös liikunnan ja urheilun sosiaaliseen todellisuuteen. (Ilmanen ym. 2004, 11.).

2.1.1 Globalisaatio

Ensimmäiseksi jälkimodernin yhteiskunnan ilmiökokonaisuudeksi Giddens (1994, 4) on esittänyt globalisaation eli kansainvälistymisen. Samaa asiaa tarkoitetaan myös puhuttaessa maapalloistumisesta (Ilmanen ym. 2004, 11–12). Kansainvälistymisellä tarkoitetaan ”*prosessia, jossa teknologian, tiedon lisääntymisen, kaupankäynnin ja*

verkostojen seurauksena ajan ja paikan merkitys hälvenee, jolloin kaukaiset asiat ja tapahtumat saavat enemmän merkitystä paikallisella tasolla” (Miller, Lawrence, McKay & Rowe 2001, 131). Voidaankin sanoa, että kansainvälistyneessä maailmassa kaikenlaiset merkitykset ovat liikkeessä (Ilmanen ym. 2004, 12).

Barrie Houlihanin (2003, 345) mukaan globalisaatio ilmenee sekä politiikan, talouden että kulttuurin ulottuvuudella (ks. myös Donnelly 1996, 239–241, 247). Globalisaatio ilmenee kansainvälisenä vaihtona (esimerkiksi raha ja työvoima), liberalisoitumisena (esimerkiksi EU:n direktiivit syrjäyttävät hallitusten säädökset), universaalistumisena (samanlaisten kulttuuristen kokemusten muodostuminen), länsimaistumisena (länsimaiset sosiaaliset rakenteet valtaavat alaa) ja paikan merkityksen hälvenemisenä (kaukaiset asiat tulevat merkittävimmiten paikallisella tasolla) (Scholte 2000). Liberalisoitumisessa on pääasiassa kyse taloudellisesta globalisaatiosta ja universaalistumisella viitataan useimmiten kulttuuriseen globalisaatioon. Muut globalisaation variaatiot ovat yhdistelmä sekä taloudellisista, poliittisista ja kulttuurisista piirteistä. (Houlihan 2003, 346.).

Globalisaation eri variaatiot on nähtävissä myös urheilun saralla. Urheilun kansainvälinen vaihto on lisääntynyt monellakin eri tavalla. (Houlihan 2003, 346.). Ensinnäkin urheilijoiden ja urheilun parissa työskentelevien liikkuminen on levinnyt hyvin laajalle maantieteelliselle alueelle (Bale & Maguire 1994, 1). Bale (2003, 56) ja Whitson (1998, 60) näkevät urheilijat työvoimana, joita rekrytoidaan tietyn maan sisällä, maan rajojen ulkopuolelle ja jopa maanosasta toiseen. Näin ollen maapalloistumisen piirteitä ilmenee urheilussa sekä paikallisella, alueellisella että kansainvälisellä tasolla (Bale 2003, 56). Kun urheilijat rinnastetaan muuhun työvoimaan, voidaan urheilun muutoksia tarkastella koko kapitalistisen yhteiskunnan kehityssuuntien mukaisesti, erityisesti talouden näkökulmasta (Maguire & Bale, 1994, 1; Houlihan 2003, 347). Kansainvälisen vaihdon seurauksena myös urheilun rahavirrat ovat laajentuneet (Houlihan 2003, 346). Kansainvälisen liiketoiminnan, urheilun parissa työskentelevien, rahapalkintojen ja stipendien lisäksi globalisaatio on levinnyt myös urheilumarkkinoinnin piiriin. Myös urheiluvälinebisnes on esimerkki kansainvälisestä vaihdosta, sillä erilaiset urheilun kulutushyödykkeet ovat levinneet kansainvälisille markkinoille. (Maguire & Bale 1994, 6.). Toisaalta urheilutuotteiden leviäminen

voidaan nähdä myös kulttuurillisen globalisaation muotona, koska esimerkiksi eri maiden urheilufanit käyttävät samojen joukkueiden fanituotteita (Houlihan 2003, 350).

Urheilussa voidaan havaita myös universaalistumista, sillä median välityksellä suuret määrät ihmisiä voivat seurata esimerkiksi olympiakisoja. Median ja urheilun tiivis yhteistyö tuottaa myös informaatiota ja mielikuvia urheilusta, urheilijoista ja urheilun parissa toimivista ihmisistä joka puolelle maailmaa. Suuret urheilutapahtumat ovat myös yksi merkittävin väylä erilaisten ideologioiden esittämiseen ja sitä kautta erilaisten kulttuurien yhdistämiseen. (Maguire & Bale 1994, 6.). Koska urheilu voi osallistua erilaisten järjestelmien maailmanlaajuiseen levittämiseen, on urheilu keskeinen myös poliittisessa globalisaatiossa. Esimerkkinä poliittisen globalisaation vaikutuksesta urheilun saralla on muun muassa naisten aseman parantuminen urheilussa. (Houlihan 2003, 350.). Länsimaistuminen on yksi urheilun globalisaation keskeisimmistä muutoksista. Länsimaiset arvot ja tavat ilmenevät urheilussa erilaisten järjestelmien ja sääntöjen saadessa vaikutteita erityisesti Yhdysvalloista. Myös urheilun kaupallistuminen itsessään voidaan nähdä seuraukseksi länsimaisten arvojen leviämisestä. Tietynasteinen liberalisoituminen koskettaa myös urheilua. Valtioiden omat säännöt ja lait eivät ole enää yhtä määräävässä asemassa kuin aikaisemmin. Esimerkiksi Euroopan Unionin myötä urheiluun liittyvät toimintatavat ovat muuttuneet. Viimeinen globalisaation variaatio, alueellisuuden merkityksen vähentyminen, voidaan nähdä myös urheilussa. Urheilufanit eivät enää kannata pelkästään oman maan urheilijoita ja joukkueita vaan yhä useammin kannustuksen kohteita löydetään toisista maista. (Houlihan 2003, 347.).

Koska urheilu on hyvin moninainen globaali ilmiö ja ilmenee kaikilla yhteiskunnan ulottuvuuksilla, käytetään joissakin yhteyksissä jopa termiä ”sportification”. (Donnelly 1996, 239–241, 247). Taloudelliset tekijät ovat kuitenkin tulleet selvästi merkittävimmiksi urheilun globalisaatiossa johtuen urheilun tuotteistumisesta, maailmanlaajuisten markkinoiden muodostumisesta ja tiivistä yhteistyöstä media- ja urheiluorganisaatioiden välillä. (Houlihan 2003, 346, 350.). Tämän vuoksi myös valtion rooli urheilun taloudellisena tukijana on heikkenemässä (Horne, Tomlinson & Whannel 1999, 276–277). Urheilun kansainvälistyminen on nopeutunut erityisesti ylikansallisten yhtiöiden, kansainvälisen viestintäteknologian ja kansainvälisten urheilutapahtumien ilmaantuessa (Kinkema & Harris 1998, 31).

2.1.2 Jälkitraditionaalinen sosiaalinen järjestys

Giddens (1994, 5) mainitsee yhteiskunnan toiseksi keskeiseksi muutokseksi jälkitraditionaalisen sosiaalisen järjestyksen, jolla tarkoitetaan perinteen merkityksen muuttumista. Kansainvälistyneessä ja kulttuurisesti avoimessa yhteiskunnassa perinteen määrittelemille tavoille ja ratkaisuille haetaan yhä useammin perustelua ja oikeutusta ennen kuin ne hyväksytään oman käyttäytymisen malleiksi (Giddens 1994, 5). Näin ollen ihmisten käyttäytymistä ja valintoja ohjaavat traditiot ovat osittain purkautuneet, jolloin elämänpoliittisten, elämäntavallisten ja elämäntyylisten valintojen mahdollisuus on lisääntynyt (Giddens 1992, 197).

Perinteen merkitys kyseenalaistuu sekä liikunnan ja urheilun seuraamisessa että eri lajien asemassa. Esimerkiksi hiihdon, painin ja yleisurheilun asema on muuttunut tavattomasti uusien lajien saavutettua entistä enemmän suosiota. Myös puheenjohtajavaalin ehdokkaiden lajivalinnat heijastavat perinteen muutosta. OK:n puheenjohtajaksi nousi Roger Talerio, jonka tausta on nykyaikaisessa lajissa freestyle. Muut ehdokkaat tulivat ”perinteisesti” muun muassa yleisurheilukentiltä ja painimolskeilta. Hyvä esimerkki perinteen muuttumisesta on naisten urheilun kehittyminen. Naisten osallistuminen olympiakisoihin on yhä yleisempää monissa maissa. Lisäksi he harrastavat ja kilpailevat esimerkiksi nyrkkeilyssä ja jalkapallossa, jotka edelleenkin mielletään hyvin vahvasti ”miesten” lajeiksi. OK:n puheenjohtajavaalissa ei ollut vuonna 2004 yhtään naisehdokasta. Vuoden 2000 vaaleissa Marjo Matikainen-Kallström pyrki puheenjohtajaksi, mutta hävisi Tapani Ilkalle. Perinteen merkitys on vähentynyt myös arvioitaessa urheilujohtajien ominaisuuksia. Aikaisemmin urheilujohtajat tulivat perinteisesti politiikan ja urheilujärjestöjen kautta. Tällä kertaa OK:n puheenjohtajaa ”haettiin” liike-elämän puolelta.

Yhteiskunnan traditionaalisten rakenteiden muuttuessa monet yksilöt eivät enää tunne perinteisistä uskomuksista ja tavoista kumpuavaa yhteisöllisyyttä. Jälkimodernissa yhteiskunnassa uudet ilmiöt ovatkin korvanneet kadotetun yhteisöllisyyden, luoden uudenlaista, symbolillista yhteisyyttä pirstoutuneisiin yhteiskuntiin. (Rowe 1999, 68–69.). Lashin ja Urryn (1994, 6) mukaan sosiaaliset rakenteet ovat korvautuneet informaatio- ja kommunikaatorakenteilla, jolloin erilaiset esteettiset ja informatiiviset

symbolit ovat nousseet merkittävään asemaan. Rowen (1999, 68–69) mukaan urheilu on eräs näistä ilmiöistä, joka median välityksellä jaettuna synnyttää voimakkaita tunteita ja ilmauksia ja luo sitä kautta yhtenäisyyden tunnetta ihmisten välillä.

2.1.3 Sosiaalinen refleksiivisyys

Kolmas Giddensin (1994, 6) mainitsema jälkimodernin yhteiskunnan muutosta kuvaava piirre on sosiaalinen refleksiivisyys. Perinteen merkityksen vähentyessä yhteisöt ja ihmiset joutuvat tekemään jatkuvia valintoja ja suodattamaan tietoa informaatio- ja palvelutarjonnan oloissa (Giddens 1994, 6–7; ks. myös Fornäs 1998, 251–256). Laajassa valinta-avaruudessa erilaisia valintoja ja ratkaisuja tehdään yksilöllisesti riippuen omasta elämäntilanteesta, jolloin ihmisten käyttäytymistä on aiempaa vaikeampi ennakoida (Rowe 1999, 68; Itkonen 2004, 42–43). Ulrich Beck (1995, 26) puhuu teollisen yhteiskunnan turvafiktioiden kriisistä. Tällä hän tarkoittaa sitä, että erilaisia toiminnan ratkaisumalleja on tarjolla määrällisesti paljon, jolloin lopullisten ratkaisujen tekeminen vaikeutuu. Epävarmuus on lisääntynyt ja muuttunut nyky-yhteiskunnan peruskokemukseksi.

Valintoja nyky-yhteiskunnassa tekevät yksilöt. He joutuvat itse suunnittelemaan, laatimaan, sovittamaan ja paikkaamaan oman elämänsä ratkaisut (Beck 1995, 27). Termi yksilöllistyminen viittaa myös Giddensin jälkitraditionaaliseen sosiaaliseen järjestykseen, jolloin yhteiskunnan jäsenet eivät voi tukeutua enää standardimaisiin, kaikkialle sovellettaviin kehityksen malleihin. Yksilöt toimivat itseään korjaavasti ja virheistään oppien, paikallisesti ja omaehtoisesti. (Matthies 1994, 24–25.). Yksilölliset valinnat eivät kuitenkaan perustu yksilöiden vapaisiin päätöksiin. Yksilöiden valintoihin vaikuttavat omien mieltymysten ja elämänvaiheiden lisäksi hyvinvointivaltioiden yleiset ehdot ja mallit kuten koulutusjärjestelmän ja työmarkkinoiden asettamat rajat. Tällainen yksilöllistynyt arkikulttuuri on syntynyt läntisissä yhteiskunnissa, joissa on tarjolla yhä korkeampaa koulutusta, parempia työpaikkoja ja ansaitsemismahdollisuuksia. Vauraissa ja yhteiskunnallisesti turvallisissa yhteiskunnissa myös tieto ja itseluottamus ovat lisääntyneet, jolloin ihmiset uskaltavat tehdä valintoja. He toimivat entistä vähemmän vanhojen muotojen ja instituutioiden puitteissa siirtymällä osittain uusiin toiminnan ja identiteettien muotoihin. (Beck 1995, 27–29, 36–37.).

Myös liikunnassa ja urheilussa valinnan mahdollisuudet ovat lisääntyneet. Nyky-yhteiskunnan kaupunkimaisissa olosuhteissa on tarjolla monenlaisia liikuntapalveluja (Itkonen 2004, 42). Toisaalta urheilu kilpailee myös muiden kulttuurin muotojen, kuten taiteen kanssa harrastajista ja katsojista. Valinnan mahdollisuuksien lisääntymisen seurauksena myös urheilujohtajuus on muuttanut muotoaan. Joidenkin lehtiartikkeleiden mukaan OK:n puheenjohtajuus ei ole enää yhtä haviteltu paikka kuin aikaisemmin. Urheilun johtopaikkojen sijasta pätevät henkilöt hakeutuvat usein muille paikoille, kuten pörssiyritysten hallituksiin.

2.2 Huippu-urheilun muutokset

Tämän luvun edellisissä kappaleissa käsiteltiin jälkimodernin yhteiskunnan piirteitä yleisesti urheilun saralla ja urheilujohtajuuden näkökulmasta. Koska OK:n puheenjohtajan pääasiallinen tehtävä on nimenomaan suomalaisen urheilumenestyksen takaaminen, on tässä tutkielmassa oleellista tarkentaa näkökulma huippu-urheiluun ja sen nykypiirteisiin. Näin ollen myös ne median tulkinnat, jotka nousivat esiin urheilujohtajuudesta, kytkeytyvät nykypäivän huippu-urheiluun. Seuraavaksi käydään läpi niitä huippu-urheilun moninaisia muutoksia, joita länsimaisissa yhteiskunnissa on koettu. Muutokset ovat tapahtuneet osittain samanaikaisesti, toinen toisiaan vauhdittaen. Toisin sanoen kaikki muutokset ovat myötävaikuttaneet koko muutosprosessin jatkumiseen ja vahvistumiseen.

Ensimmäisenä perustavanlaatuisena huippu-urheiluun vaikuttavana tekijänä voidaan mainita käsitteiden urheilu ja liikunta eriytyminen omiksi liikuntakulttuuriin osa-alueiksi. Nykyään sekä huippu-urheilu että esimerkiksi kuntourheilu ovat itsenäisiä kenttiä, joilla on omat tavoitteet ja merkitykset. Toinen merkittävä muutos liittyy nimenomaan urheilun jakaantumiseen kansalaistoimintalähtöiseen kilpa-urheiluun ja ammattimaiseen huippu-urheiluun. (Ilmanen ym. 2004, 16.). Tässä tutkielmassa urheilua käsitellään nimenomaan ammattimaisena huippu-urheiluna.

2.2.1 Huippu-urheilu julkisuus-markkinallisena toimintana

Nykyaikainen ammattilaistunut, totaalistunut ja kaupallistunut huippu-urheilu on syntynyt monien eri yhteiskunnan kehityssuuntauksien tuloksena. Erityisen suurta

painoarvoa tulee antaa medialle. Viestintäteknologian kehittymisen myötä media on kiinnostunut urheilusta

aivan toisella tavalla kuin aikaisemmin. Julkisuudesta on tullut huippu-urheilun elinehto ja ”julkisuuden houkuttelu” vaatii puolestaan yritystoiminnan ja markkinoiden mekanismien tuntemusta. (Koski & Heikkala 1998, 10–12.).

Medialla ja urheilulla on molemmilla jotain, mitä toinen tarvitsee selviytyäkseen nykyajan yhteiskunnassa. Ne ovat omaksuneet samanaikaisesti nykyajan kapitalistiselle yhteiskunnalle ominaisia piirteitä kietoutuen yhteen ja muodostaen monimutkaisen järjestelmän, jota eri tutkijat ovat kutsuneet eri nimityksillä. (Rowe 1999, 4, 66.). Jhally (1989) lanseerasi käyttöön termin sports/media complex ja Wenner (1998) on puolestaan käyttänyt termiä media/sport production complex. Myöhemmin Rowe (1999, 4) alkoi käyttää käsitettä media sports cultural complex, tarkoittaessaan urheilun ja median merkittävää roolia kulttuurin muodostamisessa ja uusintamisessa. Suomessa median ja urheilun yhteistyöstä on käytetty nimitystä julkisuus-markkinallinen toiminta (Itkonen 1996, 230). Kaikilla termeillä viitataan median ja urheilun molemminpuoliseen suhteeseen, jossa keskeisinä elementteinä toimivat raha, yleisö, mainostaminen ja sisältö (Miller, Lawrence, McKay, Rowe 2001, 62; Rowe 1999, 20).

Kansainvälisestä huippu-urheilusta on tullut maailmanluokan viihdebisnestä, jota välitetään median kautta suurille yleisöille. Mediaorganisaatiot ovat valmiita maksamaan huikeitakin summia erityisesti kansainvälisten urheilutapahtumien lähetysoikeuksista, jotta katsojat seuraisivat tapahtumaa juuri heidän viestimestään. Myös erilaiset yritykset ja organisaatiot ovat huomanneet kuinka menestyksellinen tuote urheilusta on kehittynyt, ja kuinka intensiivisesti katsojat ja lukijat seuraavat urheilua eri joukkoviestintävälineistä. (Rowe 1999, 21, 71.). Yritykset ja organisaatiot ovat alkaneet hyödyntämään urheilua ostamalla joukkoviestintävälineiltä lähetysaikaa mainoksilleen (Rowe 1999, 21, 71; Kinkema & Harris 1998, 28). Tällä tavoin ne pyrkivät liittämään tuotteensa ja palvelunsa urheiluun, ja sitä kautta vaikuttamaan katsojien ja lukijoiden kulutuskäyttäytymiseen (Wenner 1989, 14–15).

Urheilun mediallistuminen on johtanut siihen, että urheilu ja sen organisaatiot eivät saa enää pääasiallisia tulojaan urheilutapahtumia seuraavilta katsojilta, sillä median kautta urheilu on kaikkien saatavilla (Wenner 1989, 14–15). Urheiluorganisaatiot tekevät

suurimmat voittonsa myydessään julkaisu- ja televisiointioikeuksia mediaorganisaatioille. Median kautta urheilu saa myös näkyvyyttä, joka houkuttelee sponsoreita sijoittamaan rahaa urheiluun. (Rowe 1999, 21.). Sponsorit hyödyntävät urheilua tuotteidensa näkyvyyden lisäämiseen ja organisaatioimagonsa vahvistamiseen tai muuttamiseen (Olkkonen 1999, 112; Shank 1999, 372, 380). Erityisesti televisioitumisen seurauksena yritysyhteistyösopimukset ovat yleistyneet kilpailutapahtumien, urheilijoiden ja joukkueiden kanssa (Real 1998, 20).

Miller ym. (2001, 68) ovat kuvanneet mediallystuneen urheilun toimintaperiaatteita seuraavanlaisesti: Medianäkyvyys → lisää tuloja → ammattilaistuminen → urheilun kilpailullisuus ja seurattavuus lisääntyy → laajemmat yleisöt → enemmän näkyvyyttä jne. Huippu-urheilu on tuote, jota myydään, media antaa tuotteelle näkyvyyden, ja markkinat sponsorivat toimintaa (Itkonen, 1996, 231–232). Prosessin seurauksena sekä urheilu, media että yritykset hyödyntävät toinen toisiaan saavuttaakseen yleisön ja sitä kautta suuremmat taloudelliset voitot (Miller ym. 2001, 68).

2.2.2 Huippu-urheilun muita ominaispiirteitä

Urheilun mediallystumisen lisäksi huippu-urheilu on kokenut koko joukon muita muutoksia, jotka ovat seurausta urheilun julkisuus-markkinallisesta luonteesta. Itkosen (1996, 234) mukaan nykypäivän huippu-urheilu vaatii liikeyritysmäisiin käytäntöihin siirtymistä. Liike-elämän periaatteet omaksutaan urheilupiireissä, kun seurojen, järjestöjen ja lajiliittojen johtoon kulkeutuu yritys-elämän vaikuttajia. Olympiakomitean puheenjohtajavaalin ehdokkaista jopa kolmella oli vankka liike- ja yritys-elämän tuntemus, joka jo sinällään on heijastus huippu-urheilun muuttuneista vaatimuksista.

Seuraavana huippu-urheilun ominaispiirteenä Itkonen mainitsee talouden keskeisyyden. Huippu-urheilu vaatii paljon resursseja, jolloin taloudellinen perusta täytyy olla kunnossa. (Itkonen 1996, 238.). Ammattimaistunut huippu-urheilu tarvitsee paljon resursseja menestyäkseen kiristyvässä kilpailussa. Yhä useammin resursseja etsitäänkin yksityisen sektorin puolelta, jolloin yksityiset yritykset toimivat rahoittajan roolissa (Donnelly 1996, 246). Myös OK:n resurssien hankinnassa yksityisen sektorin yhteistyökumppanit ovat tulleet yhä tärkeämmiksi ja niiden rooli korostuu edelleen tulevaisuudessa.

Markkinointialueen optimoinnilla Itkonen tarkoittaa huippu-urheilun markkinointia laajalle alueelle entistä useampien ihmisten tietoisuuteen. Julkisuutta ja markkinoita havitellaan tällöin oman talousalueen ulkopuolelta. (Itkonen 1996, 239–240.). Myös urheilun, esimerkiksi liigojen ja joukkueiden, tuotteistaminen pyritään tekemään yhä useammin kansainvälisillä markkinoilla (Bale 2003, 56–57). Huippu-urheilua luonnehtii nykypäivänä myös sopimusperusteisuus, jolloin esimerkiksi sponsori ja järjestö sopivat asioista kirjallisesti (Itkonen 1996, 241). Huippu-urheilun sopimusperusteisuuteen voidaan laskea myös sellaiset viralliset ja yksityiskohtaiset kirjoitetut säännöt ja normit, jotka määrittelevät eri lajien käytäntöjä pyrkien tasapuolisuuteen ja oikeudenmukaisuuteen. Lisäksi huippu-urheilun olosuhteet pyritään yhdenmukaistamaan määrittelemällä suoritusalue, rajat, kesto ja osanottajien määrä. Sopimusperusteisuuteen liittyy myös toimitsijoiden tarkat roolit ja oikeus keskeyttää kilpailu tai antaa rangaistuksia, jos sääntöjä rikotaan. (Bale 2003, 37–38.).

Huippu-urheilun tuotteistaminen on yksi olennainen osa julkisuus-markkinallista toimintaa. Keskeisiä tuotteistamisen kohteita ovat lajit, seurat ja kilpailutapahtumat. Näistä kehitetään markkinointipaketti, joka suunnataan tietyille kohderyhmille. Urheilun sponsoroinnissa tuotteistaminen on olennaista, sillä julkisuus on kiinnostunut menestyksellisistä tuotteista ja sponsorit medianäkyvyydestä. (Itkonen 1996, 239–244; Olkkonen 1999, 112; Shank 1999, 372, 380). Nykyaikana moni yritys lähestyy mieluummin yksittäisiä urheilijoita kuin urheilujärjestöjä yhteistyön merkeissä. Näin ollen tuotteistaminen on merkityksellistä myös urheilujärjestöissä.

Itkonen (1996, 246) nimeää huippu-urheilun ominaispiirteeksi myös totaalistumisen. Totaalistuneessa huippu-urheilussa urheilusuorituksen maksimointiin osallistuvat entistä useammat tahot. Monien eri alojen ammattilaiset ovat nousseet keskeiseen asemaan urheilijan rinnalle. Muun muassa valmentajat, managerit ja myös urheilujohtajat vaikuttavat panoksellaan urheilumenestyksen takaamiseen. (Heikkala & Koski 1998, 8; Heinilä 1982.). Totaalistumisen seurauksena urheilussa pyritään aika ajoin voiton maksimointiin keinoja kaihtamatta. Tämän seurauksena muun muassa dopingin käyttö ja talousrikkomukset ovat lisääntyneet. (Itkonen 1996, 246.). Totaalistuminen näkyy myös urheilijoiden arkielämässä. Urheilijat erikoistuvat jo nuorena tietyn lajin erikoisosajiksi ja joukkuelajeissa pelaajilla on tarkat roolijaot. Urheilun totaalistumisen seuraukset näkyvät myös OK:n toiminnassa. Urheilijoille pyritään luomaan

mahdollisimman hyvät olosuhteet harjoitteluun ja kilpailemiseen. Myös muu elämä pyritään turvaamaan ja OK onkin luonut urheilijoille terveydenhoito ja opinto-ohjaus järjestelmän.

Huippu-urheilun voidaan todeta myös yksilöllistyneen, sillä yksilön identiteetti on korostetummassa asemassa verrattuna ryhmän identiteettiin (Bale 2003, 37–38). Erityisesti julkisuudessa urheilua tarkastellaan korostuneesti yksilöihin kiinnittyneenä. Huippu-urheilu organisatorisen muokkauksen kohteena on viimeinen Itkosen luokittelussa huippu-urheilun ominaispiirteistä. Esimerkkinä tästä on seurojen ja tallien omistajavaihdokset ja myös joukkueiden kokoonpanojen alituiset muutokset. (Itkonen 1996, 248–250.).

Kaikki huippu-urheilun muutokset vaikuttavat vääjäämättä myös urheilujohtamiseen. Urheilujohtajilta vaaditaan nykyaikana sellaista tietoa/taitoa, jota tarvitaan markkinoistuneessa yhteiskunnassa sekä ammattilaistuneessa ja mediaalistuneessa huippu-urheilussa. Markkinoistumisen seurauksena yritysmailman toimijat resurssineen ovat tulleet yhä merkittävämmiksi liikuntakulttuurin alueella (Koski & Heikkala 1998, 10–12).

2.3 Liikunnan järjestökentän muutokset

Suomen liikunnan järjestökentän muutokset vaikuttavat oleellisesti urheilujohtamiseen ja OK:n rooliin huippu-urheilun edistämisessä. Järjestökentän muutosten taustalla voidaan nähdä kolme keskeistä taustavaikuttajaa: kasvu, eriytyminen ja ammattimaistuminen. Ensinnäkin liikunnan organisaatiot ja taloudelliset resurssit ovat lisääntyneet aina 1990-luvun alun taloudelliseen taantumaan saakka. (Heikkala 2000, 123; Heikkala 1998, 23.). Laman seurauksena valtion tuki urheilulle heikentyi ja rahoitusta lähdettiin hakemaan voimakkaammin yksityisen sektorin puolelta (Heikkala & Koski 1998, 22). Samanlainen ilmiö tapahtui Yhdysvalloissa jo 1970- ja 1980-luvuilla, jolloin ei-voittoa tavoittelevat organisaatiot joutuivat etsimään rahoitusta muista lähteistä (Young 1998, 32). Myös Iso-Britanniassa valtion tuki urheilulle on pienentynyt viime vuosisadan lopulla (Watt 2003, 22).

Suomessa samoihin aikoihin taloudellisen taantuman kanssa tapahtui liikunnan järjestökentän keskeisin rakenteellinen muutos, keskusjärjestöjen yhdyntyminen, jonka seurauksena toimintamallit hajautuivat ja liikunnan järjestökenttä eriytyi. Uudessa liikunnan järjestökentässä jokaisella liikuntajärjestöllä on selkeämmin vastuu omasta toiminnastaan (Heikkala 2000, 123; Heikkala & Koski 1998, 8, 23).

Liikunnan järjestökentän kolmas taustavaikutin, ammattimaistuminen, koskee ennen kaikkea keskusjärjestöjä, lajiliittoja ja toimialajärjestöjä, kuten OK:aa. Määrällisellä ammatillistumisella tarkoitetaan henkilöstön määrän lisääntymistä liikuntajärjestöissä. Muun muassa OK on palkannut uusia työntekijöitä uusille nimikkeille varsinkin viime vuosien aikana. (Heikkala 2000, 120.). Robinsonin (2003, 166, 170) mukaan urheilujärjestöjen työntekijät ja johtajat ovat yhä useammin palkattuja ammattilaisia, joka on seurausta koko urheilun ammattilaistumisprosessista. Laadullisella ammattimaistumisella viitataan uusiin toimintakulttuureihin ja uusiin toiminnan malleihin, joita sovelletaan liikunnan järjestökentässä. Näistä näkyvin on managerialismi, jolloin liikuntajärjestöjen toiminnassa otetaan käyttöön markkinamekanismit ja yritysmaailman mallit. (Heikkala 2000, 120.).

Liikuntajärjestöjen ja urheilujohtamisen ammattimaistuminen ei ole ominaista vain Suomen liikuntajärjestöille. Sama ilmiö on nähtävissä Trevor Slackin ja Bob Hiningsin (1992, 115) mukaan kanadalaisissa urheilujärjestöissä. Myös Australiassa urheilujohtaminen on ammattilaistunut, jolloin vapaaehtoistyöntekijöiden asema liikuntajärjestöjen johtotehtävissä on heikentynyt. Liikuntajärjestöjen ja urheilujohtamisen ammattimaistuksessa johtajat muilta aloilta ovat tulleet mukaan urheilun johtotehtäviin. Tämän seurauksena elinkeinoelämän periaatteet ovat tulleet keskeisemmiksi myös urheilun johtamisessa. (Auld, 1997, 18.). Myös julkisen sektorin toiminta liikuntakulttuurissa on ammattimaistunut. Valtionapu urheilulle jaetaan nykyään tulosperusteisesti, jolloin tuen ehdoksi asetetaan selkeä tavoitteen asettelu, tavoitteiden priorisointi ja toiminnan arviointi ja raportointi. (Heikkala 2000, 120–123; Heikkala & Koski 1998, 22.).

2.3.1 Urheilujärjestöt julkisen, yksityisen ja kolmannen sektorin koordinaatistossa

Liikunnan järjestökentän kasvu, eriytyminen ja ammattimaistuminen ovat osittain seuranneet länsimaisen yhteiskunnan laajempaa kehitystä, kuten hyvinvointivaltion yleistä kasvua sekä tietynasteista liberalisoitumista ja markkinoistumista. Myös valtionhallinnon uudistamispyrkimyksillä on keskeinen rooli liikuntakulttuurin nykypiirteiden muodostumisessa. Kuten useissa muissakin Euroopan maissa, myös Suomessa, julkista sektoria on pyritty keventämään tai sen toimintaa tehostamaan. Julkisen sektorin palveluita pyritään ainakin osittain korvaamaan yksityisen ja kolmannen sektorin palveluilla. Näin ollen järjestöjen ja valtionvallan välillä olevat korporatiiviset asetelmat, jossa valtio on luonut toimintaedellytyksiä järjestölle, ovat purkautumassa. Tällöin valtion rooli yhteiskunnan ohjauksessa vähenee ja valtaa ja vastuuta siirtyy autonomisille toimijoille, kuten liikuntajärjestöille. Kun julkisen sektorin toimintoja yksityistetään ja markkinoistetaan, yhteiskunnan ohjaukseen osallistuu vahvemmin myös markkinavoimat. (Heikkala 2000, 127–128.).

Näiden muutosten myllerryksessä myös liikuntakulttuuri hakee uudenlaista sijoittumista julkisen, yksityisen ja kolmannen sektorin muodostamassa koordinaatistossa. Kolmannesta sektorista puhuttaessa viitataan kansalais- ja vapaaehtoistoimintaan, julkisella sektorilla valtioon ja puolivaltiollisiin järjestöihin sekä yksityisellä yrityksiin. Järjestöt organisoituvat nyky-yhteiskunnassa näiden kolmen ulottuvuuden välimaastoon niin sanotulle välitasolle (Matthies 1994, 23; Heikkala 2000, 128). Heikkala & Koski (1998, 218–219; 1999, 38–43) käyttävät termiä risteävien rationaliteettien organisaatiot (RRO). Tällä tarkoitetaan sitä, että järjestöt joutuvat nyky-yhteiskunnassa ottamaan huomioon sisäisessä toiminnassaan ja hallinnossaan kaikki edellä mainitut kolme rationaliteettimallia (Watt 2003, 24, 134; Heikkala 1998, 218; Heikkala & Koski 2000, 113).

Näin ollen kolmannen, julkisen ja yksityisen sektorin suhteet ovat monimutkaistuneet ja niiden välillä olevat rajat ylitetään entistä helpommin. Enää ei voida toimia pelkästään yhden sektorin aineettomien ja aineellisten resurssien varassa, vaan urheilujärjestöt toimivat kombinoivalla ja välittävällä alueella yhdistäen esimerkiksi eri sektoreiden rahoituslähteitä. (Matthies 1994, 22–23; Heikkala 2000, 128.). Kun

hyvinvointivaltioiden kasvu on hidastunut tai jopa loppunut, yhteistyö eri sektoreiden kesken tulee välttämättömäksi, jotta saadaan synnytettyä uusia resursseja (Heikkala 2000, 128). Jokaisen sektorin tavat jäsentää todellisuutta ovat kuitenkin niin erilaisia, että niiden sulauttaminen yhteen on mahdotonta. Liikuntajärjestöjen suurin haaste tulevaisuudessa onkin ottaa huomioon toiminnassaan eri sektoreiden erilaiset organisoitumisen mekanismit ja havaintotavat. (Heikkala & Koski 2000, 116.).

Kolmannen sektorin organisaatioiden, kuten liikuntaseuran, vapaaehtoistoiminnassa korostuvat keskinäinen yhteisymmärrys ja luottamus sekä epämuodolliset menettelytavat. Toiminnan tarkoitus ei ole voiton tuottaminen vaan painopiste on itse toiminnassa. Julkisella sektorilla toiminta perustuu pysyviin työsuhteisiin ja hierarkiseen sekä keskitettyyn virkajärjestelmään, jolloin painopiste on hallinnassa ja hallinnoinnissa. Julkinen sektori on aina kytköksissä myös poliittiseen järjestelmään, jolloin sen on toteutettava tasa-arvoisesti kansalaisten intressejä. Yritystoiminta on kolmannen sektorin tavoin yksityistä ja julkisen sektorin tavoin pysyviin työsuhteisiin perustuvaa. Yritystoiminnassa korostuu voiton tavoittelu, johon pyritään tehokkaalla, laadukkaalla ja ammattimaisella toiminnalla. Myös muodollisuus on keskeistä yritystoiminnalle, sillä kysynnän ja tarjonnan lait määrittelevät markkinoiden mekanismeja. Sektoreilla on myös erilaiset onnistumisen kriteerit. Kansalaistoimijalle merkityksellisiä tekijöitä ovat henkilökohtainen tyydytys, esimerkiksi huippu-urheilun edistämisestä, sosiaalisuus ja vertaistuki. Julkishallinnon edustajalle tärkeintä on usein tasa-arvo ja palveluiden kattavuus. Yritysjohdaja pyrkii taloudellisen voiton maksimointiin, jolloin järjestössä työskentelyn yksi motiivi voi olla omalle yritykselle saatava hyöty, esimerkiksi medianäkyvyyden muodossa. (Heikkala & Koski 2000, 14–15; Heikkala 2000, 114–115; Heikkala & Koski 1998, 16–19.).

Liikuntajärjestöjen sijoittuminen kolmen eri sektorin, kolmannen, julkisen ja yksityisen välimaastoon vaikuttaa oleellisesti myös urheilujohtamiseen. Risteävien rationaliteettien organisaation johtajalla tulisi olla osaamis pääomaa kullekin ulottuvuudelle. Hänen olisi hallittava ja tunnistettava jokaisen sektorin toimintalogiikat ja merkitysrakenteet sekä kyettävä yhdistämään ne järjestön toiminnassa. (Heikkala & Koski 2000, 117–118; Heikkala 1998, 219; Heikkala & Koski 1998, 23.). Helposti johtaja eriytyy sille sektorille, jossa on vahvimmin mukana, jolloin tietyn ulottuvuuden erikoisosaaminen ja suhdeverkostot korostuvat. Eri ulottuvuuksien toimintaperiaatteet on ymmärrettävä

myös vuorovaikutuksessa sidosryhmien kanssa. Sektoreiden rajojen hälventyessä myös sidosryhmät tulevat laajemmin kaikilta ulottuvuuksilta. Johtajalla ja johdolla täytyy olla kykyjä perustella toiminnan edellytykset kullekin sidosryhmälle heidän merkitysrakenteille ominaisella, ymmärrettävällä tavalla. (Heikkala & Koski 2000, 117–118; Heikkala 1998, 219.).

Liikuntajärjestöjen johtaminen 2000-luvun eriytyneessä, moninaisessa ja erilaisia toimintalogiikoita ja havaitsemistapoja sisältävässä liikuntakulttuurissa on vaikeaa. Liikuntajärjestöihin olisi saatava tarkoituksenmukainen joukko toimijoita yhteiskunnan eri tasoilta ja toiminnallisilta alueilta. (Heikkala 2000, 129.). Myös OK:n, suomalaisen huippu-urheilun lippulaivana, on sopeuduttava nykyajan määrittelemiin toimintatapoihin ja risteiltävä mahdollisimman sulavasti erilaisissa rationaliteettimallien merissä. OK:n puheenjohtajavaalia käsittelevät lehtiartikkelitkin keskittyivät monin paikoin arvioimaan ja painottamaan puheenjohtajaehdokkaiden ominaisuuksia eri rationaliteettimallien ulottuvuuksilla.

2.3.2 Olympiakomitea suomalaisen huippu-urheilun keulakuvana

Suomessa huippu-urheilusta vastaavat pääasiassa lajiliitot ja seurat. Niitä tukevat OK, Paralympiayhdistys, Suomen Liikunta ja Urheilu ry, Nuori Suomi ja muut nuorisourheilujärjestöt sekä valmennus- ja harjoittelukeskukset. Erityisesti OK:n ja Paralympiayhdistyksen vastuualueita ovat huippu-urheiluun liittyvän valtakunnallisen toiminnan suunnittelu ja edistäminen yhteistyössä lajiliittojen kanssa. (Huippu-urheilu 2000-luvulla.).

Suomen Olympiakomitea ry:n säännöissä (2.§) yhdistyksen tarkoitus on määritelty seuraavasti: *"kehittää ja suojella olympialiikettä Suomessa olympialaisen peruskirjan mukaisesti sekä päättää ja huolehtia Suomen osanotosta olympiakisoihin"* (Suomen Olympiakomitea ry:n säännöt). OK:n toiminnan tavoitteena on tukea ja kehittää suomalaisen huippu-urheilun edellytyksiä sekä turvata olympiamenestys. Toiminnan perustana ovat urheilun ja yhteiskunnan perusarvot, joiden avulla pyritään päämäärätietoiseen, vastuuntuntoiseen ja eettisesti kestävään huippu-urheiluun. Suomen Olympiakomitea on ollut Kansainvälisen Olympiakomitean (KOK) jäsen aina perustamisvuodestaan 1907 lähtien. Tällä hetkellä KOK:n kuuluu 202 kansallista

olympiakomiteaa viidestä maanosasta. Suomen Olympiakomiteaan kuuluu 54 jäsenjärjestöä. (Suomen Olympiakomitean tausta ja tehtävät 2006.). OK:n vastuualueisiin lukeutuu sen jäsenliittojen valmennustoiminnan tukeminen ja kehittäminen, valmennustuen tulosperusteinen suuntaaminen sekä olympiakisoihin liittyvät valmistelut. Lisäksi OK huolehtii omalta osaltaan huippu-urheilun edunvalvonnasta, kehittämisestä ja huippu-urheilun julkisuuskuvasta. Lisäksi OK:lla on tehtäviä, kuten huippu-urheilun määrärahojen valmistelu, jotka hoidetaan yhteistyössä muiden tahojen kanssa. (Huippu-urheilu 2000-luvulla.).

OK:n toimintaa ohjaavat kansalliset strategiaohjelmat, jotka on laadittu yhdessä huippu-urheilun sidosryhmien kanssa (Huippu-urheilu 2000-luvulla, 2001). OK:n sidosryhmillä on toimialana huippu-urheilu ja tavoitteena sen edistäminen. Eri sidosryhmiä ei voi OK:n kannalta laittaa tärkeys- tai arvojärjestykseen vaan puhutaan lähimmästä ja uloimmasta sidosryhmästä. Kerroksellisuus määräytyy sen mukaan kuinka paljon pidetään yhteyttä. OK:n kattavimmat sidosryhmät, joihin suurin osa ulkoisesta viestinnästä kohdistuu, ovat media, kansanedustajat, yritykset ja niin sanottu urheiluväki. Urheiluväestä tärkein kohderyhmä on lajiliitot, jotka kuuluvat OK:n sisäisen viestinnän pariin. Sidosryhmäkohtaamisissa pyritään erityisesti vastavuoroisuuteen, esimerkiksi yritysyhteistyössä painotetaan nykyään molempien hyötyä. Lisäksi pyritään analyttisyyteen ja tavoitteellisuuteen. (A. Sorainen, henkilökohtainen tiedonanto 11.1.2005.).

Suomen Olympiakomitea on yksikkönä pieni, mutta sen toiminta ulottuu hyvin laajalle alueelle. OK:ssa työskentelee päätoimisesti 13 henkilöä. Henkilöt työskentelevät seuraavilla nimikkeillä: pääsihteeri, viestintä- ja markkinointipäällikkö, valmennuksen johtaja, kehittämisspäällikkö, koulutus päällikkö, yhteyspäällikkö, toimistopäällikkö, opintokoordinaattori, ylilääkäri, viestintäsihteeri, yhteyssihteeri, taloussihteeri ja toimistos sihteeri. (S. Tuunainen, henkilökohtainen tiedonanto 14.6.2004.).

Vuonna 2003 opetusministeriö antoi Kalevi Kivistön johtamalle työryhmälle tehtävän, jonka tarkoituksena oli huippu-urheilun valtakunnallisten kehittämis- ja toimintavastuiden sekä työnjaon selkiyttäminen opetusministeriön tukipolitiikan näkökulmasta. Työryhmän yksi keskeisimmistä tehtävistä oli arvioida huippu-urheilun kansallista koordinaatiotarvetta sekä johtamisjärjestelmään liittyviä haasteita. Kivistön

työryhmän mukaan toimintavastuita ja – valtuuksia tulee suomalaisessa huippu-urheilussa selkiyttää ja keskittää. Tämän tehtävän työryhmä antoi OK:lle, jonka tulisi ottaa vastuu suomalaisen huippu-urheilun kokonaiskoordinoinnista ja kehittämisestä. OK käynnisti Kivistön työryhmän ehdotusten käytännön toteutuksen vuonna 2005. Toimintavastuiden laajentuminen toteutetaan asteittain OK:n perustoimintamäärärahan kasvun mukaisesti. (Suomen Olympiakomitean toimintakertomus 2004.).

Suomen Olympiakomitean puheenjohtajan valitsee OK:n valtuuskunta jokaisten kesäolympiakisojen jälkeen. Äänioikeutettuja valtuuskunnassa ovat ne lajiliitot, jotka Kansainvälinen Olympiakomitea on hyväksynyt jäsenikseen. Valtuuskunnassa oli vuoden 2004 vaaleissa edustaja 53 eri lajiliitosta ja järjestöstä sekä kaksi Kansainvälisen Olympiakomitean suomalaisjäsentä ja kaksi urheilijoiden edustajaa. Niillä lajiliitoilla, joilla on ollut edustus edellisissä kesä- ja talviolympiakisoissa, on käytössään kaksi ääntä. Muilla lajiliitoilla ja henkilöedustajilla on yksi ääni. Valtuuskunnassa oli vuoden 2004 vaaleissa yhteensä 74 ääntä. Puheenjohtaja valitaan kaksivaiheisesti, jos ehdolla on useampi kuin kaksi ehdokasta. Toiselle ratkaisevalle kierrokselle pääsee kaksi ensimmäisellä kierroksella eniten ääniä saanutta ehdokasta. (Suomen Olympiakomitea ry:n säännöt.).

3 MEDIA TODELLISUUDEN MERKITYKSELLISTÄJÄNÄ

Tässä tutkielmassa tarkastellaan OK:n puheenjohtajavaaliin liittyviä sanomalehtiartikkeleita merkitysnäkökulmasta, jolloin uutiset, kolumnit, pääkirjoitukset ja yleisönosastokirjoitukset nähdään kielellisinä tuotteina. Tällöin viitataan todellisuuden konstruktionistiseen rakentumiseen, jolloin median sisällön ei uskota olevan todellisuuden heijastus, joka voitaisiin raportoida selkeästi erottuvana. Konstruktionistisen näkökulman mukaan median kertomukset todellisuudesta kietoutuvat osaksi kulttuuria (kieltä, yhteisiä merkitysjärjestelmiä). (Sirkkunen 1996, 72.). Median nähdään tällöin rakentavan todellisuutta tietyllä tavalla, luoden siitä erilaisia tulkintoja. Näin ollen median päivittäiset valinnat uutiskohteista, ja siitä miten niistä uutisoidaan, luovat yhteiskuntaa jatkuvasti uudelleen (Tuchman 1978, 183; ks. myös Peterson & Carlberg 1990, 233–234.). Medialla onkin kehittyneissä yhteiskunnissa keskeinen rooli yhteiskunnallisen todellisuuden rakentajana (Suhonen 1994, 36). Median merkitys yleisön todellisuuskuvan muodostumisessa liittyy oleellisesti siihen valtaan, jota media käyttää valikoidessaan mitkä aiheet, tapahtumat ja henkilöt pääsevät esimerkiksi lehtien palstoille (Perko 1998, 14).

Median valta todellisuuden merkityksellistäjänä on monitahoista. Ensinnäkin median valtaa voidaan tarkastella konkreettisena vaikutusvaltana, jolla on vaikutuksensa yhteiskunnallisiin toimijoihin, prosesseihin ja toimintakäytäntöihin. Tällaisessa vallankäytössä korostuvat tiedotusvälineiden institutionaaliset piirteet eli mediatekstin tuottamisen ja kuluttamisen käytännöt. (Fairclough 1997, 52.). Median valtaa tarkasteltaessa mielenkiinnon kohteeksi nousevat myös median toimintaa määrittävät valtasuhteet: kenen näkemykset pääsevät joukkoviestimissä esille ja kenen näkemyksille annetaan totuuden arvo. Valtasuhteita esiintyy väistämättä mediassa, sillä valta on mukana jo niissä kulttuurisissa ilmiöissä, jotka edeltävät ja kehystävät julkista keskustelua. (Sirkkunen 1996, 72.). Näin ollen yhteiskuntajärjestelmissä toimivat valtasuhteet vaikuttavat joukkotiedotukseen ja joukkotiedotus toisaalta vaikuttaa valtasuhteisiin omien institutionaalisten prosessiensa kautta (Fairclough 1997, 23).

3.1 Media yhteiskunnallisen keskustelun ohjaajana

Median rooliin yhteiskunnallisen keskustelun ohjaajana viitataan Maxwell McCombsin ja Donald Shawn (1972) lanseeraamalla termillä agenda setting. Termillä tarkoitetaan päiväjärjestysteoriaa, jonka mukaan media luo tietynlaisen esityslistan sille, mistä ihmiset puhuvat. Näin ollen median uutisvalinnat ja uutisarvostukset määrittelevät, mistä asioista ihmiset keskustelevat ja mitä asioita he pitävät tärkeinä. Päivittäisellä toistolla median agenda alkaa rakentaa myös ihmisten elämänjärjestystä, arvomaailmaa ja maailmankuvaa. (Perko 1998, 14–15.). Tällöin journalistiset tekstit toimivat myös syvemmällä ideologisella tasolla, esittäen lukijoille tiettyä tapaa hahmottaa maailmaa (Sirkkunen 1996, 69). Sanomalehtiartikkeleiden sisältämällä ideologioilla tarkoitetaan joidenkin sisältöjen etuoikeuttamista, mutta myös sitä, kuinka niistä kirjoitetaan tai puhutaan. Tekstien sisältöä ja muotoa ei siis voida erottaa toisistaan. (Sirkkunen 1996, 69.). Päiväjärjestysteoria on saanut kritiikkiä siitä, että se esittää median roolin päivittäisen keskustelun määrittäjänä liian voimakkaana ja muun muassa McQuail (2000, 456; ks. myös McQuail 1994, 356–357) korostaa, että valtaa päiväjärjestyksen luomisessa on myös eri tapahtumilla, politiikoilla ja instituutioilla, jotka vaikuttavat oleellisesti myös ihmisten arvostuksiin. Rosenbergin mukaan myös henkilökohtaisilla verkostoilla on suuri merkitys ihmisten päiväjärjestyksen muotoutumiseen (Rosenberg 1998, 111).

Päiväjärjestysmallin lisäksi uutisagendan muotoutumista voidaan tarkastella portinvartijamallin avulla. Tällöin kiinnitetään huomiota siihen, miksi jokin uutinen ei nouse joukkoviestimissä esille. Tietyn materiaalin nouseminen uutiseksi tapahtuu monien peräkkäisten ja rinnakkaisten porttien kautta. Useimmiten uutiskriteerit ja journalistinen päätöksenteko sanelevat päätyykö aihe uutiseksi. Tapahtuman matka uutiseksi alkaa, kun tapahtumasta raportoiva henkilö kirjoittaa tapahtumasta valitsemalla tietyn näkökulman. Sen jälkeen uutistoimistot suodattavat aineistoa eteenpäin sanomalehdille, jotka tekevät päätöksen uutisoinnista. Sen lisäksi, että uutisen täytyy läpäistä usean henkilön tai ryhmän arviointi, sen täytyy myös selviytyä useista teknisistä esteistä. (Rosenberg 1998, 16.). Esimerkiksi uutisen kuvitukseen ja taittoon liittyy monia valintoja, jotka toimivat portteina ennen kuin lopullinen uutinen muotoutuu.

Kun jokin tapahtuma todetaan uutisoinnin arvoiseksi, aloitetaan uutisen tai muun journalistisen jutun muokkaaminen. Tällöin viitataan termiin kehystäminen tai kehys, jonka otti alun perin käyttöön Erving Goffman (ks. Goffman 1986). Termillä tarkoitetaan sitä, että yksittäiset uutistapahtumat on määriteltävä jonkin kehyksen sisällä, jotta ne sijoittuisivat johdonmukaisesti todellisuuteen ja olisivat ymmärrettäviä (Heiskala 1990, 90). Käsitteet kehys ja diskurssi ovat hyvin samankaltaisia ja molempia käytetäänkin tutkittaessa mediatekstejä (Jokinen & Juhila 1999, 69). Kun painotetaan kehys käsitteen diskursiivista luonnetta, kiinnitetään huomiota siihen, miten erilaisilla tulkintakehyksillä rakennetaan tilanteita ja tulkintoja (Alasuutari 1999, 180–181). Tapahtumat niin sanotusti asetetaan eri konteksteihin eri tavoin riippuen kulloinkin kyseessä olevan viestinnän päämääristä, arvoista ja painotuksista. Tällöin keskiöön nousevat totuuteen, puolueellisuuteen ja manipulaatioon liittyvät kysymykset. (Fairclough 1997, 59.). Johtopäätöksenä voidaan todeta, että media antaa tapahtumille valikoivia merkityksiä sen mukaan millaiseen kehykseen se kulloinkin asiat sijoittaa.

3.2 Median tuotanto

Mediatekstien tuottaminen on kollektiivinen prosessi, johon osallistuvat toimittajien ja tuottajien lisäksi monia muita tahoja, kuten toimituksellista ja teknistä henkilökuntaa (Fairclough 1997, 68). Mediatekstien tuotantoprosessille ovat ominaisia monet institutionaaliset rutiinit (Fairclough 1997, 68; Wenner 1989, 23, 38; Rowe 1999, 4). Rutiinien ja yksilöiden yhteisvaikutuksesta syntyvät median tulkinnat (Stead 2003, 195).

Möra (1996, 106) on tarkastellut mediarutiineja ja jakaa ne kolmeen lohkoon: määrittelyrutiineihin, keruurutiineihin ja esitystaparutiineihin. Määrittelyrutiinien avulla päätetään onko jokin tapahtuma uutisen arvoinen vai ei (Möra 1996, 106). Galtung ja Ruge (1965) ovat määritelleet sellaisia kriteerejä, jotka vaikuttavat erityisesti ulkomaan uutisen arvoon. Näitä klassisen aseman saavuttaneita uutiskriteereitä ovat kesto ja toistuvuus, voimakkuus, selkeys, kulttuurinen merkityksellisyys, odotettavuus, yllätyksellisyys ja jatkuvuus. Myös uutispäivän muu tarjonta, uutistapahtuman liittyminen eliittivaltioihin tai – henkilöihin, tapahtuman henkilöitävyys ja negatiivisuus ohjaavat uutistyötä. (Galtung & Ruge 1965, 70–71.). Mielestäni näitä kriteerejä voi löytää myös OK:n puheenjohtajavaalista, vaikka tapahtuman uutisointi tapahtuikin

kotimaassa. Erityisesti yllätyksellisyys (Talermon ehdokkuus viime hetkellä) sekä tapahtuman henkilöittävyys lisäsivät puheenjohtajavaalin uutisarvoa. Mörä (1996, 106) listaa vielä uutiskriteerien kokoelmaan vastakkainasettelut eli konfliktit sekä human interest-aspektit (julkkikset, juorut ja tragediat). OK:n puheenjohtajavaalissa esiintyi vastakkainasetteluja erityisesti Ilkka Kanervan ja Tapani Ilkan välillä sekä loppuvaiheessa Kanervan ja Roger Talermon välillä. Lisäksi ehdokkaista ainakin Ilkka Kanerva on selkeästi julkisuuden henkilö. Myös Tapani Ilkkaan ja Ilkka Kanervaan liitetyt dopingpaljastukset lisäsivät puheenjohtajavaalin sensaatiomaisuutta, josta media innostuu aina.

Mörän (1996, 107) mukaan median toimintaa määrittävät myös keruurutiinit, joilla varmistetaan journalististen juttujen saanti mahdollisimman taloudellisesti ja kitkattomasti. Erityisesti uutistoimistot ja tietotoimistot helpottavat viestimien työtä antamalla niille päivittäin listan uutistapahtumista ja tiedotustilaisuuksista. Niin sanottuja päivälistoja seurataan kaikissa toimituksissa, jolloin monien viestimien toimittajat tekevät juttuja samoista aiheista ja tapahtumista. Voidaankin sanoa, että nykyaikana tapahtuma muuttuu uutiseksi vasta silloin, kun riittävän moni viestin julkaisee sen. (Mörä 1996, 107.). Median toistaessa samoja asioita samoista näkökulmista, sen sisältö kaavamaisuuksista ja erilaisten tulkintojen kirjo vähenee Joukkoviestintien samankaltaisuuden lisääntyessä erilaiset stereotyyppit vahvistuvat. (Perko 1998, 17; Mörä 1997, 105, 107.). Suomen päiväjärjestyksestä sanomalehtien osalta säätelevät ennen muuta Helsingin Sanomat ja Suomen Tietotoimisto. Ne luovat valtajulkisuuden, jota muut lehdet seuraavat. Tämä näkyy yhtenäistyvinä keruurutiineina, jonka kautta valtamedian virrassa myös muut viestimet mukautuvat poliittisen ja taloudellisen eliitin omaksumiin arvoihin, jolloin vaihtoehtoiset ja uudet arvot tukahdutetaan. (Mörä 1996, 107–109; Perko 1998, 16–17.).

Journalistien keruurutiineihin kuuluvat myös niin sanotut eliittiryhmien lausunnot (Mörä 1996, 108). Ne kiinnostavat mediaa, koska vallankäyttäjät vaikuttavat muiden ihmisten asioihin. Lisäksi toimittajien ei tarvitse ottaa niin paljon vastuuta kirjoituksistaan, koska he voivat suoraan lainata eri alojen asiantuntijoita ja johtavassa asemassa olevia henkilöitä (Perko 1998, 22). Mitä kauempana jokin ryhmä on vallankäytön keskustasta, sen vaikeampaa on sen päästä julkisuuteen, ainakaan myönteisessä tai neutraalissa mielessä (Mörä 1996, 108). Tavalliset kansalaiset sen

sijaan esiintyvät mediassa usein joko jonkin tapahtuman todistajina tai edustavat tyypillistä käytöstä tai reaktiota (Fairclough 1997, 57). Näin ollen yhteiskunnallisella asemalla voidaan todeta olevan merkitystä lähteen uskottavuuteen. Lisäksi eliitin ja suurten organisaatioiden mediaan pääsyä helpottaa se seikka, että heidän palveluksessa on viestinnän ammattilaisia, jotka tuottavat materiaalia journalistien käyttöön. Median tarjontaa yhtenäistää keruurutiinien osalta myös se, että journalistit seuraavat hyvinkin tarkkaan toisia viestimiä ja usein keskustelevat keskenään tehden yhteistyötä. (Mörä 1996, 108–111.).

Kuten jo joukkoviestinten vaikutusvaltaa käsittelevässä kappaleessa tuli ilmi, median sisältö ja muoto liittyvät tiukasti yhteen. Tähän Mörä (1996, 111) viittaa termillä esitystaparutiini. Tietyillä journalistisilla jutuilla on muoto- ja rakennesääntöjä, jotka määrittelevät miten asioista kirjoitetaan, miten journalistista todellisuutta luodaan. Yleensä uutinen pyritään rakentamaan siten, että jutun kannalta tärkeät asiat sijoitetaan alkuun eli kärkeen, ja vähemmän tärkeät asiat loppupuolelle. Tällaisella uutisen koostamisessa apuna käytettävällä kärjellään olevalla pyramidilla on hyvät ja huonot puolensa. Toimitusten kannalta on käytännöllistä, että tärkeät asiat ovat alussa, jolloin juttua on helppo lyhentää esimerkiksi teknisistä syistä. Myös lukija löytää nopeasti asian ytimen silmäillessään uutista. (Mörä 1996, 111–112.). Journalistisen jutun avauksella pyritään houkuttelemaan myös yleisö mukaan. Usein kärkeen laitetaan jokin erikoinen, ehkä täysin epäolennainen piirre, joka antaa koko jutulle omituisen merkityksen. (Perko 1998, 22.). Toinen tyypillinen esitystaparutiini on asioiden ja tapahtumien objektivointi. Tällöin journalistit siteeraavat eri lähteitä, jolloin heidän ei itse tarvitse tehdä johtopäätöksiä, eikä myöskään ottaa vastuuta ”väärin” johtopäätösten tekemisestä. Kun eri lähteille annetaan mediassa mahdollisuus näkökantojensa esittämiseen, pyritään luomaan vaikutelmaa puolueettomuudesta. Kuten jo keruurutiineja käsiteltäessä tuli ilmi useimmiten lähteinä kuitenkin käytetään yhteiskunnallisesti korkealla olevia ”arvovaltaisia” lähteitä. (Mörä 1996, 112.).

Mediarutiinit ovat välttämättömiä, jotta nykyaikaisen median nopea ja valtavia massoja tavoittava tuotanto olisi mahdollista. Rutiineilla on kuitenkin taipumus vinouttaa joukkoviestimien sisältöjä, jolloin media ei ole enää demokratian äänitorvi vaan yhden ainoan totuuden esittäjänä. (Mörä 1996, 113–115.). Myös yhteiskunnan ja kulttuurin ominaispiirteet, erityisesti kaupallistuminen ja viihteellistyminen, suuntaavat median

tuotantoa. Median toimintatapoihin vaikuttavat yhä selvemmin mainostajien pyrkimykset ja myös median omistussuhteisiin liittyvät tekijät. Myös ammattieettiset seikat ja mediaorganisaatioiden asettamat vaatimukset, kuten budjetti ja aikataulu vaikuttavat toimittajan työhön (Wenner 1989, 38; Wenner 1998, 9). Kaikkein oleellisin median kannalta on kuitenkin yleisö, jonka huomiosta ja rahoista joukkoviestintävälineet kilvoittelevat. (Rowe 1999, 25–30; Wenner 1989, 22,40; Stead 2003, 191.). Yleisölle pyritään tuottamaan kovien uutisten lisäksi jotain uutta, joka pitää jatkuvasti yleisön mielenkiintoa yllä. Yksi varma yleisön houkuttelija on urheilu. (Rowe 1999, 25–30; Wenner 1989, 22,40.).

3.3 Mediavälitteinen mielikuva

Koska medialla on vahva vaikutus ihmisten käsityksiin, se toimii mielikuvien muokkaajana. Suurin osa siitä tiedosta, jonka kansalaiset saavat esimerkiksi yhteisöistä, yrityksistä tai poliitikoista tapahtuu lehtien kautta. (Nurminen, 1998,188.). Tässä tutkimuksessa käsitteen mediavälitteinen mielikuva tarkastelu on keskeistä, sillä tarkoituksena oli tutkia median esittämiä tulkintoja urheilujohtajuudesta. Käsitteiden mediavälitteinen mielikuva ja mediakuva välille ei tässä työssä tehdä erotteluja. Samankaltaisesti käsitteitä imago ja mielikuva käytetään synonyymeinä. Olen käsitellyt tässä kappaleessa mediavälitteiseen mielikuvaan liittyvää teoriaa organisaatioviestinnän näkökulmasta. Mielestäni teoriaa voi soveltaa myös tarkasteltaessa urheilujohtajuuden tulkintoja OK:n puheenjohtajavaalin yhteydessä. Ensin on kuitenkin syytä tarkastella käsitteitä imago/mielikuva, maine ja mediakuva, jotka ovat määritelmiltään osittain päällekkäisiä, ja joita käytetään hyvin samankaltaisissa yhteyksissä.

Pelkistetysti voidaan sanoa, että imago eli mielikuva on joku kuva (= käsitys) ihmisen mielessä. Tämä kuva voi olla esimerkiksi järjestöjen kohdalla järjestökuva tai tuotteen kohdalla tuotekuva. (Rope & Mether 2001, 13, 18.). Åbergin (2000) mukaan imago muodostuu mielikuvista, jonka ulkopuoliset henkilöt liittävät tiettyyn kohteeseen. Rope ja Mether (1987) puolestaan määrittelevät imagon kokemusten, tietojen, asenteiden, tunteiden ja uskomusten summaksi tarkastelun kohteesta. Imago sisältää usein myös arviointeja kohteesta (Vos 1996, 27).

Yhtäältä imagosta puhutaan myös ihmismielen tai tietoisuuden sisäisenä mielikuvana ja toisaalta jonakin ulkoisena visuaalisena ja viestinnällisenä (Karvonen 1999, 39). Myös

Bromleyn mukaan (1993, 158) imagolla on kaksi merkitystä. Ensinnäkin nimi tai logo, joka symbolisoi kohdetta tai toimintaa, voidaan määrittellä sen imagoksi (Bromley 1993, 158). Toiseksi imago voi muodostua uskomuksista ja tuntemuksista, joita liitetään organisaatioon (Karvonen 1999, 37). Imago on kuitenkin enemmän kuin visuaalinen kuva, joka on silmän ja mielen katseltavissa. Siihen voi liittyä ääniä, hajuja, tapahtumia ja oletettuja käyttäytymisiä (Lehtonen 1998, 135). Yhä useammin imagon sijasta käytetään sanaa maine. Molemmat termit ovat vahvasti sidoksissa ihmisten kohteeseen tai toimintaan liittämiin kokemuksiin (Aula 2002, 32). Fombrun (1996, 59) määrittelee maineen yleisön yleiseksi käsitykseksi tai arvioinniksi kohteesta. Maine koostuu siis havainnoista eli siitä, kuinka muut näkevät jonkin asian (Fombrun 1996, 59). Aulan (2002, 32) mukaan maine on kohteesta kerrottuja tarinoita, jotka vaikuttavat sen arvoon ja elinolosuhteisiin.

Organisaation mediakuva tarkoittaa samaa kuin organisaatiosta esitetyt representaatiot mediassa (Malmstenin 2002). Voidaan puhua mediakuvasta kokonaisuudessaan tai mediakuvasta vain tiettyjen kysymysten ja tapahtumien yhteydessä, kuten tässä tutkimuksessa. Malmsten (2002, 49–51) toteaa mediakuvan koostuvan kolmesta eri dimensioista. Muoto eli ulkoiset ominaisuudet tarkoittavat mediatuotteen muotoutumista ja raportoinnin näkyvyyttä. Muotoon vaikuttaa muun muassa median luonne, juttutyypit, maantieteellinen levinneisyys ja levikki. Toisena dimensiona Malmsten mainitsee julkisuuden sisällön, eli mistä aiheesta ja minkälaisesta näkökulmasta kirjoitetaan, minkälaisia toimijoita ja toimijarooleja jutussa esiintyy ja mitkä asiat nostetaan keskiöön. Mediatuotteen muoto ja sisältö ovat aina kytköksissä toisiinsa. Esimerkiksi kolumnin kirjoitustapa eroaa ratkaisevasti uutisen kirjoittamisesta. Median tutkimisessa myös ajan tarkastelu nousee tärkeäksi. Tapahtuuko raportoinnissa ajan myötä muutoksia? Onko raportointi toistuvaa, syklistä, pysyvää vai ad-hoc julkisuutta ja voiko sitä ennustaa? (Malmsten 2002, 49–51.).

Tässä tutkimuksessa päähuomio on Malmstenin mainitsemissa toisessa dimensiossa eli median sisällössä. Myös median muoto juttutyypin erittelyn yhteydessä kuuluu osaksi tätä tutkimusta. Malmsten ei ota huomioon mediakuvan muodostumisessa yleisön mielikuvia (vrt. Karvonen 1999, 78). Myös tässä työssä yleisön mielikuvat rajautuvat täysin tutkimuksen ulkopuolelle ja painopiste kohdistetaan median sisällön tarkastelemiseen tietyn tapahtuman yhteydessä tietyn tyyppisessä tiedotusvälineessä.

4 AINEISTO JA TUTKIMUSMENETELMÄT

Tämä tutkimus tarkasteli urheilujohtajuuden tulkintoja yksittäisen tapauksen valossa. Tutkimuksessa keskityttiin suomalaisen urheilujohtamisen kannalta merkittävään tapahtumaan, OK:n puheenjohtajavaalin käsittelyyn suomalaisissa sanomalehdissä. Huomio kiinnittyi niihin tulkintoihin, joita lehdistö nosti esille OK:n puheenjohtajavaalin yhteydessä marraskuussa 2004. Koska kyseessä oli tapaustutkimus, tarkoituksena oli yksityiskohtaisen ja intensiivisen tiedon etsiminen yksittäistapauksesta (Hirsjärvi ym. 2000, 130). Sanomalehtiartikkeleita luettiin tässä tutkimuksessa kriittisen diskurssianalyysin viitekehystä soveltaen. Tämänkaltaisen tutkimus on hyvin aineistolähtöistä, jolloin menetelmät ja aineisto kietoutuvat tiiviisti toisiinsa.

Seuraavaksi kuvaillaan tutkimuksen aineistoa, jonka jälkeen käsitellään diskurssianalyttista tutkimusta ja sen eri ulottuvuuksia yleisellä tasolla. Luvun lopuksi tarkastellaan diskurssianalyysia niissä painotuksissa ja sovelluksissa, joita on käytetty tässä tutkimuksessa.

4.1 Aineiston kuvaus

Tutkimuskohteenani olivat suomalaisten lehtien artikkelit, jotka käsittelivät OK:n puheenjohtajavaalia ajanjaksolla 1.–17.11.2004. Koska aineistona toimivat sanomalehtiartikkelit, on kyseessä niin sanottu luonnollinen aineisto, jossa aineisto on olemassa tutkijasta riippumatta (Juhila & Suoninen 1999, 236). Vuoden 2004 OK:n puheenjohtajavaali oli merkittävä tapahtuma suomalaiselle huippu-urheilulle, ja myös media seurasi sitä kiinnostuneena. OK halusi hyödyntää historialliseksi määritellyn puheenjohtajavaalin lehtiaineistoa organisaation julkisuuskuvan ja toiminnan kehittämisessä. Median ja markkinatiedon asiantuntijayritys Observer Finladin keräämistä OK:aan liittyvistä mediaosumista poimittiin puheenjohtajavaalia käsittelevät artikkelit noin kaksi viikkoa ennen uuden puheenjohtajan valintaa. Tällöin asian käsittely julkisuudessa oli laajimmillaan. Mediaseuranta käsitti printtimediat, uutistoimistot ja verkkolehdet. Radio- ja TV-materiaali sisältyivät aluksi seurantaan, mutta osumien runsauden vuoksi ne keskeytettiin. Printtimedioista tilattiin kaikki jutut, joissa mainittiin sanat Olympiakomitea ja huippu-urheilu. Osassa artikkeleita ei

käsitelty puheenjohtajavaalia niistä raameista, jotka ovat oleellisia tämän tutkimuksen tehtävänasettelun kannalta. Lisäksi samoja artikkeleita julkaistiin monissa lehdissä STT:n kautta. Nämä seikat rajasivat analysoitavien lehtiartikkelien lukumäärää. Kaikkiaan aineisto koostui 399 lehtiartikkelista, joista 61 kappaletta nostettiin tarkastelun kohteeksi.

Tässä tutkimuksessa mukana olevia artikkeleita julkaistiin Kainuun Sanomissa, Iltasanomissa, Helsingin Sanomissa, Turun Sanomissa, Iltalehdessä, Savon Sanomissa, Länsi-Savossa, Kalevassa, Hämeen Sanomissa, Aamulehdessä, Pohjalaisessa, Ilkassa, Etelä-Suomen Sanomissa, Lappeenrantalaisessa, Uudessa Ajassa, Taloussanomissa, Satakunnan Kansassa, IS Veikkaajassa, Hufvudstadsbladetissa, Länsi-Uusimaassa, Karjalaisessa, Keskipohjanmaassa, Forssan Lehdessä, Uutispäivän Demarissa ja Vasabladetissa. Sanomalehtien runsauden ja monipuolisuuden vuoksi voidaan todeta, että urheilujohtajuuden tulkintoja käsitellään tässä tutkimuksessa koko Suomen mittakaavassa. Suurin osa jutuista julkaistiin valtakunnallisissa ja maakunnallisissa sanomalehdissä. Aikakauslehtijutuista ei löytynyt tutkimukseni tehtävänasettelun kannalta oleellista tietoa. Tällöin ne eivät luonnollisesti sisälly tutkimukseni aineistoon, vaikka olivat mediaseurannassa mukana.

4.2 Diskurssianalyysi

Yhä useammat tieteenalat lähestyvät tutkimuskohteitaan kielellisinä ja tekstuaalisina. Kielenkäyttöä, kuten mediatekstejä, onkin mahdollista tutkia monien eri tieteenalojen ja teorioiden avulla. Kulttuurintutkimus on vakiinnuttanut asemansa median tutkimuksessa viimeisten vuosikymmenien aikana, jolloin lingvistiset, tulkinnalliset ja diskursiiviset tavat ovat nousseet keskiöön. (Kantola, Moring & Väliverronen 1998, 6–7; Väliverronen 1998, 13.). Mediatekstien merkitysten muodostumista ja todellisuuden hahmottumista on mahdollista tutkia laajan teoreettis-metodisen viitekehyksen, diskurssianalyysin avulla (Valtonen 1998, 94). Diskurssianalyysi sopii erinomaisesti kulttuurin ja median tutkimiseen, sillä diskurssianalyysia käyttävä tutkija näkee aineistonsa ikään kuin näytteiksi tutkittavasta kielestä ja kulttuurista (Valtonen 1998, 106).

4.2.1 Johdatus diskurssianalyysiin

Käsitteen diskurssi määrittelemine on mahdollista monin eri tavoin ja perustein. Sivistyssanakirjassa (1998, 171) sanaa ”diskurssi” lähestytään sen latinankielisten kantasanojen avulla: *diskursus* tarkoittaa pohdintaa, *discussio* keskustelua. Yksinkertaisimmillaan diskurssi voidaan määritellä puhe- tai kielenkäyttötavaksi, jonkin keskustelun aihepiiriksi tai tietyn aiheen osakokonaisuudeksi (Lehtonen 1996, 67; Väliaverronen 1998, 20, 25). Suoninen (1999, 21) määrittelee diskurssin ”*merkityssuhteiden kokonaisuudeksi tai merkitysulottuvuudeksi, joka rakentaa todellisuutta tietyllä tavalla*”. Diskurssit ovat ikään kuin sosiaalisen todellisuuden rakennuspalikoita, jotka merkityksellistävät sosiaalista todellisuutta eri näkökulmista. Tällöin kussakin diskurssissa samasta teemasta voidaan tuottaa paitsi rinnakkaisia, myös ristiriitaisia, ja keskenään kilpailevia merkityksiä (Jokinen, Juhila & Suoninen 1993, 29). Käsitteen diskurssi ymmärtämisessä on aina otettava huomioon myös se konteksti, jossa diskurssi esiintyy. Diskurssi muodostuu tietyn kuvauksen, esimerkiksi tekstin, ja tietyn tapahtumatilanteen yhteistuloksena. (Eskola & Suoranta 1998, 196.).

Diskurssianalyttisessä tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita kielellisestä toiminnasta: kielenkäytöstä, selonteosta ja muusta merkitysvälitteisestä toiminnasta (Jokinen & Juhila 1999, 67; Jokinen ym. 1993, 9). Diskurssianalyysin peruslähtökohtana on sosiaalisesti konstruktionismiksi kutsuttu näkökulma, jolloin kielellistä toimintaa ei nähdä todellisuuden kuvana vaan todellisuuden rakentamisena. Kielenkäyttö nähdään siten osana todellisuutta itseään, eikä todellisuuden heijasteena. (Jokinen ym. 1993, 9.). Näin ollen itse kieli ja sen funktiot ovat diskurssianalyysin tutkimuskohteena. Sanallisen kielenkäytön lisäksi myös muu merkitysvälitteinen toiminta, kuten kuvalliset, äänelliset, audiovisuaaliset tai jopa sanallisen viestinnän muodot, ovat merkityksellistä toimintaa ja kuuluvat siten diskurssianalyttiseen tutkimuskenttään. (Suoninen 1999, 19; Väliaverronen 1998, 24.).

Diskurssianalyttisissä tutkimuksissa tutkija ei pyri kuvailemaan kohteiden ominaisuuksia tai vertailemaan valmiiksi annettuja kategorioita. Hän ei myöskään tulkitse kielenkäytön kuvauksia kausaaliseksi selityksiksi: teoille ja ilmiöille ei pyritä nimeämään syitä. Diskurssianalyysissa nimenomaan ne tavat, joilla toimijat kuvaavat ilmiöitä tai niiden syitä, otetaan tutkimuskohteeksi sellaisenaan. Eri toimijat voivat kuitenkin tehdä samoja asioita ymmärrettäväksi monin tavoin, joten yksiselitteinen

totuuden etsiminen ei ole diskurssianalyysin tavoitteena. Kiinnostus kohdistuu sen pohtimiseen, *miten* toimijat tekevät ymmärrettäväksi asioita kielenkäytöllään ja *miten* sosiaalinen todellisuus on rakentunut tai *miten* sitä jatkuvasti rakennetaan. (Jokinen ym. 1993, 20 – 21; Suoninen 1999, 17 – 18.).

4.2.2 Diskurssianalyttisen tutkimuksen lähtökohtaoletuksia

Koska diskurssianalyysissa painotetaan *miten*-kysymyksiä, sen tavoitteena ei ole yleistävien ja selittävien teorioiden kehittäminen (Juhila & Suoninen 1999, 248). Diskurssianalyysi ei ole selkeärajainen tutkimusmenetelmä, vaan avara mahdollisuuksien kenttä, jossa tutkijan on hyvä miettiä omia painotuksiaan ja sovelluksiaan seuraavissa kappaleissa esitelyjen lähtökohtaoletusten puitteissa.

Kirjoittamisella ja puhumisella on monia tavoitteita. Kielenkäytön avulla voidaan kuvata maailmaa ja todellisuutta, mutta myös vaikuttaa siihen monin tavoin; sitä voidaan järjestää, rakentaa, uusintaa ja muuttaa. (Jokinen ym. 1993, 18–20, 29; Jokinen & Juhila 1999, 67; Fairclough 1997, 75.). Joka kerta kun käytämme kieltä, merkityksellistämme eli konstruoimme asioita puheessamme tai kirjoituksissamme. Se kulttuuri, jossa elämme vaikuttaa ratkaisevasti siihen, kuinka kulttuurin jäsenet tuottavat merkityksiä. Kulttuurissa jäsenyneet merkitykset ovat usein niin vakiintuneita, että sanojen konstruktiivisuutta on vaikea havaita. Luomme eri kohteiden merkityksiä myös aina suhteuttaen kohteita toisiinsa, niitä erottavien ja yhdistävien tekijöiden kautta. Mitä tarkemmin kohteiden erottelu tehdään, sitä enemmän muodostuu myös erilaisia merkityksiä. Diskurssianalyysin tarkoituksena on selvittää näitä kulttuurissa luotuja, piileviä merkityksiä ja niiden vakiintumista ja vaihtelua. Tutkija ei näe sosiaalista todellisuutta kulttuurissa vallitsevien konstruktioiden summana, vaan on kiinnostunut siitä, kuinka kulttuurin jäsenet tuottavat ja muuttavat tuota todellisuutta. (Jokinen ym. 1993, 18–20, 29; Jokinen & Juhila 1999, 67; Fairclough 1997, 75–76.).

Sosiaalista todellisuutta ei nähdä diskurssianalyysissa yhtenäiseksi kokonaisuudeksi, vaan *”useiden rinnakkaisten tai keskenään kilpailevien systeemien kenttänä, jotka merkityksellistävät maailmaa, sen prosesseja ja suhteita, eri tavoin”*. Esimerkiksi samassa OK:n puheenjohtajavaalia käsittelevässä lehtiartikkelissa voitiin luontevasti käsitellä urheilujohtajien poliittisia, markkinallisia ja urheilujärjestöllisiä diskursiivisia ominaisuuksia. Tällöin sama kielenkäyttäjää, esimerkiksi toimittaja, liikkuu keskenään

kilpailevissa diskursseissa ja ikään kuin hävittää mahdollisuuden urheilujohtajuuden yksiselitteiseen kuvaamiseen. (Jokinen ym. 1993, 24, 25.).

Diskurssianalyysissä tutkijan mielenkiinto ei kuitenkaan kohdistu diskursseihin irrallisina yksikköinä (Jokinen ym. 1993, 28). Aineistosta nostettuja sitaatteja ei voida pitää johtopäätöksinä tai tulkintoina sellaisinaan, vaan niitä on tulkittava aina siinä kontekstissa, missä ne on esitetty (Eskola & Suoranta 1998, 197). Teoksessa *Diskurssianalyysin aakkoset* (Jokinen ym. 1993, 32) kielenkäytön kontekstit luokitellaan seuraavasti: *lause- ja episodikonteksti, vuorovaikutuskonteksti, kulttuurinen konteksti ja reunaehdot*. Lause- ja episodikontekstilla tarkoitetaan sitä, etteivät sanat ja teot ole yksiselitteisiä, vaan niiden merkitys riippuu aina kulloisestakin lauseesta tai episodista. Kontekstin voidaan nähdä laajenevan kehämäisesti yksittäisistä sanoista, niiden merkityksistä ja suhteista, lauseisiin ja niiden muodostamiin kokonaisuuksiin. Myös kyseessä oleva vuorovaikutustilanne, sen ainekset, ominaisuudet ja eteneminen vaikuttavat merkitysten muotoutumiseen. Tästä johtuen vuorovaikutuskontekstissa irrallisia lausumia tulkitaan suhteessa vuorovaikutustilanteeseen, eikä puheenaiheiden rajauksia, kannanottoja ja keskustelijoiden välisiä suhteita nähdä autonomisina. Lause- ja episodikonteksti sekä vuorovaikutuskonteksti rakentuvat aktuaalisessa toiminnassa eli ovat niin sanotusti aineistouskollisia. Sen sijaan kulttuurista kontekstia ja reunaehtoja määriteltäessä huomio kiinnittyy aktuaalisen tilanteen ulkopuolisiin vaikutteisiin. (Jokinen ym. 1993, 30–36.). Tällaisia ulkopuolisia vaikutteita voivat olla kulttuuriset tavat, stereotypiat ja yleinen yhteiskunnallinen ilmapiiri, joita tutkija pyrkii tietoisesti tunnistamaan aineistosta.

Kulttuurisella kontekstilla tarkoitetaan myös sitä, kun kielenkäytöllä varaudutaan jo ennakoita siinä yhteiskunnallisessa tilanteessa odotettavissa olevaan kritiikkiin. Tietynlaiset ehdot kielellisille ilmauksille asettaa myös ne tuottamisedot, jotka ovat ominaisia muun muassa sanomalehtipuheelle. Tällöin on kyse reunaehdoista. Määrämuotoiset tai institutionaaliset vuorovaikutustilanteet sekä muodollisista asemista tulevat viestit asettavat tekstien tuottamiselle omat reunaehdonsa. (Jokinen ym. 1993, 29–35.). Mediatutkimuksessa reunaehto korvataan usein genren käsitteellä. Faircloughin (1997, 101) määrittelyn mukaan genre on kielenkäyttötapa, joka on muotoutunut tietyn sosiaalisen käytännön tarkoituksia vastaavaksi. Sanomalehtiartikkeli voidaan tuottaa esimerkiksi kolumnin genressä, jolloin artikkelissa korostuvat

kolumnille tyypilliset aiheiden valinnat, puheäännet ja esitystavat. Eri genreistä voi myös muodostua yhdistelmiä, jolloin sosiaalisten käytäntöjen muodot sekoittuvat. (Fairclough 1997, 101–102.).

Diskurssianalyysin yhtenä lähtökohtaoletuksena pidetään toimijan ja diskurssien kiinnittymistä toisiinsa. Tällöin analyysin keskiössä eivät kuitenkaan ole yksilöt vaan sosiaaliset käytännöt, määrätyt kontekstit, joissa yksilön olemus rakentuu. Koska tapahtumatilanteet vaihtelevat, yksi ja sama toimija voidaan nähdä monenlaisissa toiminnallisissa positioissa. Eri positiot aktualisoituvat siitä riippuen, minkälaisessa diskurssissa toimija kulloinkin liikkuu. Diskurssianalyysin kannalta tämä moninaisuus on mielenkiintoista, ja tutkija ottaakin tutkimuskohteekseen kaikki ne versiot, joita yksilölle kielenkäytössä tuotetaan. Toimijan asemaa eri diskursseissa voidaan tarkastella kahdesta näkökulmasta. Subjektiposition käsite on sopiva tilanteisiin, jossa valtasuhteilla on suuri vaikutus toimijan asemaan. Tällöin lähtökohtana on havainto, etteivät positiot ole valmiiksi muotoutuneita, vaan ne tuotetaan aina sosiaalisissa käytännöissä. Kun analysointi kohdistuu toimijan tapaan puhua itsestään ja kokemuksistaan, voidaan käyttää käsitettä diskurssin käyttäjä. Tällöin tutkimuksen painopiste on kielen käytön moninaisuudessa. (Jokinen ym. 1993, 37–40.).

Viimeisenä lähtökohtaoletuksena diskurssianalyysissa pidetään kielenkäytön seurauksellisuutta. Kielen käyttäjät väittävät lausumillaan jotain todellisuuden luonteesta ja samalla rakentavat tuota todellisuutta. Tietyillä lausumilla ei kuitenkaan ole samaa funktiota kaikissa vuorovaikutustilanteissa, vaan seurauksia täytyy tarkastella tilannekohtaisesti. Eri tilanteet virittävät tietynlaista kielenkäyttöä, joka sopii juuri siihen tilanteeseen. Huomaamatta ja luonnostaan toteutetut funktiot ovat usein diskurssianalytikolle hedelmällisimpiä. Seurauksia analysoidessaan tutkija ei ole niinkään kiinnostunut niiden tarkoituksellisuudesta, eli huomio ei kohdistu toimijan mahdolliseen tietoiseen pyrkimykseen vaikuttaa. Tarkoituksena on tarkastella kaikkia niitä funktioita, jotka ovat läsnä tai aktualisoituvat vuorovaikutussuhteissa. Yksittäisten tilanteiden lisäksi kielellisillä teoilla saattaa olla hyvinkin laajoja, jopa ideologisia seurauksia, jotka liittyvät diskurssien ja vallan yhteen kietoutumiseen. (Jokinen ym. 1993, 43.). Valtasuhteita analysoidessa tarkoituksena on selvittää, miten jotkut tiedot saavat totuuden aseman ja miten jotkut tavat tuottaa merkityksiä saavat enemmän jalansijaa yhteiskunnassa (Fairclough 1992, 12, 36). Kielenkäytöllä voidaan tuottaa

samaan aikaan vaikeasti havaittavia alistussuhteita sekä seurauksiltaan ristiriitaisia diskursseja. Joskus hyvää tarkoittavilla kielellisillä teoilla voi olla ideologisesti arveluttavia seurauksia. (Jokinen ym. 1993, 43).

4.2.3 Diskurssianalyysin sovellus tähän tutkimukseen

Diskurssianalyysi voidaan hahmotella kolmioksi, jonka keskustassa sijaitsee kielenkäyttö ja kärkinä ovat merkitykset, kommunikatiivisuus sekä kulttuurisuus. Tutkimuksen rakenteeseen merkityksien, kommunikatiivisuuden ja kulttuurisuuden kolmiossa voidaan tehdä painotuseroja neljän eri ulottuvuusparin avulla: 1.) tilanteisuuden ja kulttuurisen jatkumon välinen suhde, 2.) merkitysten ja merkitysten rakentamisen tapojen välinen suhde, 3.) retorisen ja responsiivisen analyysin välinen suhde sekä 4.) kriittisen ja analyttisen diskurssianalyysin välinen suhde. Ulottuvuusparien molemmat kärjet ovat yleensä läsnä diskurssianalyttisessä tutkimuksessa. Painopiste voi kuitenkin asettua yhtä hyvin kärkien välille kuin jommankumman ulottuvuuden päähänkin riippuen tutkimuksesta. Joskus painopiste saattaa vaihdella samankin tutkimuksen eri vaiheissa. (Jokinen & Juhila 1999, 54–55.). Seuraavaksi jäsenän omaa tutkimustani vuorovaikutteisuuden, kulttuurisuuden ja merkitysten muodostamalla kartalla.

Ensimmäinen ulottuvuuspari tilanteisuuden ja kulttuurisen jatkumon välinen suhde käsittelee merkityksiä joko erillisissä vuorovaikutustilanteissa tai laajempiin kulttuurisiin kokonaisuuksiin liittyen. Tässä tutkimuksessa huomio kiinnittyi nimenomaan laajempiin kulttuurisiin merkityksiin, jolloin kulttuuri toimi analyysin kehystäjänä. Tutkimuksen aineisto on laaja, koska se käsittää yli kahden viikon ajanjaksolta kaikkien suomalaisten lehtien OK:n puheenjohtajavaalia käsittelevät artikkelit. Analyysin tarkoituksena ei ollut tällöin yhtä hienovarainen aineiston tarkastelu kuin tilanteisuuteen kiinnittyvissä tutkimuksissa. Tässä tutkimuksessa lähtökohtana pidettiin sitä olettamusta, että urheilujohtajuus kietoutuu liikuntakulttuurin ja huippu-urheilun kehitykseen ja ilmentää niiden laajempia diskursiivisia käytäntöjä. Liikuntakulttuurin muutokset eivät kuitenkaan ole yksisuuntaisesti syynä urheilujohtajuuden eri diskurssien ilmentymiselle, vaan myös diskurssit vaikuttavat osaltaan liikuntakulttuurin muuttumiseen. Yhteiskunnan ja liikuntakulttuurin muutokset luovat tässä tutkimuksessa urheilujohtajuudelle kehiksen, jonka puitteissa pyrin

lukemaan aineistoa mahdollisimman avoimesti. (Jokinen & Juhila 1999, 56–57, 60–62.).

Toisessa diskurssianalyysin ulottuvuusparissa keskitytään joko tekstien sisältöihin tai niiden tuottamistapoihin. Molemmat painotukset ovat aina yhteydessä toisiinsa, mutta tutkimuksissa voidaan tehdä valintoja sen mukaan mitä analyysissa halutaan nostaa esiin. Sisältöihin keskittyvä tutkimus on kiinnostunut merkityksistä ja etsii vastauksia mitä-muotoisilla kysymyksillä: millaisia poliittisia, markkinallisia ja urheilujärjestöllisiä diskursiivisia perusteluja lehtiartikkeleissa tuotettiin? Huomio on niissä kuvauksissa ja eroissa, joita diskurssien välille rakennetaan. Toinen tutkimustehtäväni pyrki selvittämään, miten eri diskursiiviset perustelut kiinnitettiin puheenjohtajaehdokkaisiin. Tällaisessa tehtävänasettelussa huomio kiinnittyy merkitysten tuottamisen tapoja korostavaan miten-kysymykseen: miten diskurssit kiinnitettiin ehdokkaisiin? Koska sekä sisällöt että niiden tuottamistavat ovat läsnä kysymyksenasettelussani, asettuu tämä tutkimus merkityksien ja merkityksien tuottamisen janalla puoleenväliin. (Jokinen & Juhila 1999, 66–76.).

Miten-tyyppisiä diskurssianalyysin kysymyksiä voidaan tarkastella painottaen joko retorisuuden tai responsiivisuuden näkökulmaa. Tässä tutkimuksessa vain toisessa tutkimustehtävässä paneuduttiin merkitysten tuottamisen tapoihin, joten retorisuuden ja responsiivisuuden käsittely ei koskenut sisältöihin keskittyvää ensimmäistä tutkimustehtävää. Retoriikalla tarkoitetaan niitä kielenkäytön tapoja, joilla pyritään vakuuttamaan tietyille yleisölle tiettyä sosiaalista todellisuutta. Responsiivisissa tilanteissa kielenkäyttö on sen sijaan ennako-odotuksista vapaata ja vuorovaikutteista. Toisessa tutkimustehtävässäni painopiste oli retorisuuden puolella, koska sanomalehtiteksteillä ”ajettiin” jotain tiettyä vaikutelmaa jokaisesta ehdokkaasta. (Jokinen & Juhila 1999, 77.). Jokisen mukaan (1999, 126) retorisessa analyysissä tarkastellaan merkitysten tuottamisen kielellisiä prosesseja siitä näkökulmasta, kuinka jotkut todellisuuden versiot pyritään saamaan vakuuttaviksi ja kannattaviksi sekä kuinka kuulijat, lukijat tai keskustelukumppanit saadaan sitoutumaan niihin. Retorinen argumentaatio mielletäänkin usein tietoiseksi taktikoinniksi tai strategiseksi peliksi. Tässä tutkimuksessa näkökulma oli tiedostamattomassa ja niin sanotussa kulttuurin sanelemassa retoriikassa, joka on hyvin yleistä kaikessa kielenkäytössä. (Jokinen 1999, 128.).

Kriittisen ja analyttisen diskurssianalyysin välinen suhde on viimeinen diskurssianalyysin ulottuvuuspareista. Kriittinen ja analyttinen diskurssianalyysi eroavat toisistaan tutkimusotteiden lähtökohtaoletuksissa ja tutkijan sitoutumisessa aineistoon. Kriittisessä diskurssianalyysissa oletetaan joidenkin alistussuhteiden olemassaolosta, joita kielellisillä käytännöillä ylläpidetään ja oikeutetaan. Kriittinen analyysi pyrkiikin esittämään kantaaottavia ja kyseenalaistavia puheenvuoroja vallitsevista yhteiskunnallisista ilmiöistä tai sosiaalisen maailman käytännöistä. (Jokinen & Juhila 1999, 85–87.). Kielenkäytön mikrorakenteiden tutkimisen sijasta, huomio kohdistetaan laajempiin sosiokulttuurisiin käytäntöihin (Fairclough 1997, 75). Analyttinen diskurssianalyysi on puolestaan tiukasti aineistolähtöinen, jolloin vasta analyysin jälkeen otetaan kantaa sosiaalisen järjestyksen rakentumiseen (Jokinen & Juhila 1999, 85–87).

Tutkimukseni kuuluu ehdottomasti kriittisen diskurssianalyysin piiriin, sillä aineistoa tarkasteltiin kolmen etukäteen valitun diskurssin (markkinat, politiikka ja urheilujärjestö) kautta. Näiden diskurssien nähtiin olevan osana koko liikuntakulttuuria, muotoutuen sen vaikutuksista, mutta myös toisinpäin eli vaikuttaen liikuntakulttuuriin ja sen muutoksiin. Liikuntakulttuurin ja yhteiskunnan muutokset toimivat tutkimuksessani kontekstina, jonka valossa analysoin urheilujohtajuudesta tuotettuja merkityksiä. Kriittiselle diskurssianalyysille onkin tunnusomaista kulttuurin näkeminen jatkumona, eräänlaisena aineiston kehystenä. Täten kriittinen ote diskurssianalyttiseen tutkimukseen on yhteydessä ensimmäiseen tilanteisuus–kulttuurinen jatkumo ulottuvuuspariin. (Jokinen & Juhila 1999, 85–87.). Kriittinen diskurssianalyysi on niin sanotusti valtaorientoitunutta, eli huomio kiinnitetään kielenkäytön ja vallan keskinäisiin suhteisiin, sekä kielen käytön seurauksellisuuteen. Itse asiassa kriittisen diskurssianalyysin mukaan kaikki viestintä ja vuorovaikutus ihmisten välillä luo ja ylläpitää myös valtasuhteita (Väliverronen 1998, 23; Valtonen 1998, 104).

4.2.4 Diskursiivisten perustelujen representointi

Ensimmäisessä tutkimustehtävässä pyrin selvittämään millaisia erilaisia, keskenään kilpailevia tai ristiriitaisia perusteluja tuotettiin OK:n puheenjohtajavaalista? Tarkoitus oli identifioida kaikkien mahdollisten aineistosta nousevien diskurssien sijasta poliittisia, markkinallisia ja urheilujärjestöllisiä diskursiivisia perusteluja. Lähestyin

ensimmäistä tutkimustehtävää Faircloughin (1997, 14) kriittisen diskurssianalyysin viitekehyksen mukaisesti kiinnittämällä huomion aineistossa esiintyviin representaatioihin, identiteetteihin ja suhteisiin. Faircloughin (1997) mukaan mediatekstit, kuten kaikki muutkin tekstit, representoivat maailmaa, rakentavat identiteettejä ja muodostavat suhteita. Koska keskeisellä sijalla oli valtasuhteiden tarkasteleminen, korvasin käsitteen identiteetti sanalla subjektipositio Jokisen (ym. 1993, 40) suositusta noudattaen.

Erilaisia representaatioita identifioidessani tarkastelin niitä *diskurssien sisäisiä versioita*, joilla todellisuutta tuotetaan (Jokinen & Juhila 1993, 86–88). Näitä representaatioita tarkasteltiin koko aineiston tasolla, joten analyysi oli hyvin laadullista, eikä määrällistä tietoa eri representaatioiden yleisyydestä ole käsitelty. Analyysin kohteena oli miten maailma (suhteet, tapahtumat jne.) representoitiin mediatekstissä (Fairclough 1997, 14). Subjektipositioita analysoidessani pyrin huomioimaan ne kuvaukset, joiden kautta diskurssin toimijoita määriteltiin (Jokinen & Juhila 1993, 86–88). Ensimmäisessä tutkimustehtävässä mielenkiintoni kohdistui yksittäisten ehdokkaiden subjektipositioiden sijasta yleisemmin eri diskurssien kautta tuleviin ehdokkaisiin suurempana ryhmänä. Toisin sanoen olin kiinnostunut niistä subjektipositioista, joita tuotettiin politiikan, markkinoiden ja urheilujärjestöjen kautta tuleville ehdokkaille erilaisten perustelujen yhteydessä. Tarkasteltaessa kolmatta analyysini kannalta keskeistä kategoriaa, diskurssissa rakentuneita suhteita, huomio tulisi kiinnittää tekstissä esiintyviin eri toimijoihin (Fairclough, 1997, 14). Tällöin on kyse siitä, kuka diskurssissa saa puhua, kenellä on määrittelyvalta ja sisältykö diskurssissa toimimiseen joitain rajoituksia (Jokinen & Juhila 1993, 86–88). Tässä tutkimuksessa pyrin identifioimaan niitä suhteita, joita rakennettiin tekstin tuottajien (aktiiviset toimijat) ja kuvauksen kohteiden (passiiviset toimijat) välille.

OK:n puheenjohtajavaalia käsittelevissä lehtiartikkeleissa voitiin havaita monia toimijoita, jotka määrittelevät ja perustelevat puheenjohtajuutta. Aineistossa pääsivät ääneen ensinnäkin toimittajat uutisjutuissa ja kolumneissa. Pääkirjoituksissa kuului sen sijaan lehtien toimituksen ääni. Lisäksi urheiluelämän asiantuntijat ja puheenjohtajavaalin ehdokkaat saivat äänensä kuuluviin uutisjutuissa ja haastatteluissa. Myös yksittäiset kansalaiset kirjoittivat mielipiteitään yleisönosastolla. Luokittelin tekstin tuottajat, eli toimittajat, lehtien toimitukset, yksityiset henkilöt ja joissakin

tapauksissa myös ehdokkaat, aktiivisiksi toimijoiksi. Ehdokkaat kuvauksen kohteena olivat siten passiivisia toimijoita. Aineistossa esiintyvät genret jaoin neljään ryhmään: kolumnit, pääkirjoitukset, uutisjutut ja yleisönosastokirjoitukset. Kolumneiksi laskin myös toimittajan kuvalla varustetut kommentit, näkökulmat ja niin sanotut jälkipuinnit.

4.2.5 Retoristen keinojen erittelyä ja luonnehdintaa

Tutkimuksen toisessa tehtävässä tarkasteltiin niitä retorisia keinoja, joilla eri diskursseja kiinnitettiin ehdokkaisiin. Retoristen keinojen erittely ei kuitenkaan ole analysoinnin päätarkoitus, vaan huomio kiinnittyy ensisijaisesti retoristen keinojen aktuaaliseen käyttöön, ja siihen, mitä niillä saadaan aikaan osana argumentaatiota. Retorisen analyysin tarkoitus ei myöskään ole suoranaisesti selvittää, miksi kielenkäyttäjä valitsee juuri tietyt retoriset keinot esitykseensä. Tutkija ei myöskään kiinnitä huomiota siihen, onko retoristen keinojen käyttö tietoisista ja harkittua toimintaa, vai syntyykö retoriikkaa esitykseen ikään kuin luonnostaan. Näin ollen argumentoitijien yksilölliset motiivit eivät ole analyysin keskiössä, vaan huomio on retoristen keinojen toiminnassa ja niiden seurauksissa. Myös tilanteella eli vuorovaikutuskumppaneilla ja yleisöllä sekä esityksen foorumilla on ratkaiseva vaikutus siihen, miten vakuuttamisen eri keinot kulloinkin toimivat. (Jokinen 1999, 131 – 132.).

Seuraavaksi käsittelen niitä retorisia keinoja, joita erityisesti tarkastelin kohteenani olevaa aineistoa analysoidessani. Jokisen (1999b, 131) mukaan mitään kattavaa luetteloa ”takuuvarmoista” vakuuttamisen keinoista ei ole olemassa, joten käytin lähdekirjallisuuden erittelyä hyväksi omassa analysoinnissani. Retoristen keinojen kokonaiskuvan hahmottamiseksi kuvailen lyhyesti, jokaiselle keinolle tunnusomaisia piirteitä.

Etäännyttäminen omista intresseistä (I.) on yksi käytetyimmistä retorisista keinoista saada aikaan vaikutelma pyyteettömyydestä ja vilpittömyydestä esitetyn asian suhteen. Argumentoija voi pyrkiä esimerkiksi osoittamaan puhuvansa jonkun toisen intressien puolesta tai joutuneensa omien intressiensä vastaisesti kohtaamaan jonkin ikävän asian. Joskus omien intressien tunnustamisella voidaan kuitenkin pyrkiä myös yleisön luottamuksen herättämiseen. (Jokinen 1999, 133 – 134.).

Puhujakategorioilla oikeuttamisella (2.) tarkoitetaan sitä, että joihinkin aseisiin tai vaikkapa koulutukseen ja ammattiin liitetään oikeus tietynlaiseen tietoon tai tietämykseen. Arvostetusta kategoriasta puhuminen mielletään usein vakuuttavammaksi verrattuna vähemmän arvostetusta kategoriasta lausuttuun puheeseen riippumatta väitteen varsinaisesta sisällöstä. Kategoriat ovat muuttuvia ja niitä voi käyttää vaihtelevasti tilanteesta riippuen. Selkeitä kategorioita ovat yleensä julkiset virat ja esimerkiksi sukupuoli tai ikä, jotka voi havaita henkilön ulkoisista merkeistä. (Jokinen 1999, 135–136.).

Puhujan liittoutumisasteen suhde esitettyyn väitteeseen (3.) viittaa siihen, sitoutuuko argumentoija esittämäänsä väitteeseen vai etäännyttääkö hän siitä itsensä. Kielenkäyttäjä voi toimia ikään kuin vain argumentin neutraalina välittäjänä, jolloin hän ei itse sitoudu siihen. Esimerkiksi toimittajan raportoidessa jotain yleisesti tiedettyä tai toisen sanomaa ei häntä voida syyttää kielenkäytön mahdollisista negatiivisista seurauksista. (Jokinen 1999, 136 – 137.).

Konsensuksella tai asiantuntijan lausunnolla vahvistamisella (4.) pyritään rakentamaan yhteneväisyyttä eri osapuolten argumenttien välille. Henkilökohtaiset mielipiteet eivät kaikissa tilanteissa riitä vakuuttamaan kuulijoita tai lukijoita, vaan yleisö on saatava uskomaan, ettei argumentoija ole väitteineen yksin. Uskottavuutta voi lisätä vielä se, jos argumentoija onnistuu osoittamaan, että johtopäätöksiin on päädytty toisistaan riippumattomasti ja mahdollisesti jopa samanaikaisesti. Suorien lainausten käyttö, arvovaltaisten tahojen mainitseminen ja itsestäänselvyyksiin viittaaminen voivat herättää luottamusta ja yhtenäisyyden tunnetta. (Jokinen 1999, 138 – 139.).

Faktan konstruoinnissa (5.) väitteet tai niiden sisältämät asiat pyritään esittämään puhujista ja tulkinnoista riippumattomina tosiasioina. Faktuaalinen kuvaus on vakuuttavan retoriikan eräänlainen äärimuoto, joka pyrkii tuottamaan itsensä puhtaana kuvauksena, joka kertoo, kuinka asiat todella ovat. Vaihtoehtoiset artikulaatiotavat siirretään syrjään ja faktana esitetyllä väitteellä tukahdutetaan tilanteen kriittinen ja objektiivinen tarkastelu. Tosiasiapuheella pyritään usein myös siirtämään vastuuta asioiden kulusta toisille toimijoille tai kadottamaan asioiden toimijat kokonaan. (Jokinen 1999, 129, 140 – 141.).

Kategorisoinnilla (6.) tarkoitetaan argumenttien sisällöissä esiintyviä ilmaisuja, joiden avulla väitteet tai niissä ilmenevät yksityiskohdat sijoitetaan johonkin tarkoitettuun kategoriaan. Kategorisoinnilla esineiden, henkilöiden tai tapahtumien ominaisuudet formuloidaan argumentteihin sopiviksi. Kategorisoimalla voidaan määrittellä erilaisia toimia esimerkiksi rutiiniluontoisiksi, vakavasti otettaviksi tai hyväksyttäviksi tai toisaalta poikkeukselliseksi, vähäpätöisiksi tai tuomittaviksi. Todellisuus ei kategorisoi itse itseään mitenkään, vaan kategoriat syntyvät ihmisten välisen kommunikaation seurauksena. Todellisuudesta on siis olemassa monia erilaisia versioita tämän ”paketoinnin ja kaupankäynnin” seurauksena. (Jokinen 1999, 129.) (Jokinen 1999b, 141 – 144.).

Yksityiskohdilla ja narratiiveilla vakuuttaminen (7.) perustuu siihen, että näiden keinojen avulla kuvauksesta saadaan aito ja totuudenmukainen vaikutelma. Narratiiveilla tarkoitetaan yksityiskohtien sijoittamista osaksi jotakin tapahtumaa. Tällöin lukija voi kokea itsensä tilanteen osatekijäksi, jonka ajatuksilla ja toiminnalla on vaikutusta tilanteen kehittymisessä. Näiden keinojen onnistuneen käytön seurauksena ohjat pysyvät kuitenkin yleensä loppuun asti esiintyjän käsissä, ja vastaanottaja tekee tulkintoja kielenkäyttäjän haluamaan suuntaan. Julkisissa yhteyksissä yksityiskohtien ja narratiivien käytön tavoitteena on useimmiten antaa yleisölle sellaisia vihjeitä tulevasta, joiden avulla se osaa tehdä ”oikeita” johtopäätöksiä. (Jokinen 1999, 144–145.).

Numeerisella ja ei-numeerista määrällistämällä (8.) lukuja, prosenttiosuuksia, taulukoita ja muita tilastotietoja, tai sanallisesti kuvailevia määrään ja mittoihin liittyviä laatusanoja käytetään argumentaation tukena. Väitteiden vahvistaminen tarkoilla määrillä luo mielikuvan ristiriidattomasta asiointilasta, jolloin väitteen sisältö tulee hyväksyä sellaisenaan kiistattomana ja mitattavissa olevana tosiasiana. Ei-numeerisella määrällistämällä tehostetaan yleensä puhetta tai vältetään tarkkojen lukumäärien ilmaisua tilanteissa, joissa ne eivät välttämättä tukisi väitteen tarkoituksia. Numeerista ja ei-numeerista määrällistämistä käytetään paljon esimerkiksi tiedotusvälineissä. (Jokinen 1999, 146–147.).

Ääri-ilmaisujen käyttämisellä (9.) pyritään korostamaan kuvauksen joitakin piirteitä tai yksityiskohtia, tai tuottamaan mielikuva jonkun toiminnan säännönmukaisuudesta. Lisäksi ääri-ilmaisut voivat toimia argumentissa oman toiminnan tai tavoitellun

ratkaisun oikeuttajina. Ääri-ilmaisujen liiallinen tai taitamaton käyttäminen vaarantaa helposti argumentoinnin vakuuttavuuden, jos asiasta luodaan selkeästi ylimitoitettu kuva. (Jokinen 1999, 150 – 151.).

Metaforilla (10.) voidaan kuvailla asioita sellaisilla käsitteillä, jotka eivät suoraan vastaa niiden kirjaimellista määritelmää. Metaforalla voidaan esimerkiksi tehdä jotakin uutta tai muutoin vaikeasti hahmotettavaa asiaa ymmärrettäväksi liittämällä siihen jonkin tutun asian ominaisuuksia. Lisäksi metaforien avulla voidaan avata uusia ulottuvuuksia jollekin entuudestaan tutulle asialle kuvailemalla sitä yksityiskohtien avulla. Metafora voidaan määritellä myös vertaukseksi ilman kuin-sanaa. Kielenkäyttö on täynnä erilaisia metaforia, joiden vertauskuvallisuutta ei välttämättä tule edes ajatelleeksi. Tällaisten *uinuvien metaforien* kartoittaminen on yksi haastavimmista tehtävistä retorisisessa analyysissä. (Jokinen 1999, 148 – 150.).

Kolmen listaa (11.) käytettäessä pyritään luomaan vaikutelma asioiden tai toiminnan säännönmukaisuudesta. Kolmen listan avulla saatetaan saada aikaan myös tunne siitä, että itse asiassa lista on pidempikin, mutta tilan tai ajanpuutteen vuoksi siitä on esitetty vain tyypillisiä esimerkkejä. Asioiden listaamisella pyritään vakuuttamaan tiiviin ja selkeän esittämistavan avulla. (Jokinen 1999, 152.).

Kontrastiparilla (12.) pyritään lähes aina samanaikaisesti sekä puolustamaan omaa kantaa että hyökkäämään vastapuolen väitteitä vastaan. Kontrastiparissa omaa väitettä vahvistetaan positiivisilla merkityksillä ja vastapuolen kantaa negatiivisilla. Kontrastiparia voidaan käyttää myös sellaisissa tilanteissa, joissa ihmiset ja heidän toimintansa pyritään erottamaan toisistaan riippumattomiksi osapuoliksi. (Jokinen 1999, 153.).

Esimerkkejä ja rinnastuksia (13.) käytetään yleensä esitettävän argumentin ymmärrettävyyden ja vastaanotettavuuden helpottamiseksi. Vaikeaselkoisen tai tylsän aiheen kiinnostavuus lisääntyy, kun sitä täydennetään esimerkein ja rinnastuksin. (Jokinen 1999, 153 – 154.).

Toistoa ja tautologiaa (14.) käytetään, kun asian hyviä ja tärkeitä ominaisuuksia halutaan painottaa niin, että ne todella jäävät mieleen. Retorista analyysiä tehtäessä

tulee huomioida, että toiston käyttäminen esimerkiksi tiedotusvälineissä ei ole läheskään aina yhtä helposti havaittavaa kuin esimerkiksi mainoksissa. Lehtiartikkeleissa toistoa saattaa esiintyä esimerkiksi lauserakenteiden tai esityskokonaisuuksien muotoiluna tai saman huomionarvoisen seikan esiintuomisena useissa eri yhteyksissä. Jonkun toisen esittämä argumentti tai sen osia saatetaan myös liittää omaan esitykseen ja luoda liitetyille osille aivan uusia merkitysulottuvuuksia omien argumenttien yhteydessä. (Jokinen 1999, 154.).

Oletetulta vasta-argumentilta suojautumisella (15.) kumotaan jokin väite esimerkiksi mutta-, vaikka- tai huolimatta-sanalla alkavalla sivulauseella. Tällöin pyritään varautumalla ennakkoon vastapuolen hyökkäykseen estämällä sen mahdollisuudet käyttää jo esiintuotua väitettä tehokkaasti uudelleen. (Jokinen 1999, 154 – 155.).

Ironia (16.) on retorinen keino, jonka avulla voidaan hyökätä tehokkaasti vastapuolta tai vastapuolen esittämää argumenttia vastaan. Tämän keinon avulla pyritään nolaamaan vastapuoli tai asettamaan se muulla tavoin naurunalaiseksi, ja heikentää siten sen vakuuttavuutta. Vastapuolen argumentin uskottavuutta voidaan kyseenalaistaa esimerkiksi vitsin avulla. (Jokinen 1999, 156.).

5 POLIITTISET, MARKKINALLISET JA URHEILUJÄRJESTÖLLISET DISKURSIIVISET PERUSTELUT

Tässä luvussa käsitellään tutkimustuloksia ensimmäisen tutkimusongelman kysymyksenasettelun kannalta. Olen käsitellyt erikseen poliittisia, markkinallisia ja urheilujärjestöllisiä diskursiivisia perusteluja ja identifioinut jokaisen diskurssin sisältä eriäviä näkökantoja. Ennen diskurssien sisäisiä erittelyjä, olen tarkastellut kunkin diskurssin sisällä tapahtunutta keskustelua yleisellä tasolla.

5.1 Poliittiset diskursiiviset perustelut

Poliittisilla diskursiivisilla perusteluilla tarkoitetaan niitä kannanottoja, joita lehdistö kirjoitti politiikan kautta tulevista ehdokkaista. Toisin sanoen tarkastelun kohteena ovat ne merkitykset, joita tuotettiin ehdokkaiden poliittisesta taustasta OK:n puheenjohtajuuden näkökulmasta. Yleisellä tasolla poliittista taustaa käsiteltiin lehtien palstoilla negatiiviseen, neutraaliin ja puoltavaan sävyyn. Monessa artikkelissa painotettiin poliitikkojen aikakauden urheilujärjestöissä olevan loppusuoralla. Yleisönosastokirjoituksessa korostettiin, että poliitikot eivät sovi OK:n puheenjohtajaksi, vaan heidän tehtävänä on valtion tuen varmistaminen urheilulle. Lisäksi mainittiin, että poliittisen taustan avulla urheilun johtopaikoille nouseminen ei ole enää nykypäivää. ”Poliitikkojen sijaan” haluttiin urheilujohtajia muilta aloilta. Poliitiikan poisjääminen urheilujärjestöistä koettiin positiivisena myös Suomen huippu-urheilun imagolle. Pelkästään se, että on poliitikko, oli joidenkin artikkeleiden mukaan este valittaessa OK:n puheenjohtajaa.

”Poliitikkojen esiinmarssi urheilun huippuvirkoihin vaikuttaa nykyään jo vanhakantaiselta.

Politiikka ei ole, eikä saa olla, paras noste keskeiseen virkaan.” (pääkirjoitus 17.11.2004 Forssan lehti)

”Politikernas tid inom idrottsrörelsen verkar – äntligen – gå mot sitt slut. Och Jurassic Park kan avvecklas.” (uutisjuttu Vasabladet 17.11.2004)

Negatiivisia kannanottoja tuotettiin sekä pääkirjoituksissa, kolumneissa, yleisönosastokirjoituksissa että uutisjutuissa, jolloin aktiivisina toimijoina äänensä saivat kuuluviin toimittajat, lehtien toimitukset ja yksityiset henkilöt. Aktiivisten

toimijoiden suhde poliittisen taustan omaaviin ehdokkaisiin oli luokitteleva ja heille tuotettiin alisteista asemaa.

Negatiivisen asennoitumisen lisäksi tuotettiin neutraaleja ja myös puolustavia näkökantoja. Poliitikkoihin viitattiin ihmisinä, joilla pitää olla tasavertaiset mahdollisuudet yhteiskunnalliseen osallistumiseen. Urheilua verrattiin mihin tahansa harrastusmuotoon, johon aktiivipoliitikoilta ei voida evätä pääsyä. Hiihtoliiton Jari Piirainen kommentoi Länsi-Uusimaan kolumnissa (13.11.2004): *”ei politiikassa työskentely saa olla mielestäni este liikuntajärjestötyöhön osallistumiseen”*. Savon Sanomien kolumnissa (13.11.2004) viitattiin rasismiin ja kritisoitiin näkemystä, jossa pelkästään liikemiehet nähdään huippu-urheilun pelastajina.

”Även om politiker, lika lite som någon annan grupp, naturligtvis inte ska vara diskvalificerad för uppdrag inom idrotten.” (uutisjuttu Vasabladet 17.11.2004)

”Merkkillinen olo tulee, kun lukee joidenkin lehtien kommentteja. Tärkeintä tuntuu olevan, että ainakaan poliitikkoja ei valita OK:n johtoon. Aivan kuin ne ihmiset, jotka on äänestetty eduskuntaan, olisivat epähenkilöitä. Näissä äänenpainoissa tulee esille ajatus ihanteellisesta urheilusta, jota poliitikkojen spitaaliset kädet eivät saa saastuttaa.

Nyt on siis löytynyt sellainen elämänala, joka on sairaampi kuin suomalainen huippu-urheilu. Se on suomalainen politiikka. Aivan kuin eduskuntavaaleissakin olisi vain kyse siitä, että lähetettäisiin pimeimmät tyypit Arkadianmäelle, kuin taannoin parantumattomat potilaat Seilin saarelle.”

(kolumni TS 13.11.2004)

Neutraaliin ja puolustavaan yleiseen keskusteluun osallistuivat toimittajat, lehtien toimitukset sekä yksi asiantuntija ja ehdokas. Pääkirjoituksissa, kolumneissa ja uutisjutuissa toimijoiden väliset suhteet olivat tasavertaisia, mutta osassa myös ristiriitaisia. Tasavertaisissa suhteissa määrittelijät eivät asemoineet poliitikkoja altavastaaajiksi, ja toisaalta heitä ei myöskään ylistetty. Artikkeleissa korostettiin kaikkien ihmisten, myös poliitikkojen, oikeutta toimia urheilun johtopaikoilla. Kuitenkin monessa artikkelissa varauduttiin oletettuun vasta-argumenttiin tuottamalla poliittisista ominaisuuksista ensin negatiivinen näkökanta, jonka jälkeen näkökantaa hieman lievennettiin esittämällä puoltava argumentti. Tällaisessa ”ymmärtävässä kehyksessä” puoltava näkökanta oli kuitenkin usein vain yksi maininta, jolloin negatiiviselle perustelulle jäi edelleen vahva asema. Myös politiikan kautta tuleva puheenjohtajaehdokas Ilkka Kanerva käytti poliitikkoja puoltavia puheenvuoroja.

5.1.1 Yhteiskunnalliset perustelut

Kolumneista ja uutisjutuista nostettiin esiin yhteiskunnallisia perusteluja, joissa keskeiseksi tekijäksi nostettiin urheilun yhteiskunnallinen tuki. Poliitikkojen yhteiskunnallisesta asemasta ja suhdeverkostosta koettiin olevan hyötyä, kun haetaan julkisia varoja urheilulle. Lisäksi poliitikkojen uskottiin tuovan arvostusta järjestöön ja heidän johtamiskokemustaan ja -taitojaan arvostettiin. Asiantuntijan roolissa Matti Ahde argumentoi yhteiskunnallisen tuen suuruutta tarkalla prosenttiosuudella (yli 90 %), jolloin poliitikkojen aseman ja verkostojen merkitys korostui.

”Poliitikoista urheilujärjestön johdossa arvellaan olevan hyötyä. Poliitikoilla on laajat verkostot. Heidän lasketaan tuovan yhteiskunnallista arvovaltaa järjestöön. He ovat tottuneet johtamaan suuria organisaatioita. Poliitikot ovat tärkeässä roolissa, kun päätetään julkisesta tuesta urheilulle.” (kolumni Ilkka 10.11.2004)

”Olympiakomitean kaikista toimintavaroista yli 90 prosenttia tulee yhteiskunnalta, joten puheenjohtajan on omattava hyvät yhteiskuntasuhteet. Jos ei ole suhteita, ei ole myöskään riittävästi yhteiskunnalta saatuja varoja, sanoo Ahde.” (uutisjuttu Uutispäivä Demari 17.11.2004)

Näissä perusteluissa poliitikoille tuotettiin yhteiskunnallisten varojen kerääjän subjektipositiota. Aktiivisina toimijoina määrittelyvaltaa käyttivät toimittajat, asiantuntijat ja politiikan kautta tullut ehdokas Ilkka Kanerva. Toimittajat kirjoittivat yhteiskunnallisista perusteluista melko positiiviseen ja tietävään sävyyn. Poliitikot yhteiskunnallisten varojen kerääjänä asemoitiin hierarkkisesti heitä nostaen, katse alhaalta ylöspäin. Myös Ahteen puheenvuoron perusteella poliitikkojen asema puheenjohtajavaalissa koheni. Yhteiskunnallisia perusteluja painottamalla myös Ilkka Kanerva käytti puhevaltaa.

Yhteiskunnallisista perusteluista tuotettiin myös toisenlaisia merkityksiä. Valtion tuen urheilulle todettiin olevan nykyään melko alhaisella tasolla, jolloin puheenjohtajan poliittisilla yhteiskuntasuhteilla ei ole enää yhtä paljon merkitystä kuin aikaisemmin. Iltalehden kolumnissa (13.11.2004) järjestelmää, jossa valtio tukee urheilua, verrattiin entiseen Neuvostoliittoon, DDR:ään ja Kuubaan. Samassa artikkelissa todettiin, että *”Suomessa niille rahoille on muuta käyttöä”* viitaten urheilun rahoituspohjan muuttumiseen. Elinkeinoelämän kautta luodut yhteiskuntasuhteet nähtiin

hyödyllisempinä kuin politiikan kautta tulevat. Kannanotoissa viitattiin liiketoimintaan ja mainossopimuksiin uusina keinoina hankkia rahaa urheilulle. Lisäksi korostettiin, että nykyaikana huippu-urheilijat ovat ammattilaisia, jotka tulevat toimeen hyvin pelkästään urheilemalla. Näin ollen luotiin vaikutelmaa, jossa huippu-urheilu ei enää nykyaikana tarvitse valtion tukea. Monet ehdokkaista esittivät tässä kohtaa eriävän mielipiteensä.

”Huippu-urheilu on siinä määrin eriytynyt urheiluseurojen arjesta ja eritoten harrasteliikunnasta, että julkinen valtakkin on siirtämässä tukirahoituksensa painopistettä yleishyödyllisemmän harrasteliikunnan tukemiseen.

Kilpaurheilu ja erityisesti huippu-urheilu ovat viime vuosikymmeninä viihteellistyneet voimakkaasti, eikä tämä kehitys näytä taantuvan, pikemminkin päinvastoin. Massojen viihteeksi tulleesta urheilusta on tullut samalla varsin kannattavaa liiketoimintaa.

Myös huippu-urheilijat ovat pääsääntöisesti hyvin toimeentulevia ammattilaisia, jotka saavat toimeentulonsa rahakkaista mainossopimuksista.” (pääkirjoitus 17.11.2004 Karjalainen)

”Ofta har det snackats om vikten att ha politiker på posterna med tanke på ekonomiskt stöd från samhället. Men... bland annat de statliga tipspengarna som ges till idrotten ligger på en väldigt låg nivå.” (uutisjuttu Vasabladet 17.11.2004)

Vetoamalla laajempiin yhteiskunnallisiin muutoksiin horjutettiin ehdokkaiden poliittisten verkostojen painoarvoa. Yhteiskunnan muutoksissa viitattiin OK:n muuttuneeseen roolin varojen hankinnassa, huippu-urheilun ja harrasteliikunnan voimakkaaseen eriytymiseen ja huippu-urheilun sisäisiin muutoksiin. Poliitikoista muodostui näissä perusteluissa sellainen mielikuva, että heitä ei enää tarvita urheilun johtopaikoilla. Heille muodostettiin hyödyttömän toimijan subjektipositiota. Aktiiviset toimijat, näissä perusteluissa toimittajat ja lehtien toimitukset, määrittävät poliitikoita alisteiseen asemaan.

Puoltavat yhteiskunnalliset perustelut	Kritisoivat yhteiskunnalliset perustelut
<ul style="list-style-type: none"> - yhteiskunnallisten varojen kerääjä, jolla on johtamistaitoja, jonka asemaa arvostetaan, jolla on yhteiskunnallisia suhteita 	<ul style="list-style-type: none"> - hyödytön toimija, jota ei enää tarvita, koska huippu-urheilu on eriytynyt ja rahoitusta haetaan yksityiseltä sektorilta.

TAULUKKO 1. Aineistosta esiin nousevien yhteiskunnallisten perustelujen yhteenveto

5.1.2 Urheilun poliittisiin jakolinjoihin liittyvät perustelut

Poliittisissa diskursiivisissa perusteluissa nostettiin esiin myös urheilun entiset keskusjärjestöt ja niiden poliittiset suuntaukset. Kokoomuspuoluetta edustavan ehdokkaan Ilkka Kanervan valinta OK:n puheenjohtajaksi olisi tarkoittanut sitä, että kaikki OK:n johtopaikoille (puheenjohtaja, varapuheenjohtaja ja valtuuskunnan puheenjohtaja) valitut henkilöt olisivat tulleet samasta puolueesta. Tämä koettiin rasitteeksi ja sen nähtiin aiheuttavan epätasa-arvoa ja ristiriitoja urheilun parissa. Asia nostettiin esille erityisesti Työväen Urheiluliiton piirissä ja tilannetta verrattiin vuosikymmenien takaisin SVUL:n ja TUL:n erimielisyyksiin. Kirjoitettiin myös, ettei kukaan halua ”*poliittisten jakolinjojen paluuta*” urheiluun.

Matti Ahde Työväen Urheiluliitosta Uutispäivän Demarin jutussa (17.11.2004) kuvailee tilannetta ”*kriisiksi, jossa johtajuuden on kaapannut käsiinsä pieni joukko kokoomuslaisia poliitikkoja*”. Ahde tuli siihen tulokseen, että politiikka, lukuun ottamatta kokoomuslaista taustaa, koetaan nykypäivän urheilujohtamisessa ongelmallisena. Ahde vertasi tilannetta myös Hiihtoliiton puheenjohtajan valintaan, jossa keskustan Mauri Pekkarinen hävisi yhdellä äänellä kokoomuslaiselle Jaakko Holkerille. Ahteen mukaan kokoomukselle ei kelpaa ”*myöskään keskustalainen henkilö*”. Ahde painotti myös, että kokoomuslaisten valta-asema urheilujärjestöissä yksipuolistaa yhteiskunnallista näkemystä. Hänen mukaansa 1980- ja 1990-luvuilla suomalaisissa urheilujärjestöissä otettiin paremmin huomioon ”*erilaisten urheiluorganisaatioiden kautta tulleiden ihmisten kirjo*”. Kokoomuksen asema urheilujärjestöissä nähtiin Ilkka lehden kolumnissa (10.11.2004) toteutuksena tietoisesta ”*strategiasta*”, jolla kokoomus pyrkii oppositiossa saamaan vahvan edustuksen kansalaisjärjestöihin.

”Oppositiossa kokoomuksella on ollut selkeänä strategiana hankkiutua asemiin kansalaisjärjestöissä. Erityisen ahkera kokoomus on ollut urheilujärjestöjen vyöryttämisessä.” (kolumni Ilkka 10.11.2004)

”Bryggaren urheilusaavutusten mainitseminen ei nyt sovi kokoomuslaisten valtapeliin.

...Talermoa voi turvallisesti pitää ykkösässänä, sillä tuskin hän on ainakaan sosiaalidemokraatti.

...Tästä kaikesta voi vain päätellä, että puoluepolitiikka urheilussa elää ja voimistuu.” (yleisönosasto Uusi Aika 16.11.2004)

Kokoomuslaista järjestöjohtoa kuvattiin muun muassa ”olympiaurheilun värisuoraksi” ja ”urheilun kokoomusmafiaksi”, joilla vahvistettiin käsitystä yksipuolisesta poliittisesta suuntautumisesta. Yleisöosaston kirjoituksen otsikko ”Bryggare väärässä puolueessa” viittasi myös siihen, että ei-kokoomuslaisella ehdokkaalla ei ole mahdollisuuksia OK:n puheenjohtajaksi. Urheilun keskusjärjestöjen poliittisuuteen liittyvissä perusteluissa rakennettiin hyvin mustavalkoisesti eroja oikeiston ja vasemmiston, SVUL:n ja TUL:n välille. Puhuttiin ”porvareista” ja ”työläismiehistä”.

”TUL:n puheenjohtaja Kalevi Olin on sanonut, ettei hän näe Suomen urheilulle lainkaan hyödyllisenä, jos olympiakomiteasta tulee Kokoomuksen urheilupoliittinen komitea. Puolen vuosisadan takaiset erimielisyydet SVUL:n ja TUL:n välillä tulevat mieleen.” (pääkirjoitus Iltalehti 3.11.2004)

Lehtien palstoilla tultiin siihen tulokseen, että puoluepolitiikka suomalaisessa urheilussa elää ja voimistuu. Poliittinen suuntautuneisuus nähtiin negatiivisena tekijänä, joka aiheuttaa ristiriitoja urheilun parissa. Iltalehden pääkirjoituksessa (3.11.2004) huomioitiin, että urheilujohtamisessa vallitsevan epäsovun aiheuttajina ovat nimenomaan poliitikot: ”On merkillepantavaa, että toisiaan arvostelevien osapuolten kärjessä ovat molemmin puolin poliitikot”. Näin politiikan kautta tulleille ehdokkaille muodostettiin riidan kylväjän subjektipositiota. Juuri ristiriitojen takia monessa yhteydessä pohdittiin vaihtoehtoa, jossa poliitikot poistuisivat kokonaan urheilujärjestöistä.

Monissa artikkeleissa poliittisiin jakolinjoihin liittyvistä perusteluista kirjoitettiin Työväen Urheiluliiton näkökulmasta. Sen nimissä kokoomuspoliitikkoja määritettiin altavastaajan asemaan pyrkien estämään kyseisen puolueen ehdokkaan valintaa puheenjohtajaksi. Moni kirjoittaja oli huolissaan suomalaisen urheilun puolesta, jos poliittiset jakolinjat palaavat. Poliittisiin jakolinjoihin liittyvät perustelut tuotettiin merkityksettömänä asiana pelkästään Ilkka Kanervan omissa lausunnoissa uutisjuttujen yhteydessä. Kaiken kaikkiaan näitä perusteluja esitettiin uutisjutuissa, kolumneissa, pääkirjoituksissa ja yleisönosastokirjoituksissa toimittajien, lehtien toimituksien, asiantuntijoiden, ehdokkaan ja yksityisen henkilön toimesta.

Urheilun poliittisiin jakolinjoihin liittyvät perustelut
--

Riidan kylväjä,

joka synnyttää ristiriitoja urheilujärjestöissä,
--

jonka myötä yhteiskunnallinen näkemys urheilussa yksipuolistuu
--

TAULUKKO 2. Aineistosta esiin nousevien urheilun poliittisiin jakolinjoihin liittyvien perustelujen yhteenveto

5.1.3 Poliitikkojen toimintatapoihin liittyvät perustelut

Toimintatapoihin liittyvissä perusteluissa kyseenalaistettiin poliitikkojen motiiveja urheilujohtamiseen. Monessa kohtaa kirjoitettiin, ettei poliitikoilla ole aitoa kiinnostusta huippu-urheiluun, tai että kiinnostus urheiluun ei ole tärkein syy urheilun johtopaikoille hakeutumiseen. Poliitikkojen kirjoitettiin ”laskelmoivan” niitä hyötyjä, joita urheilun johtopaikoilla toimimisesta voi seurata omalle uralle. Erityisesti artikkeleissa tuotiin esille poliitikkojen pyrkimykset käyttää urheilua keinona tavoittaa äänestäjiä. Tässä kohtaa muistutettiin, että poliitikkojen tulisi tehdä jotain myös urheilun hyväksi toimiessaan eduskunnassa. Huomio kiinnitettiin valtion tukeen, jota ei urheilun osalta ole onnistuttu lisäämään. Lisäksi kirjoitettiin urheilun poliittisessa päätöksenteossa esiintyvistä puolueellisuudesta ja painostuksesta. Poliitikkoihin viitattiin myös Tapani Ilkan kommentissa, jossa penättiin opetusministeriöltä lisärahoitusta urheilulle. Tapani Ilka Turun Sanomien uutisjutussa (16.11.2004) antoi ymmärtää, että rahan saaminen on poliitikkojen ”*tahdon*” asia, jota ei kuitenkaan löydy riittävästi. Keskustelussa poliitikkojen negatiivisista toimintatavoista, tuotiin Keskipohjanmaan pääkirjoituksessa (17.11.2004) esille myös OK:n entisen puheenjohtajan Jukka Uunilan nimi. Uunilaa verrattiin nykypäivän urheilujohtajiin tuomalla esiin hänen pyyteetöntä työtään urheilun parissa ja korostettiin, ettei hän pyrkinyt urheilun avulla parantamaan asemaansa muissa yhteyksissä.

Toimintatapoihin liittyvissä perusteluissa kritisoitiin myös poliitikkojen ajankäyttöä. Poliitikkoja argumentoitiin kiireisiksi, joilla ei ole riittävästi aikaa urheilujärjestöjen yhä itsenäisemmäksi muotoutuneeseen varainhankintaan. Lisäksi painotettiin, että poliitikoilla on sitoumuksia monissa eri järjestöissä, jolloin ajankäytön lisäksi

ongelmalliseksi muodostuu jääviys. Monissa eri järjestöissä toimiminen koettiin rasitteeksi otettaessa huomioon muun muassa eri lajien tasa-arvo OK:ssa. Artikkeleissa kuvattiin poliitikkojen toimintatapoja voimakkaita merkityspotentiaaleja sisältävillä metaforilla. Kirjoitettiin ”lehmänkaupoista”, ”omalaatuisista kuvioista”, ”salatuista tavoitteista” ja ”oman edun pönkittämisestä”. Eräässä artikkelissa kirjoitettiin, että tulevaisuuden urheilujohtajan tulisi olla muutakin kuin ”lobbauksen ekspertti”.

”Poliitikkoihin on kyllästytty kahdesta syystä: heillä ei ole riittävästi aikaa eikä aitoa kiinnostusta huippu-urheilun ongelmiin ja lisäksi aivan liian moni heistä haluaa pönkittää vain omaa etuaan.” (uutisjuttu Veikkaaja 2004/47 IS)

”En tillbakablick på vad som varit tyder allt oftare på att det snarare är politikerna som behöver idrotten, inte tvärtom. Politiker som gärna använt idrotten som röstfiskeredskap, kan småningom börja fråga sig själva på vilket sätt de lyckats föra idrottens sak till exempel i riksdagen.” (kolumni Hufvudstadsbladet 15.11.2004)

”Entistä itsenäisemmäksi muodostunut varojen hankinta vaatii lisäksi urheilujohtajilta niin paljon aikaa, että monissa muissakin järjestöissä toimivien poliitikkojen on vaikea toimia johtopaikoilla riittävän tehokkaasti.” (pääkirjoitus Karjalainen 17.11.2004)

Poliitikkojen toimintatapoja käsiteltiin negatiivisella tavalla uutisjutuissa, pääkirjoituksissa ja kolumneissa. Näiden kannanottojen perusteella syntyi vaikutelma, että poliitikot eivät ole valmiita toimimaan urheilun hyväksi, vaan haluavat parantaa omaa asemaansa urheilun avulla. Poliitikoille muodostui oman edun tavoittelijan subjektipositio. Monissa kannanotoissa poliitikkojen toimintatapoja käsiteltiin urheilujärjestöjen näkökulmasta. Niiden mukaan urheilujärjestöt itse kokevat, että poliitikoista on päästävä eroon, ja että poliitikot tarvitsevat enemmän urheilua kuin urheilu poliitikkoja. Näissä perusteluissa aktiiviset toimijat määrittivät poliitikot erityisen selvästi alisteiseen asemaan. Myös toimintatapoihin liittyvissä perusteluissa Ilkka Kanerva puolustautui kritiikkiä vastaan.

Poliitikkojen toimintatapoihin liittyvät perustelut
oman edun tavoittelija, jolla ei ole aitoa kiinnostusta huippu-urheiluun, joka hyödyntää urheilua omiin tarkoituksiinsa, jolla ei ole aikaa urheilun kehittämiseen

TAULUKKO 3. Aineistosta esiin nousevien poliitikkojen toimintatapoihin liittyvien perustelujen yhteenveto

5.2 Markkinalliset diskursiiviset perustelut

Markkinallisilla diskursiivisilla perusteluilla tarkoitetaan niitä argumentteja, joita esitettiin elinkeinoelämän puolelta tulevista ehdokkaista. Toisin sanoen mitä vahvuuksia ja heikkouksia liike-elämässä toimimisesta nähtiin olevan OK:n puheenjohtajalle. Yleisellä tasolla markkinoiden kautta tulevista ehdokkaista kirjoitettiin positiiviseen sävyyn. Lehtiartikkeleiden mukaan liike-elämän ammattilaisia ”tarvitaan” ja heitä jopa ”etsitään” urheilun johtopaikoille. OK:n johtoon haluttiin henkilö, joka on ”todella sisällä bisneselämässä”. Bisneselämän osaajia pidettiin myös tulevaisuuden urheilujohtajina. Lehtien palstoilla luotiin moneen otteeseen vastakkainasetteluja elinkeinoelämän ja politiikan välille. Edellä mainittuun liittyviä yhteiskuntasuhteita arvostettiin Keskipohjanmaan kolumnissa (17.11.2004) selvästi enemmän.

”On kuitenkin todennäköistä, että jatkossa johtohahmot tulevat mieluummin liike-elämän puolelta ja että heitä myös etsitään sieltä.” (pääkirjoitus Karjalainen 17.11.2004)

Tällaisia positiivisia ja puoltavia markkinallisia perusteluja esitettiin kaikissa genreissä, joissa puheenvuoroja esittivät toimittajat, lehtien toimitukset, asiantuntijat ja yksityiset henkilöt. Näissä perusteluissa markkinoiden kautta tulevista ehdokkaista kirjoitettiin arvostavaan sävyyn nostoen heitä jalustalle. Samanaikaisesti nykyisiä urheilujohtajia painettiin alisteiseen asemaan. Syntyi vaikutelma, että liike-elämässä menestyneet johtajat ovat automaattisesti päteviä myös urheilujohtajiksi. Liike-elämään liittyviä vahvuuksia pidettiin korvaamattomina, jotka täytyy saada urheilun käyttöön. Ainoastaan Savon Sanomien kolumnissa (13.11.2004) kritisoitiin markkinoiden kautta tulevista ehdokkaista tuotettuja kaikkivoipuuskuvitelmia todeten: *”tuskin ne liikemiehetkään olympiakisoissa mitaleja ottavat.”*

5.2.1 Huippu-urheilun markkinallistumiseen liittyvät perustelut

Aineistosta voidaan representoida huippu-urheilun markkinallistumiseen liittyviä perusteluita. Näissä perusteluissa viitattiin nykyaikaisen huippu-urheilun muutoksiin ja siihen, miten ne ilmenevät urheilujohtamisessa. Huippu-urheilun muutoksilla tarkoitettiin ammattilaistumista, kaupallistumista ja viihteellistymistä, jotka rinnastettiin elinkeinoelämän ominaisuuksiksi. Myös urheilujärjestöjen painotettiin toimivan nykyaikana liike-elämän pelisääntöjen mukaisesti. Uuden puheenjohtajan toivottiin ymmärtävän näitä nykyaikaisessa urheilukulttuurissa ilmentyviä vaatimuksia.

”Sen sijaan uuden puheenjohtajan toivotaan ymmärtävän nykyisen huippu-urheilun vaatimuksia. Jälkimmäinen edellyttää urheilujärjestöjen ja liike-elämän välisen yhteistoiminnan tärkeyden ymmärtämistä.”
(uutisjuttu IS Veikkaaja 2004/47)

Huippu-urheilun muutoksiin liittyen tuotiin esille myös valtiovallan vähentynyt tuki urheilulle. Urheilun omarahoitusosuuden tiedettiin lisääntyvän, jolloin liike-elämän ammattilaiset nähtiin sopivina vaihtoehtoina OK:n johtoon. Liikemiehistä toivottiin *”ovenavaajia yritysmaailmaan”* ja heidän kauttaan haettiin *”uusvia resurssointeja”*. Yritysjohtajat nähtiin nimenomaan sponsoroinnin näkökulmasta, jolloin heidän uskottiin olevan aitiopaikalla urheilun itsenäisempää rahankeruuta ajatellen. Puhuttiin muun muassa lisääntyneestä edunvalvonnasta valtiovallan lisäksi myös yritysmaailman suuntaan.

”Kun julkinen valta vetäytyy huippu-urheilun rahoitusvastuusta ja kun samalla sen tilalle astuu entistä voimakkaammin liike-elämä, on luonnollista, että rahanyörien hersyttäjiksi urheilujärjestöjen johtoon kutsutaan liike-elämän ammattilaisia.” (pääkirjoitus Karjalainen 17.11.2004)

Huippu-urheilun markkinallistumiseen liittyviä perusteluja tuli esille uutisjutuissa ja pääkirjoituksissa toimittajien, lehtien toimituksien sekä myös ehdokkaiden omissa puheenvuoroissa. Erityisesti huippu-urheilun markkinallistumiseen liittyvissä perusteluissa urheilujohtajuutta määrittivät lehtien toimitukset. Huippu-urheilun muutokset ovat osa sitä sosiokulttuurista kontekstia, jossa puheenjohtajavaalia käytiin, joten on luonnollista, että juuri pääkirjoitukset kuvaavat ilmiötä laajemmasta perspektiivistä. Perusteluista syntyi luotettava ja uskottava vaikutelma, sillä niissä rakennettiin suora yhteys liiketoiminnan ja urheilun välille viitaten nykyaikaisen urheilun vaatimuksiin. Markkinoiden kautta tulevia ehdokkaita asemoitiin alhaalta ylöspäin, eli heidän asemiaan kohennettiin. Ehdokkaista kirjoitettiin arvostavasti ja heidän kykyjä rahan tuojina pidettiin itsestänselvyyksinä. Bisnesmiehet nähtiin urheilun uutena mahdollisuutena, jotka pystyvät lisäämään taloudellisia resursseja. Huippu-urheilun markkinallistumiseen liittyvissä perusteluissa markkinoiden kautta tuleville ehdokkaille tuotettiin rahakirstujen avaajan subjektipositiota.

Huippu-urheilun markkinallistumiseen liittyvät perustelut

rahakirstujen avaaja, joka ymmärtää urheilun ja liike-elämän välisiä yhteyksiä, jolla on suhteita elinkeinoelämään
--

TAULUKKO 4. Aineistosta esiin nousevien huippu-urheilun markkinallistumiseen liittyvien perustelujen yhteenveto

5.2.2 Yritysjohtajien rooliin liittyvät perustelut

Yritysjohtajien rooliin liittyvissä kannanotoissa bisnesmiesten ajankäyttö ja asema suurissa organisaatioissa nähtiin ongelmallisena. Yritysjohtajien ajan riittäminen sekä oman yrityksen että urheilun johtamiseen epäilytti monia kannanottojen esittäjiä. Urheilun järjestötyö nähtiin lähinnä yritysjohtajien harrastuksena, johon heillä todettiin olevan liian vähän aikaa. Ajankäytöstä kirjoitettiin näissä yhteyksissä lähinnä yritysjohtajien, mutta myös huippu-urheilun ja OK:n näkökulmasta.

”Myös yritysjohtajat ovat kysytyjä urheilujärjestöjen johtoon. Kaikilla huippujohtajilla tosin ei ole mahdollisuuksia irrottautua firmastaan aikaa vievään järjestötyöhön.” (kolumni Ilkka 10.11.2004)

”Yritysjohtajilla pitää toki olla mahdollisuus harrastuksiin, mutta Olympiakomitean johtamista ei voi pitää tavanomaisena harrastustoimintana.” (kolumni HS 17.11.2004)

Ajankäytön lisäksi lehdissä kirjoitettiin myös niistä haittapuolista, joita yritysjohtajan pestistä OK:n puheenjohtajana saattaisi aiheutua heidän yrityksilleen. Lehtikirjoituksissa huolenaiheeksi nousi yritysten imagon ja maineen kolaukset, jos suomalaisurheilijat jäävät kiinni dopingin käytöstä. OK:n puheenjohtajuus nähtiin jopa riskinä merkittävässä asemassa oleville yritysjohtajille. Turun Sanomien kolumnin mukaan (13.11.2004) yritysjohtajien ” ei kannata lähteä pilaamaan mainettaan itseään hakevan huippu-urheilun pariin”. Myös näitä kannanottoja käsiteltiin liike-elämän ammattilaisten, mutta myös heidän yritystensä ja osakkeenomistajien näkökulmasta.

”Onko liikkeenjohtajien järkevää ryhtyä urheilupomoiksi? Riskinä on maineen menetys ja ajankäyttö.” (kolumni Taloussanomien 13.11.2004)

Huomion arvoista yritysjohtajien rooliin liittyvissä kaikissa perusteluissa on se, että niitä käsiteltiin lähes yksinomaan kolumneissa. Kolumneissa toimittajat pohtivat yksityiskohtaisesti niitä haittoja, jotka ilmaantuvat elinkeinoelämän osajien siirtyessä urheilun johtopaikoille. Osittain ironinen ja jopa ivallinenkin kirjoittelu sopii paremmin kolumneihin kuin esimerkiksi uutisjuttuihin, joille on ominaista neutraalimpi lähestymistapa. Keskusteltaessa ajankäytöstä markkinoiden kautta tulevat ehdokkaat joutuivat selvästi huonompaan valoon, sillä heidän aikansa riittämistä OK:lle ja huippu-urheilulle epäiltiin. Kirjoitettaessa urheilun kautta tulevista imagoriskeistä asetelma oli mielenkiintoinen. Markkinoiden kautta tulevia ehdokkaita pidettiin niin menestyneinä ja korkea-arvoisina, ettei heidän lehtien mukaan kannata lähteä sekaantumaan urheilun sotkuihin. Näin ollen itse urheilujohtajuutta toimenä painettiin alaspäin. Toisaalta markkinoiden kautta tulevia ehdokkaita tuotettiin myös näissä perusteluissa alisteiseen asemaan urheilujohtamisen kannalta, sillä heidän ammattinsa ja OK:n puheenjohtajuuden välinen kytkös nähtiin ongelmallisena. Lehtikirjoittelun myötä muodostui vaikutelma, että yritysjohtajilla ei ole syytä uhrata aikaansa ja yrityksensä imagoa urheilun parissa. Näin ollen muodostettiin epäsopivan urheilujohtajan subjektipositiota. Toisaalta Talermon argumentoinnissa tuotiin esille se hyödyllinen yhteys, joka olisi OK:n puheenjohtajan ja kansainvälisen urheiluvälinefirman välillä. Tätä on käsitelty enemmän kappaleessa 8.1.

Yritysjohtajien rooliin liittyvät perustelut
<p>epäsopiva urheilujohtaja, jolla ei ole aikaa johtaa urheilua, jonka bisnekselle urheilujohtajuus on riski</p>

TAULUKKO 5. Aineistosta esiin nousevien yritysjohtajien rooliin liittyvien perustelujen yhteenveto

5.3 Urheilujärjestölliset diskursiiviset perustelut

Urheilujärjestöllisillä diskursiivisilla perusteluilla tarkoitetaan tässä tutkimuksessa niitä kannanottoja, joissa argumentoitiin OK:n puheenjohtajavaaliehdokkaiden kokemusta ja osaamista urheiluelämän parissa. Kokemuksella ja osaamisella urheiluelämästä viitataan lähinnä ehdokkaiden toimimiseen urheilujärjestöjen luottamustehtävissä.

Luottamustehtävissä toimimisen lisäksi myös kunkin ehdokkaan oma lajitausta ja menestyminen kilpaurheilussa nähtiin vaikuttavan urheiluelämän tuntemukseen. OK:n puheenjohtajalla toivottiin monessa lehtiartikkelissa olevan ”vahva urheilutausta” ja muiden ansioiden lisäksi painotettiin myös ”osaamista ja kokemusta urheilusta”.

”Valintatilanteeseen toivoisi valtuuskunnalle rohkeutta tarttua ennakkoluulottomasti urheilijataustaisiin, siviilissäkin kannuksia hankkineisiin ehdokkaisiin. Jukka Rauhala voisi olla tällainen ehdokas.” (pääkirjoitus Pohjalainen 5.11.2004)

”Olympiamenestys OK:n puheenjohtajan mittari.” (otsikko Satakunnan Kansan 13.11.2004)

Yleisessä keskustelussa tuotiin esille myös urheilulähtöisten urheilujohtajien puuttuminen. Sekä Tapani Ilkka Helsingin Sanomien uutisjutussa (10.11.2004) että Aamulehden pääkirjoitus (16.11.2004) olivat huolissaan siitä, että OK:n puheenjohtajaksi ei ole ehdolla yhtäkään nimenomaan urheilu- ja liikuntakulttuurin kautta ehdolle noussutta urheilun järjestöelämän todellista tuntijaa. Sen lisäksi oltiin huolissaan siitä, etteivät lajiliittojen edustajat itse urheilujohtajina arvosta urheilujärjestöistä nousevia johtajia vaan ehdokkaita etsitään muualta. Myös Keskipohjanmaan pääkirjoituksessa (17.11.2004) muistellaan ”kaiholla” urheilun hyviä aikoja, jolloin Jukka Uunila vahvan järjestötaustansa turvin johti suomalaista urheilua.

”Kieltämättä komiteassa kaivataan nyt uutta verta ja ilmettä. Valitettavasti tarjolla ei kuitenkaan ole yhtäkään nimenomaan urheilu- ja liikuntakulttuurin kautta ehdolle noussutta pitkän linjan järjestöelämän tuntijaa.” (pääkirjoitus Aamulehti 16.11.2004)

”Valinnassa on kyse siitä, minkä arvon kansalaisjärjestöjen johtajat antavat itselleen urheiluliittojen eli kansalaisjärjestöjen johtajina. Siis siitä, miten urheilujohtajat arvottavat urheilua. Jos urheilujohtajat eivät itse arvosta urheilujärjestöistä nousevia johtajia, on turvauduttava järjestöjen ulkopuoliseen apuun. Mutta silloin tarvitaan jo ihmelääkkeitä ja todellista poppamiestä.” (kolumni TS 13.11.2004)

Urheilujärjestöllisiä diskursiivisia perusteluja argumentoitiin yleisellä tasolla melko positiiviseen sävyyn. Kolumneissa, uutisjutuissa ja pääkirjoituksissa aktiiviset toimijat kirjoittivat urheilujärjestöjen kautta tulevista ehdokkaista arvostavaan sävyyn nostoen heitä hierarkisesti ylöspäin. Toisaalta urheilujärjestöjen kautta tulevia ehdokkaita tuotettiin myös alisteiseen asemaan mainitsemalla heidän mahdollisuuksien OK:n

johtoon olevan huonommat kuin esimerkiksi markkinoiden kautta tulevien ehdokkaiden. Tämä tuli esille erityisesti silloin, kun Talermo ilmoitti olevansa käytettävissä OK:n puheenjohtajaksi. Tässä yhteydessä Tapani Ilkan todettiin luovuttavan, koska vahva ehdokas löytyi nimenomaan ”*varsinaisen urheiluelämän sivustalta*”.

Seuraavissa kappaleissa keskitytään niihin kannanottoihin, joissa argumentoitiin ehdokkaiden aikaisempaa kokemusta urheilujärjestöissä toimimisesta eli aikaisempaa taustaa urheilujohtamisesta. Huomio on kiinnitetty lähinnä niihin vastakkainasetteluihin, joita tuotettiin aikaisempien urheilujohtajien ja uusien potentiaalisten urheilujohtajien välille. Luvussa seitsemän käydään ehdokaskohtaisesti läpi niitä urheilutaustaan (menestys ja lajitausta) liittyviä argumentaatioita, joita kustakin ehdokkaasta nostettiin vaalin aikana esille.

5.3.1 Suomalaisen urheilun huonoon menestykseen liittyvät perustelut

Argumentoitaessa ehdokkaiden aikaisempaa urheilujohtajataustaa nostettiin esille suomalaisen urheilun menestymättömyyteen liittyviä perusteluja. Monessa artikkelissa viitattiin suomalaisten huonoon menestykseen Ateenan olympiakisoissa ja myös muissa arvokilpailuissa, kuten yleisurheilun Pariisin MM-kisoissa. Urheilun kansainvälisen tason todettiin nousseen ja suomalaisten kehityksen jääneen paikoilleen. Tämän kirjoitettiin johtuvan nykyisten urheilujohtajien epäonnistumisesta Suomen huippu-urheilun edistämiseksi. Tilanteen parantamiseksi toivottiin ”*uutta otetta ja ilmettä*” sekä ”*ravistelua*” OK:aan.

”Muu maailma karkaa, suomalaiset taantuvat tai pysyvät korkeintaan paikallaan, kun toimintamallit ovat yhtä vanhoja kuin niiden toteuttajatkin.”
(kolumni HS 6.11.2004)

”Suomen olympiamenestys Ateenassa oli huonoin miesmuistiin. Kisat osoittivat, että menestykseen johtavat keinot ovat nyt kultaakin kalliimpia. Vanhoilla meriiteillä, menetelmillä ja visioilla ei kiristyvässä kansainvälisessä kilpailussa pärjätä.” (pääkirjoitus Pohjalainen 5.11.2004)

Urheilujärjestöjen kautta nousevia ehdokkaita kuvailtiin ”*kaavoihinsa kangistuneiksi*” sekä ”*vanhan kansan ja pitkän linjan järjestöjyriksi*”. Lehtiartikkelien mukaan tällaiset henkilöt johtavat urheilujärjestöjä vanhan ajan tyylillä, joten heillä ei ole

tietämystä ja osaamista huippu-urheilun nykyaikaisista vaatimuksista. Tämän päivän urheilujohtamista verrattiin muun muassa hiekkalaatikkoon, jossa saa ”tuohuta ja touhottaa” ilman tulosvastuuta.

”Suomalaisen huippu-urheilun vetojuhdiksi kaivataan nuoren polven uskottavia nimiä. Henkilöitä, jotka uskaltavat ottaa vastuuta, sitouttaa ihmisiä ja ennen kaikkea omaavat uusia ja raikkaita ideoita urheilukuvioiden elvyttämiseksi. Tulevaisuuden urheilujohtaja ei voi enää olla kaavoihinsa kangistunut pitkän linjan järjestöjyrä tai lähinnä lobbauksen ekspertti. Hänen tulee olla henkilö, joka tietää, miten suomalainen huippu-urheilu viedään nykyajan vaatimusten edellyttämälle tasolle ja myös pidetään sillä.” (pääkirjoitus Länsi-Savo 11.11.2004)

Suomalaisen urheilun menestymättömyyteen liittyvät perustelut painottuivat selvästi pääkirjoituksiin ja kolumneihin. Lehtien toimitukset ja toimittajat aktiivisina toimijoina loivat urheilujärjestöjen kautta tulevia ehdokkaita alisteiseen asemaan samanaikaisesti muiden ehdokkaiden, erityisesti markkinoiden kautta tulevien, asemia kohentaen. Suomalaisen urheilun menestymättömyyteen liittyvissä perusteluissa luotiin urheilujärjestöjen kautta tuleville ehdokkaille vanhanaikaisen johtajan subjektipositiota. Tällöin luotiin vaikutelmaa, että aikaisemmin varsinaisissa urheilun johtotehtävissä toimineet eivät ole onnistuneet, eivätkä pysty jatkossakaan, viemään suomalaista huippu-urheilua uudelle tasolle.

Suomalaisen urheilun huonoon menestykseen liittyvät perustelut
vanhanaikainen johtaja, jolla ei ole kykyä kehittää suomalaista huippu-urheilua

TAULUKKO 6. Aineistosta esiin nousevien suomalaisen urheilun huonoon menestykseen liittyvien perustelujen yhteenveto

5.3.2 Urheilun ilmapiiriin liittyvät perustelut

Urheilujärjestöissä diskursiivisissa perusteluissa nousi esille myös OK:aan kuuluvien lajiliittojen erimielisyydet ja ristiriidat. Suomalaisen urheilun haasteiksi koettiin menestyksen lisäksi yhtenäisyys. Lehtiartikkeleissa kirjoitettiin muun muassa ”huippu-urheilupiirien eripurasta” ja ”lajiliittojen sisäisistä valtataisteluista”. Lajiliittojen ilmapiirin ja yhteistyön parantamiseksi toivottiin uusia henkilöitä urheilun

johtopaikoille. Moneen otteeseen kaivattiin urheiluelämään uusia ”tuulia” ja OK:n perusteellista ”ravistelemista”.

”Suomalaisen huippu-urheilun vanhoja valtarakenteita veistetään hyvää vauhtia uusiin kehyksiin. Lajiliittojen sisäiset valtataistelut ovat toimineet jo jonkin aikaa signaalina suuremmalle muutokselle – kansallinen olympiakomitean terävimmän johdon tuulettamiselle.” (kolumni Savon Sanomat 17.11.2004)

Hiihtoliiton Jouko Törmäsen mukaan lajiliittojen välisen tilanteen muuttamiseksi OK:n puheenjohtajaksi olisi valittava liittojen ulkopuolinen mies. Myös Painiliiton Yrjö Tuokko oli puolueettoman ehdokkaan kannalla. Keilailuliiton Heikki Sarso oli sen sijaan ”liittojen sisäisen vetäjän” kannalla. Kannanotot olivat suoraan yhteydessä siihen, kenelle ehdokkaista kukin kannanoton esittäjä oli antanut tukensa. Kanervan kannattajat puhuivat lajiliittojen sisäisestä johtajasta, ja Rauhalaa, Talermoa sekä Peltolaa kannattavat, painottivat ulkopuolisuutta ja uusia tuulia.

”On ehdottoman tärkeää, että tehtävään valitaan lajiliittojen ulkopuolinen mies. Muuten eripura ja ristiveto Olympiakomitean liittojen välillä jatkuu, linjaa Hiihtoliiton Jouko Törmänen.” (uutisjuttu Aamulehti 17.11.2004)

”Urheiluväki tarvitsee liittojen sisältä vetäjän, joka yhdistää voimat. Ilkka Kanerva tuntee kentän ja tietää parannuskeinot, toteaa Keilailuliiton Heikki Sarso.” (uutisjuttu Aamulehti 17.11.2004)

Toimittajat, lehtien toimitukset, yksityiset henkilöt ja asiantuntijat olivat aktiivisten toimijoiden roolissa pääkirjoituksissa, uutisjutuissa, kolumneissa ja yleisönosastokirjoituksissa. Kannanotoissa korostui halu järjestösotkuista irrallaan olevaan johtajaan ja vastakkaiset näkökannat jäivät verraten marginaaliseen asemaan. Näin ollen urheilujärjestöistä nousevien johtajien asemaa heikennettiin tuottaen heille puolueellisen toimijan subjektipositiota. Luotiin vaikutelmaa, että lajiliittojen ristiriidat jatkuvat, mikäli urheilujärjestön kautta tuleva ehdokas valitaan OK:n johtoon.

Urheilun ilmapiiriin liittyvät perustelut
puolueellinen toimija, joka ei pysty ratkomaan lajiliittojen erimielisyyksiä

TAULUKKO 7. Aineistosta esiin nousevien urheilun ilmapiiriin liittyvien perustelujen yhteenveto

6 EHDOKKAIDEN KIINNITTYMINEN ERI DISKURSSEIHIN

Tässä luvussa käsitellään tuloksia toisen tutkimuskysymyksen näkökulmasta. Tarkoituksena on tarkastella, miten ehdokkaat kiinnitettiin eri diskursseihin. Toisin sanoen tarkastelun keskiössä ovat ne retoriset keinot, joita hyväksi käyttäen ehdokkaita argumentoitiin. Selvästi eniten argumentointeja esitettiin OK:n puheenjohtajavaalin ennakkosuosikeista Roger Talermosta ja Ilkka Kanervasta. Myös Tapani Ilkka sai osakseen median huomiota. Jukka Rauhalan ja Jukka Peltolan argumentoinnit jäivät selvästi marginaalisempaan asemaan. Arto Bryggaren argumentoinnit eivät olleet enää mukana käsiteltävässäni aineistossa, sillä hän putosi puheenjohtajakilvasta jo alkumetreillä.

6.1 Roger Talermon kiinnittyminen eri diskursseihin

Roger Talermon kiinnitettiin vahvasti markkinoiden kautta tulevaksi ehdokkaaksi. Hänestä kirjoitettiin muuan muassa ”kyvykkäänä liikkeenjohtajana”, ”liike-elämän huippumiehenä”, ”yritysmaailman huippuna” ja ”Amer-yhtymän toimitusjohtajana”. Monessa määritelmässä esiintyi metafora ”huippu”, jolla tuotettiin Talermosta pätevää vaikutelmaa. Myös hänen koulutustaustansa kauppatieteiden maisterina ja diplomiekonomina tuotiin esille. Monessa lehtiartikkelissa Talermosta kirjoitettaessa viitattiin Amer-yhtymään ja Talermon rooliin yhtymän nostamisessa kansainvälisesti merkittävään asemaan. Talermon liitettiin nimenomaan ammattinsa kautta markkinadiskurssiin.

”Siksi Ilkka haluaa seuraajakseen Amer-yhtymän toimitusjohtajan Roger Talermon, jolla on ammattinsa puolesta suhteita sinne, mistä rahaa löytyy eli liike-elämään.” (uutisjuttu IS Urheilu 16.11.2004)

”Hän (Talermon) on liike-elämässä sekä kansallisesti että kansainvälisesti tunnustettu henkilö, mikä ei varmasti ole haitaksi olympiakomitean mahdollisessa puheenjohtajuudessa.” (uutisjuttu TS 12.11.2004)

Markkinoiden kautta tulevana ehdokkaana Talermon vahvuudeksi nähtiin raha. Rahasta kirjoitettaessa viitattiin lähes poikkeuksetta Amer-yhtymään: ”Amerissa Talermon ei pelaa napeilla”, jolloin viitattiin metaforisesti siihen, että kyseessä on taloudellisesti menestyksekkäs yritys. Amerista argumentoidessa käytettiin hyväksi myös numeerista kvantifikoitua. Yhtymän liikevaihto ja nettotulos tuotiin lehtiartikkeleissa esille. Myös

esimerkkien avulla Amerista luotiin vakuuttavaa vaikutelmaa. Amerin eri tuotteita ja urheiluvälinemerkki Wilson mainittiin moneen otteeseen. Huippu-urheilun huonossa rahatilanteessa Talermosta toivottiin muun muassa ”sateentekijää”, ”ihmeidentekijää” ja ”ovenavaajaa yritysmaailmaan”. Hänen kuvattiin myös avaavan ”yritysmaailman ehtymättömät rahahanat”. Talermon yritysjohtajataustaa ja talouden asiantuntijuutta kuvattiin myös puheenjohtajavaalin ”valttikortiksi”. Talermon markkinallisia ominaisuuksia korostettiin muiden puheenjohtajaehdokkaiden kustannuksella: ”Talermon lähtee sponsorineuvotteluihin eri pohjalta kuin muut puheenjohtajaehdokkaat”. Tällaisella kontrastiparin käytöllä luotiin vaikutelmaa, että Talermon on ainut puheenjohtajaehdokkaista, joka pystyy lisäämään urheilun resursseja.

”Talermon valttina on talous, joka Olympiakomiteassa painii samassa sarjassa kuin urheilumenestys.

Amerissa Talermon ei pelaa napeilla. Amer-yhtymä luetaan Wilsonin kautta maailman johtaviin urheiluvälineyhtiöihin. Tuotevalikoimiin kuuluvat golfin, eri hiihtolajien, jääkiekkoilun, suunnistuksen ja tenniksen varusteet sekä iso valikoima ulkoiluvälineitä. Liikevaihto oli viime vuonna 1,1 miljardia euroa ja nettotulos 75 miljoonaa euroa.

Tokko Amerin rahakirstut OK:lle aukenevat, mutta Talermon lähtee sponsorineuvotteluihin eri pohjalta kuin muut puheenjohtajaehdokkaat.”
(uutisjuttu Aamulehti 12.11.2004)

Myös Talermon itse omissa lausunnoissaan kiinnittyi vahvasti markkinadiskurssiin. Hän puhui metaforisesti yritysmaailmasta ”affärsvärlden”, jossa painotetaan pitkäjänteisyyttä, tavoitteellisuutta, tehokkuutta ja tuloshakuisuutta. Tällainen asioiden listaaminen on myös erittäin tehokas retorinen keino, jonka avulla Talermon antoi näytön liike-elämän vahvuuksista. Lisäksi Talermon vertasi yritysmaailmaa ja urheilua esittämällä konkreettisia esimerkkejä niiden välisistä yhtymäkohdista. Hänen vertasi yritysjohtajuutta ja urheilujohtajuutta muun muassa seuraavin sanoin: ”samalla tavalla kilpaillaan asemista”, ”toiminta vaatii organisoitumista ja resurssien oikeaa käyttöä”, ”yritysmaailmassa täytyy syntyä tulosta” ja ”urheilussa onnistuminen lasketaan mitaleissa”. Talermon lausunnossa käytettiin tehokkaasti retorisenä keinona myös faktan konstruointia kirjoittamalla, että rahaa ”on hankittavissa”. Fairclough (1992, 158–160) mukaan tällainen asioiden objektivointi, jossa subjekti tiputetaan pois, on kielenkäytössä esiintyvää vallankäyttöä. Tässä yhteydessä luotiin vaikutelmaa, jossa Talermon ja rahan yhteys nähtäisiin puhujista ja tulkinnoista riippumattomana tosiasiana.

”Yritysmailman opeista olisi Talermon mukaan hyötyä OK:n johtamisessa. – Samalla tavalla kilpaillaan asemista. Toiminta vaatii organisoitumista ja resurssien oikeaa käyttöä. Tilanne on mielestäni hyvin samanlainen yrityksissä. Yritysmailmassa täytyy syntyä tulosta. Ja toiminnasta kannetaan vastuuta. Ratkaisuja etsitään sitten joskus kreatiivisestikin. – Yritysmailmassa kaikki toimenpiteet ovat määrätietoisia. Sama periaate voidaan siirtää kaikkiin urheilijan tukemista koskeviin ratkaisuihin. Kyllä yritysmailmasta lisäarvoa tulee. Yksi asia on vastuunkanto. Urheilussa onnistuminen lasketaan mitaleissa, Talermon tähdentää.” (uutisjuttu TS 16.11.2004)

Markkinadiskurssi liitettiin negatiivisesti Talermon yritysjohtajien rooliin liittyvissä perusteluissa. Artikkeleiden mukaan Talermon aika ei riitä molempien sekä kansainvälisen pörssiyhtiön että OK:n johtamiseen. Lisäksi tuotiin esille urheilun haittapuolia, kuten doping, jotka liitetään OK:n puheenjohtajaan, ja näin ollen mahdollisesti myös Ameriin. Sekä Talermon ajankäyttöön että Amerin maineeseen liittyen, kirjoituksia vahvistettiin metaforilla. Kirjoitettiin, että riskinä on Amerin *”maineen menetykset”*. Lisäksi kuvailtiin, että OK vie melkoisen *”siivun”* Talermon ajasta ja mainittiin Talermon *”minuuttuaikataulu”*. Talermon aikataulua havainnoitiin myös esimerkillä, jossa kirjoitettiin että Talermon ei ollut tavoitettavissa haastattelua varten, koska oli matkoilla. Lisäksi tuotiin kontrastiparin avulla esille kuinka Kanerva järjesti tiedotustilaisuuden ja Talermon varasi *”kiireidensä keskellä”* tiedotusvälineille yhteensä tunnin aikaa puhelinhaastatteluihin. Talermon omissakin puolustavissa lausunnoissa esiintyi myös metaforia ajankäyttöön liittyen: *”tarvittavan ajan kuitenkin raivaan”*. Näin muusta yhteydestä tutulla sanalla luodaan konnotaatio, että aikaa OK:lle ja huippu-urheilulle tulee varmasti löytymään. Mahdollisia Amerin maineen kolhuja Talermon argumentoi korostamalla, että toimisi OK:n puheenjohtajana yksityishenkilönä, eikä Amerin toimitusjohtajana.

”Amerin Roger Talermon kuvittelee, että Olympiakomiteaa johdetaan kuin nakkikioskia. Roger Talermon on vaikea selittää omistajilleen katoamistaan kuukaudeksi olympialaisiin.” (kolumni Aamulehti 17.11.2004)

Talermon puolustettaessa käytettiin retorisenä keinona asiantuntijan lausunnolla vahvistamista ja puhujakategoriolla oikeuttamista. Amerin hallituksen puheenjohtaja Pekka Kainulainen korosti Helsingin Sanomien lausunnoissaan (17.11.2004), että Talermon ajankäyttöön liittyvät suunnitelmat on hyväksytty ja yritykseen liittyvistä imagoriskeista on keskusteltu. Samansuuntaisia kommentteja antoi myös Amerin hallituksen jäsen Felix Björklund. Näiden kommenttien vakuuttavuutta ja uskottavuutta

lisää se, että ne on lausuttu arvovaltaisesta kategoriasta. Tässä tapauksessa Amerin hallituksen puheenjohtajan ja hallituksen jäsenen lausunnot ovat keskeisiä, kun yrityksen toimitusjohtajan ajankäyttö on esillä. Myös Osakesäästäjien Keskusliiton puheenjohtaja Jarmo Leppiniemi Taloussanomien haastattelussa (17.11.2004) argumentoi, että Talermon osaa itse arvioida ajankäyttönsä. Lisäksi hän näki nimenomaan etuna Amerin kannalta, että Talermon toimisi suomalaisen huippu-urheilun korkeimmalla johtopaikalla.

”- Jos todella myös Talermonilta menee 80 päivää vuodessa, se kuulostaa liialta. En usko, että näin suuri työpanos on ainoa tapa hoitaa asiaa. Uskon, että Talermon arvioi asian. Hänen arvostuksensa Amerissa ja Olympiakomiteassa alentuisi, jos jompaakumpaa tehtävää hoitaisi huonosti.” (kolumni Taloussanomien 17.11.2004)

Yhteydet urheiluvälinevalmistajayrityksen ja OK:n välillä tuotiin joissakin kohdin kuitenkin myös negatiivisesti esille korostaen huippu-urheilun mainosarvoa Amerille. Tässä kohdassa ironiaa käytettiin retorisenä keinona. Satakunnan Kansan kolumnissa (17.11.2004) kirjoitettiin: *”Amerin kannalta ei ole ollenkaan hullumpaa, että toimitusjohtaja on näkyvällä paikalla paitsi kansallisessa huippu-urheilussa pian varmasti myös kansainvälisillä areenoilla ja olympialiikkeessä.”* Lisäksi kirjoitettiin, että *”Olympiakomitean puheenjohtajuus soveltuu vähän liiankin hyvin Talermon nykyiseen tehtävään”*. Näin OK:n ja Amerin yhteys tuotiin pilkallisesti esille ja epäsuorasti pyrittiin nolaamaan Talermona. Myös Painiliiton Yrjö Tuokko otti osaa jääviyskeskusteluun sanomalla, että puheenjohtaja ei voi istua samaan aikaan *”kymmenellä eri jakkaralla”*. Talermon jääviydestä kirjoitettiin kriittisesti myös lajiliittojen näkökulmasta. Turun Sanomien kolumnissa (16.11.2004) todettiin, että *”eri lajiliitot eivät siis missään tapauksessa ole yhdenvertaisessa asemassa Amerin suhteen”*. Tässä pyrittiin ääri-ilmaisun missään tapauksessa avulla luomaan vaikutelma, jossa Talermon rooli nähtäisiin epäsovivana OK:n puheenjohtajaksi. Myös kovin kilpakumppani Kanerva otti osaa Talermon asemaa ja jääviyttä koskevaan keskusteluun. Hänen mukaansa OK:aa ei voi johtaa *”norsunluutornista”* ja että puheenjohtajalla täytyy olla aikaa myös *”kiertää kenttää”*.

”Talermon pitää varmasti vähemmän juhlapuheita kuin Ilkka, mutta Talermon luottamustehtävän ja varsinaisen työn välillä on paljon yhteyksiä. Amer on maailman suurimpia urheiluvälinevalmistajia mm. tenniksessä, golfissa, sulkapallossa, alppihiihdossa.” (kolumni Satakunnan Kansa 17.11.2004)

”Hänen (Talermo) edustamansa yhtiö valmistaa urheiluvälineitä maailmanlaajuisesti ja on myös urheilijoiden sponsorina välinemerkkien kautta. Eri lajiliitot eivät siis missään tapauksessa ole yhdenvertaisessa asemassa Amerin suhteen.” (kolumnii TS 16.11.2004)

Talermo kiinnitettiin hyvin vahvasti ja monipolvisesti myös urheilujärjestödiskurssiin. Ensinnäkin hänen urheilutaustansa tuotiin monessa artikkelissa esille. Häntä kuvailtiin metaforisesti freestylehiihdon ”pioneeriksi” ja hänen urheilumenestystään argumentoitiin käyttämällä määrällistä kvantifikoitua. Lisäksi käytettiin listauksen keinoa esiteltäessä nykyisiä harrastuksia. Talermon lajitaustasta kirjoitettaessa tuotiin esille myös alppilajien nykyaikaisuus ja lajin tuomat arvokisamitalit. Freestylea kuvailtiin metaforalla ”uuden aikakauden airut” ja lajin suomalaisurheilijoiden kirjoitettiin kuuluvan ”maailman kärkeen”. Talermon luottamustehtävät urheilujärjestöissä tuotiin esille mainittaessa hänen puheenjohtajuus Hiihtoliiton alppilajien neuvostossa.

”Hän on kahdeksankertainen Suomen mestari lajissa, jota ei vielä 70-luvulla laajasti tunnettu. Talermo toi silloin nykyisen menestyslajin freestyle-hiihdon Suomeen. Paremmiin Talermo tiedetään kuitenkin urheiluvälineitä myyvän Amer-yhtymän johtajana.” (pääkirjoitus Keskipohjanmaa 17.11.2004)

”Diplomiekonomi ja kauppatieteiden maisteri Roger Talermo on freestyle-hiihdon pioneeri. Hän toi lajin Suomeen 1970-luvulla ja keräsi ensimmäisiä mestaruuksia kahdeksan kappaletta. Ansioluettelonsa mukaan Talermo harrastaa nykyisin tennistä, golfia, laskettelua ja purjehdusta.” (uutisjuttu Aamulehti 12.11.2004)

Talermo kiinnitettiin myös ammattinsa urheiluvälinefirman toimitusjohtajana urheilujärjestödiskurssiin. Kansainvälisen urheiluvälinefirman toimitusjohtajana Talermon kuvailtiin metaforisesti olevan ”vahvasti mukana urheiluelämän kiemuroissa”. Hänen kuvailtiin myös ”sukkuloivan kansainvälisessä urheiluvälinekaupassa ja sitä kautta myös urheilijapiireissä suvereenisti”. Lisäksi hänellä kirjoitettiin olevan ”kova status kansainvälisissä urheilukuvioissa”. Ameria kuvailtiin ääri-ilmaisun avulla ”yhdeksi maailman suurimmaksi urheiluvälinevalmistajaksi”. Talermoa ei kuitenkaan kiinnitetty yhtä tiukasti urheilujärjestödiskurssiin urheilujohtamisen kautta niin kuin Tapani Ilkka ja Ilkka Kanerva, sillä hänen kuvailtiin olevan ulkopuolinen ”varsinaisesta urheiluelämästä”.

”Talermon pätevyyden takaa miehen kansainvälinen tausta lähes globaalin urheiluvälinefirman pomona. Talermo sukuloi kansainvälisessä urheiluvälinekaupassa ja sitä kautta myös urheilijapiireissä suvereenisti.”
(kolumni Satakunnan Kansa 13.11.2004)

Talermoa ei puheenjohtajavaalin missään vaiheessa kiinnitetty osaksi politiikkadiskurssia. Päinvastoin lehtiartikkeleissa painotettiin Talermon ulkopuolisuutta politiikassa, jota pidettiin erittäin positiivisena seikkana. Kirjoitettiin metaforia käyttämällä *”(urheilu)politiikassa ryvettymättömästä Amerin toimitusjohtajasta”* ja puheenjohtajavaalin *”ykkösässystä”*, koska hän ei ole ainakaan sosiaalidemokraatti. Poliittista taustaa kuvattiin *”painolastiksi”*, jota Talermodella ei ole. Iltasanomien uutisjutun lauseessa (12.11.2004): *”...pelkästään se, että Talermo ei ole poliitikko on hieno juttu”*, käytetään monenlaisia retorisia keinoja. Ääri-ilmaisulla *”pelkästään”* korostettiin kuinka jo yksi ominaisuus, ei-poliittisuus, riittää nostamaan Talermon varteenotettavaksi ehdokkaaksi. Lisäksi kontrastiparin avulla luodaan merkityksiä, jossa poliittinen tausta on negatiivinen ominaisuus. Näiden perustelujen avulla Talermo kategorisoitiin täysin ulkopuoliseksi politiikan diskurssista. Myös Talermo itse halusi pysyä politiikan ulkopuolella korostaen, ettei ole mukana puheenjohtajavaalissa poliittisista syistä.

”Sopivin Talermo on siksi, ettei hän ole poliitikko. Jos OK:n puheenjohtajalta halutaan raikkautta ja tuoreutta, sitä ei löydy suomalaisen politiikan syövereistä.” (kolumni 13.11.2004 Satakunnan Kansa)

Monien retoristen keinojen käytöllä aktivoitiin sellaisia merkityspotentiaaleja, joissa Talermon markkinalliset ominaisuudet nähtiin sekä hyödyllisiksi että kyseenalaisiksi OK:n puheenjohtajuuden kannalta. Huippu-urheilun muutoksiin liittyvissä perusteluissa Talermo kiinnitettiin positiivisesti markkinadiskurssiin. Sen sijaan yritysjohtajien roolin liittyvät perustelut kiinnitettiin Talermoon negatiivisesti. Ehdokas itse ja muutamat asiantuntijat esittivät kuitenkin puoltavia argumentteja Talermon ajankäyttöön ja asemaan liittyen. Talermoda ei kiinnitetty millään tavoin politiikan diskurssiin vaan ei-poliittisuus nähtiin pelkästään positiivisena asiana. Kiinnittymisessä urheilujärjestödiskurssiin Talermon urheilutausta ja ammatti urheiluvälinefirman johtajana nähtiin hyvänä asiana. Erityisesti tausta freestylessa, jossa suomalaiset urheilijat ovat viime aikoina menestyneet, nähtiin vahvuutena. Myös aikaisempi kokemattomuus urheilujohtamisesta nähtiin vahvuutena OK:n puheenjohtajuuden kannalta.

6.2 Ilkka Kanervan kiinnittäminen eri diskursseihin

Ilkka Kanerva kiinnitettiin ensisijaisesti politiikkadiskurssiin. Hänestä käytettiin muun muassa nimityksiä ”poliitikko-Kanerva”, ”ministeri”, ”kansanedustaja”, ”eduskunnan varapuhemies” ja ”puhdasverinen poliitikko”.

”SUL:n silmissä Kanervan vahvuudet ovat johtajuus ja laaja suhdeverkosto, jota hän on rakentanut toimiessaan eduskunnan varapuhemiehenä, kansanedustajana ja ministerinä sekä urheiluelämän johtotehtävissä.”
(uutisjuttu/STT 3.11.2004)

Kanervan kiinnittymistä politiikkadiskurssiin argumentoitiin suurimmaksi osaksi kriittiseen sävyyn. Kanervan ammatti nähtiin metaforisesti ”rasitteena” ja hänen politikointia ”karsastetaan”. Kanervan vahvuudet kumottiin pelkästään sillä tosiseikalla, että hän on poliitikko. Tätä retorista keinoa, oletettuun vasta-argumenttiin varautumista, käytettiin monessa yhteydessä Kanervaa argumentoitaessa, jolloin hänen vahva kokemus muun muassa toimimisesta urheilujärjestöissä menettivät merkitystään.

”Vaikka Ilkka Kanerva on johtanut pitkään Suomen urheiluliittoa, on hän ensisijaisesti poliitikko, ja poliitikkojen marssi urheilun johtopaikoille näyttää nyt saavan ainakin puolipisteen.” (pääkirjoitus Karjalainen 17.11.2004)

”Politiikka ei ole, eikä saa olla, paras noste keskeiseen virkaan. Se on Kanervan rasite, vaikka asiantuntemusta ja kansainvälisiä kontakteja riittää yleisurheilumaailmasta.” (pääkirjoitus Forssan lehti 17.11.2004)

Kanervan poliittisen taustan puolesta argumentoi Suomen Urheiluliitto korostaessaan johtajakokemusta ja suhdeverkostoa. Retorisena keinona käytettiin listausta, jolloin Kanervan poliittisia nimikkeitä lueteltiin peräkkäin luoden vaikutelmaa toiminnan säännönmukaisuudesta. Myös Kanerva itse käytti listausta omissa argumenteissaan. Kritiikkiin puolustautuessaan Kanerva käytti retorisenä keinona myös konsensuksella vahvistamista puhumalla poliitikoista me-muodossa suurempana ryhmänä. Tällöin hän pyrki luomaan kuvaa yhtenäisestä joukosta, jolla on samoja ominaisuuksia ja intressejä. Hän haki oikeutusta omille pyrkimyksilleen myös viittaamalla poliitikkoihin metaforalla ”kansan valitsemat”, jolloin pyritään luomaan käsitystä kansan tuesta. Hänen mukaansa poliitikot eivät myöskään ole ”spitaalisia”, jolloin voimakkaan metaforan avulla haettiin hyväksyntää poliitikkojen asemaan urheilujohtamisessa. Kanervaa argumentoitaessa rakennettiin myös kontrastipareja. Hänen yhteiskunnallisen painoarvonsa kirjoitettiin olevan täysin eri luokkaa kuin Vierumäen opiston rehtorilla.

Vaikka Kanervan yhteiskunnallinen painoarvo mainittiin positiivisena ominaisuutena, se usein lähes kumottiin kuvailemalla hänen persoonaan liittyviä ominaisuuksia negatiivisesti. Näissä yhteyksissä esiintyi ironiaa ja metaforia, kuten Kanervan kutsuminen ”*seurustelu-upseeriksi*” ja maininta hänen ”*pönäkstä egostaan*”.

”Kanerva katsoo valtikseen myös yhteiskunnallisen painoarvonsa, joka on täysin eri luokkaa kuin Vierumäen opiston rehtorilla. Ministeritausta, kansanedustajuus ja IAAF:n hallituksen jäsenyys pönkittävät Kanervan ennestäänkin pönäkkää egoa.” (kolumni Ilta-Sanomat 4.11.2004)

Kanerva puolustautui myös niihin perusteluihin, jotka liittyivät huippu-urheilun julkisen tuen vähentymiseen ja sitä kautta myös poliitikkojen aseman heikentymiseen urheilun johtopaikoilla. Hän viittasi metaforalla omiin henkilökohtaisiin aikomuksiinsa ”*lohkaista*” Veikkauksen tuotosta suurempaa osuutta urheilulle ja ”*tyrmää*” puheet urheilun tuen vähentämisestä. Kanervan kuvattiin myös ”*kiirehtivän*” Veikkauksen jaon palauttamista lain mukaisesti. Lisäksi puhuttiin ”*edistysaskeleesta*”, koska urheilu saisi osansa kirjastomäärärahoista. Näin pyrittiin muuttamaan vallalla olevaa käsitystä valtion tuen heikentymisestä urheilulle, jolloin Kanervan asema puheenjohtajavaalissa olisi parantunut. Kanerva käytti myös määrällistä kvantifointia kertoessaan: ”*70 % suomalaisista haluaa, että suomalaiset urheilijat pärjäävät*”. Kanerva perustelee yhteiskunnallisen tuen merkitystä myös vertaamalla urheilijoita muuhun väestöön ja antamalla esimerkkejä heidän taloudellisesta tilanteestaan.

” Poliitikkojen ja virkamiesten aika ajoin esittämät vaatimukset huippu-urheilun taloudellisen tuen heikentämisestä tai jopa lopettamisesta Kanerva tyrmää ponnekkaasti. – 70 prosenttia suomalaisista haluaa, että suomalaiset urheilijat pärjäävät, Kanerva muistuttaa ja pitää pötypuheina sitä, että suomalaisurheilijat olisivat miljonäärejä.

- Urheilija Suomessa tienaa vähemmän kuin keskiverto palkansaaja. Monet elävät opinto- ja jopa pankkilainan turvin, Kanerva sanoo.” (uutisjuttu HS 17.11.2004)

”Kanerva haluaa isomman osan Veikkauksen kakusta urheilulle.” (otsikko TS 17.11.2004)

Myös urheilun poliittisiin jakolinjoihin liittyvissä perusteluissa Kanerva puolustautuu kritiikkiä vastaan. Hän käytti metaforista ilmaisua sanoessaan, että urheilua ei saa olla ”*puoluepoliittista peliä eikä sitä pidä vääntää sellaiseksi*”. Lisäksi hän korosti ääri-ilmaisulla, että valinta ei saa ”*vähimmissäkään määrin*” liittyä puoluepolitiikkaan.

Kanervan mukaa puoluepoliittisuuden esille nostaminen puheenjohtajavaalissa muistuttaa mieliin ajat, jolloin urheilussa oli jako SVUL:ään ja TUL:ään.

”Kanervan valinta johtaisi nykyasetelmilla siihen, että kokoomus saisi suomalaisen olympiaurheilun järjestöjohtoon melkoisen värisuoran. Sekä OK:n puheenjohtaja, varapuheenjohtaja että valtuuskunnan puheenjohtaja olisivat samasta puolueesta.” (pääkirjoitus TS 5.11.2004)

”Minkään lajiliiton osalta ei ole ilmaantunut, että puheenjohtajan pitäisi olla jonkin puoluesuunnan edustaja. Suomalainen urheilu ei saa olla puoluepoliittista peliä eikä sitä pidä vääntää sellaiseksi”, Kanerva julistaa. (uutisjuttu/STT Kainuun Sanomat 1.11.2004)

Myös ajankäyttöön liittyvissä perusteluissa Kanerva puolustautuu kritiikkiä vastaan. Hän kertoi, miten on tietoisilla ratkaisuillaan varautunut ja panostanut mahdollisiin puheenjohtajan tehtäviin. Hän *”löytäisi aikataulustaan tilaa”*, jolloin metaforien myötävaikutuksella luotiin konkreettisesti konnotaatiota ajankäytöstä. Lisäksi esimerkeillä tosielämän valintatilanteista annettiin perustelulle luotettavuutta ja uskottavuutta. Kanerva käytti myös ääri-ilmaisua *”kukaan”* viitatessaan oman ajankäyttönsä kyseenalaistajiin.

”Puhtaan huippu-urheilun edunvalvojaksi julistautuva Kanerva löytäisi aikataulustaan tilaa Olympiakomitealle. Siksi hän kieltäytyi mm. Turun kaupunginjohtajan tehtävästä. Siihen toimeen ei urheilujohtaminen enää olisi ollut kytkettävissä.” (uutisjuttu HS 17.11.2004)

Ilkka Kanerva kiinnitettiin urheilujärjestödiskurssiin monien perustelujen kautta. Ensinnäkin hänen taustansa ja menestymisensä kansallisen tason keskimatkojen juoksijana mainittiin. Lisäksi hänen monia toimiaan urheilun luottamustehtävissä tuotiin esille. Näistä mainittiin monessa yhteydessä muun muassa *”olympiakomitean varapuheenjohtajuus”* ja *”SUL:n puheenjohtajuus”*, *”IAAF:n hallituksen jäsenyys”* ja *”yleisurheilun MM-kilpailujen järjestelytoimikunnan puheenjohtajuus”*. Kanervasta kirjoitettiin myös metaforisesti *”pitkän linjan urheilumiehenä”*, jolloin korostettiin pitkäaikaista taustaa urheilun järjestötyön parissa.

Kanervan argumentoinnissa käytettiin hyväksi myös asiantuntijan lausunnolla vahvistamista ja toisaalta myös puhujakategorialla oikeuttamista. Heikki Sarso Keilailuliitosta kuvaili metaforia käyttäen kuinka Ilkka Kanerva *”tuntee kentän ja tietää*

parannuskeinot". Kyseisen henkilön lausunto on vakuuttava, koska hän puhuu puheenjohtajavaalin kannalta merkittävään kategoriasta, lajiliitosta. Myös Kanerva itse korosti kokemustaan urheilujärjestöissä argumentoimalla, että *"puheenjohtajalla pitää olla tuntumaa ja kosketusta lajiliittoihin ja urheilun ruohonjuuritasoon"*. Jälleen kerran metaforien avulla pyrittiin konkretisoimaan puheenjohtajan tehtäviä käytännön tasolla. Samassa yhteydessä Kanerva puhui myös *"norsunluutornista"*. Päinvastaisia piirteitä käyttämällä rakennettiin kontrastipari, jossa Kanerva vahvisti omaa asemaansa positiivisilla ja Talermon asemaa negatiivisilla merkityksillä.

"- Olympiakomiteaa ei voi johtaa norsunluutornista. Puheenjohtajalla pitää olla tuntumaa ja kosketusta lajiliittoihin ja urheilun ruohonjuuritasoon." (Kanerva sanoo) (uutisjuttu Iltalehti Urheilu 17.11.2004)

Kanervan urheilujärjestötausta sai myös kritiikkiä. Kanervaan viitattiin kontrastiparin avulla, jossa vaadittiin puolueettoman ehdokkaan valitsemista OK:n puheenjohtajaksi. Kanervan puolueellisuudesta ja sitoutumisesta tuotettiin merkityksiä myös asiantuntijaan lausuntoon vetoamalla. Jari Isometsä kuvasi metaforan avulla, että *"Kanerva on perusteellisesti leimautunut yleisurheiluun"*, jolloin luotiin vaikutelmaa kokonaisuuden kannalta liian yksipuolisesta ehdokkaasta. Lisäksi Isometsän kommentti on lausuttu tässä tilanteessa merkittävästä kategoriasta. Hän edustaa huippu-urheilijan ja ei-yleisurheilijan näkökulmaa. Kanerva otti lausunnoissaan huomioon myös kritiikin puolueellisuudesta ja lupautui metaforaa käyttäen *"huippu-urheilun esitaistelijaksi yli liittorajojen"*.

Myös Suomen yleisurheilijoiden heikko menestys viime vuosien arvokilpailuissa liitettiin Kanervaan negatiivisesti. Kirjoitettiin *"epäonnistuneesta SUL:n johtajasta"* ja hänellä kuvattiin olevan *"pöksyt nilkoissa olympiakisojen jälkeen"*. Kanerva puolustautui oletettuun vasta-argumenttiin varautumalla: *"uudistyötä on tehty rankasti"*. Hän muistutti myös määrällistä kvantifikoitua hyväksi käyttäen, että hänen aikanaan on tullut 25–30 arvokisamitalia. Esimerkkinä pätevyystään urheilujärjestöpuolella Kanerva mainitsi esimerkkinä myös yleisurheilun MM-kisojen saamisen Suomeen.

”Kanerva haluaa tuoda muutoksen Olympiakomiteaan ja nostaa suomalaisen urheilun. Sitä hän on tehnyt jo vuosia Urheiluliitossa, tosin tulos on ainakin urheilullisesti surkea. Siniristilippu ei nouse sen useammin salkoon, jos Kanerva johtaa jatkossa Olympiakomiteaa.” (pääkirjoitus Lappeenrantalainen 14.11.2004)

Kanervaan viitattiin ironisesti myös kirjoittamalla hänestä *”raikkaana tuulahduksena uusine ideoineen”*. Tapani Ilkan tavoin myös Kanerva nähtiin toimineen jo liian pitkään urheilun johtopaikoilla. Kirjoitettiin metaforisesti muun muassa *”dinosauruksesta”* ja *”iltaruskon visiönääristä”*. Kanervaa vastaan hyökättiin myös Vainion dopingkirjan yhteydessä. Kanerva antoi omissa lausunnoissaan kritiikkiä Tapani Ilkalle, joka toimi Vainion käryn aikaan SUL:n puheenjohtajana. Lehdissä tuotiin hyvin selvästi esille myös Kanervan itsensä korkea asema SUL:ssa käryn aikaan. Itse Kanerva julistautuu *”puhtaan huippu-urheilun edunvalvojaksi”* tuoden esille panostustaan SUL:n antidopingtyöhön.

”Olympiakomitean puheenjohtajuutta tavoitteleva Ilkka Kanerva yritti ratsastaa Vainion paljastuksella. Hän heitti varovasti lokaa mahdollisen kilpailijansa Tapani Ilkan päälle unohtaen, miten sonta reagoi tuulettimeen. Omillekin silmille tuli. Kanerva toimi Suomen Urheiluliiton liittovaltuustossa Vainion suuruuden päivinä.” (kolumni Iltalehti Urheilu 10.11.2004)

Ilkka Kanerva kiinnitettiin ensisijaisesti politiikkadiskurssiin, joka nähtiin selvästi negatiiviseksi ominaisuudeksi OK:n puheenjohtajuuden kannalta. Sekä yhteiskunnallisissa, poliittisiin jakolinjoihin että poliitikkojen toimintatapoihin liittyvissä perusteluissa Kanervan asemia heikennettiin. Kanerva keskittyikin moneen otteeseen esittämään vasta-argumentteja ja puolustautumaan negatiivista kiinnittymistä vastaan. Kanerva kategorisoitiin täysin ulkopuoliseksi markkinadiskurssista, mikä heikensi myös hänen mahdollisuuksiaan. Häntä vertailtiin liike-elämän ammattilaisiin mollaten Kanervan johtamistaitoja. Urheilujärjestödiskurssissa sekä urheilun huonoon menestykseen että ilmapiiriin liittyviin perusteluihin Kanerva kiinnitettiin pääosin negatiivisesti. Kanervan omien argumenttien lisäksi muutamat muut puoltavat näkökannat jäivät melko marginaaliseen asemaan. Kanerva osallistui kaikista ehdokkaista aktiivisimmin keskusteluun OK:n puheenjohtajuudesta. Kanerva esitti omia pyrkimyksiään puoltavien näkökantojen lisäksi muita ehdokkaita alentavia kommentteja.

6.3 Muiden ehdokkaiden kiinnittyminen eri diskursseihin

Tapani Ilkka kiinnitettiin voimakkaimmin urheilujärjestödiskurssiin. Häntä argumentoitiin maaottelutason yleisurheilijana ja erityisen vahvasti tuotiin esille valmentajaura. Monessa yhteydessä tuotiin esille pitkäaikainen kokemus urheilun järjestötyössä sekä SUL:n puheenjohtajana että OK:n puheenjohtajana. Kokemusta OK:sta argumentointiin useasti määrällisellä kvantifikoinnilla mainitsemalla ne 16 vuotta, joina Ilkka toimi OK:n puheenjohtajana. Myös nykyinen asema Suomen urheiluopiston rehtorina mainittiin lähes poikkeuksetta.

Tapani Ilkan vahvaa urheilujärjestöllistä taustaa argumentoitiin myös kriittisesti. Häneen viitattiin kontrastiparin avulla luoden päinvastaisia merkityksiä urheilun ja liike-elämän johtamisesta. Kirjoitettiin vahvoja metaforia käyttäen, että *”urheilu on pomotasolla yhä hiekkalaatikko, jossa saa touhuta ja touhuttaa ilman tulostavastuuta”*. Tässä kohtaa viitattiin molempiin sekä Tapani Ilkkaan että Ilkka Kanervaan. Ilkan pitkä pesti suomalaisen urheilun johdossa nähtiin myös negatiivisena ominaisuutena ja häntä kuvattiin monessa artikkelissa *”urheilun dinosaurukseksi”*. Ilkan heikkoudeksi mainittiin myös johtaminen *”vanhan ajan tyylillä”* ja hänestä kirjoitettiin myös *”menneen kauden valmentajana ja urheilujohtajana”*. Perusteluina viitattiin siihen, etteivät nykyajan urheilun vaatimukset vastaa 1970-luvun valtiojohtoisen urheilun aikoja. Ilkkaan viitattiin myös lauseella *”heikko johtaja tuottaa huonoja tuloksia”*. Tällöin Ilkan epäonnistuminen urheilujohtaja tuotettiin faktuaalisena kuvauksena.

”Tapani Ilkasta ei uudistajaksi ja visiönääriseksi ole.” (kolumni IS 4.11.2004)

Myös doping liitettiin Ilkkaan Martti Vainion elämäkerran ilmestymisen yhteydessä. Ilkka toimi SUL:n puheenjohtajana Los Angelesin olympiakisojen aikaan, jolloin Vainio kärehti. Erityisesti Kanerva syytti Ilkkaa kutsuen häntä *”doping-johtajaksi”*. Myös yleisönosastolla kiinnitettiin huomiota dopinghistoriaan kysymällä ironisesti *”missä SVUL:n moraalinen ohjelma oli 1970- ja 1980-luvuilla”*. Myös tässä kohdassa Kanerva oli mukana kritiikin kohteena. Ilkan toivottiin jättäytyvän pois urheilun johtopaikalta, koska urheilusta halutaan metaforisesti *”siivota”* vilppi ja moraalittomuus pois.

”Dopingista Los Angelesin olympialaisissa vuonna 1984 kärynyyt Martti Vainio julkisti elämäkertansa juuri sopivasti, jotta Kanerva pääsi vihjailemaan Ilkan päänmenoksi. Jälkimmäinen (Tapani Ilkka) oli Urheiluliiton puheenjohtaja kun Vainio kärehti.” (kolumni HS 6.11.2004)

Kritiikkiä Ilkka sai myös aikaisemmasta toimestaan OK:n puheenjohtajana. Erityisesti vedottiin viimeiseen olympiadiin ja Ateenan olympiakisoihin. Voimakkaalla metaforisella ilmauksella kuvattiin kuinka *”Ateenan kisojen historiallinen pohjakosketuksen paha maku on vielä kaikkien suussa”, ”olympiaurheilu on mennyt tasaisesti alamäkeen”* ja jopa *”romahtanut”*. Ilkka puolustautui viime aikojen huonoa menestystä muistuttamalla talviolympiakisojen mitalisaalista. Hänen mukaansa suomalaisen huippu-urheilun ongelma on raha, ja jos yhteiskunta panostaisi enemmän mitaleita *”ropisisi aivan eri malliin”*.

”Ateenan huikaisevan huonosti sujuneet kesäolympialaiset eivät olleet Ilkan mukaan syynä hänen vetäytymiseensä. Vankkana yleisurheilumiehenä vuosien varrella tutuksi tullut Ilkka käytti suotuisaa talvikisakorttia luetellessaan menestyksenä hetkiä.” (uutisjuttu TS 16.11.2004)

Timo Peltola kiinnitettiin vahvasti markkina- ja urheilujärjestödiskurssiin. Markkinadiskurssissa hänen vahvuuksiksi mainittiin hyvät yhteiskuntasuhteet. Yhteiskuntasuhteilla viitattiin nimenomaan elinkeinoelämään. Hänen asemansa vuorineuvoksena ja Huhtamäen entisenä toimitusjohtajana tuotiin esille. Myös Nordean hallituksen varapuheenjohtajuus ja Telia-Soneran hallituksen jäsenyys mainittiin monessa artikkelissa. Peltolaa kuvattiin muun muassa *”ammattijohtajaksi”*, jolle tulisi metaforisesti näyttää *”vihreää valoa”*. Myös Peltolan kiinnittämisessä markkinadiskurssiin tuotiin esille huippu-urheilun rahoitus. Hämeen Sanomien uutisjutun mukaan Peltolalla *”olisi puheenjohtajana suora yhteys kotimaiseen ja kansainväliseen liike-elämään”*.

”Vahvuuksina kokemus ja hyvät yhteiskuntasuhteet” (otsikko TS 5.11.2004)

”Olen ihmetellyt sitä, että Olympiakomitean johtoon ei haeta henkilöitä, jotka ovat todella sisällä bisneselämässä. Ei kai siitä olisi suurta haittaa, jos yritysten ovet aukeaisivat ilman erityisesittelyä. Tässä mielessä Talermo ja mahdollisesti myös Peltola voisivat tuoda muutoksen.” (pääkirjoitus Lappeenrantalainen 14.11.2004)

Argumentoitaessa Peltolan urheilujärjestötaustaa tuotiin monessa kohdin esille suunnistusliiton puheenjohtajuus ja aikaisempi menestyminen Jukolan Viestissä. Lisäksi nähtiin vahvuutena, ettei hän edusta olympialajia.

” - Peltolan vahvuus olisi se, että hän tulee perinteisten olympialajien ulkopuolelta. Hänellä ei näin ollen ole aiempia rasitteita, Salonen painotti.”
(uutisjuttu TS 5.11.2004)

Myös Jukka Rauhala kiinnitettiin voimakkaimmin markkina- ja urheilujärjestödiskurssiin. Hänen *”vahva kansainvälinen johtajakokemus”* nähtiin vahvuudeksi OK:n puheenjohtajaehdokkuudessa. Rauhala argumentoitiin myös vakuuttavasti metaforalla *”rahamaailman mies”* ja myös Rauhala itse omissa lausunnoissaan korosti kansainvälisen liike-elämän tuntemustaan ja kokemustaan vaativista kansainvälisistä johtotehtävistä. Rauhalan koulutus diplomi-insinöörinä ja hänen osakkuutensa pääomayhtiö Nordic Venture Partners’ssa mainittiin myös lehtien palstoilla.

”Minulla on vahva kansainvälinen liike-elämän tuntemus. Olen ollut myös vaativissa kansainvälisissä johtotehtävissä tekemässä päätöksiä, Rauhala toteaa.” (uutisjuttu Ilkka 10.11.2004)

Urheilujärjestötaustasta kirjoitettaessa tuotiin vahvimmin Rauhalan Los Angelesissa voittama vapaapainin olympiapronssimitali. Lisäksi kokemus urheilun järjestötyöstä OK:n hallituksessa ja Suomen Painiliiton hallituksessa tuotiin esille. Myös Rauhala nähtiin *”uutena tuulena ja raikkaana ehdokkaana”* suomalaisen urheilun johtopaikalle. Tähän viitattiin myös metaforisesti lauseella *”hänellä ei ole luurankoja kaapissaan”*. Rauhalan argumentointeja vahvistettiin myös tuomalla esille, että paini toi Ateenan olympiakisoissa Suomelle hopeamitalin. Painin kuvattiin *”käytännössä pelastaneen Suomen kasvot Ateenassa”*.

”Vahva kansainvälinen johtajakokemus ja painin olympiapronssimitalisti. Jukka Rauhala olisi sopiva ja raikas. Urheilutaustatkin ovat kunnossa. Hän tulee lisäksi lajista, joka käytännössä pelasti Suomen kasvot Ateenassa.”
(kolumni Satakunnan Kansan 13.11.2004)

Tapani Ilkka kiinnitettiin ainoastaan urheilujärjestödiskurssin kautta tulevaksi ehdokkaaksi. Urheilujärjestödiskurssissa sekä huonoon menestykseen että ilmapiiriin liittyvissä perusteluissa Tapani Ilkkaan kohdistettiin negatiivisia argumentteja. Samalla tavoin kuin Ilkka Kanervaa myös Tapani Ilkkaa verrattiin markkinoiden kautta tuleviin

ehdokkaisiin Ilkkaa kritisoiden. Timo Peltola ja Jukka Rauhala kiinnitettiin hyvin samankaltaisesti sekä markkina- että urheilujärjestödiskurssiin. Markkinadiskurssiin heidät kiinnitettiin ainoastaan positiivisessa mielessä nimenomaan huippu-urheilun muutoksiin liittyvissä perusteluissa. Urheilujärjestödiskurssissa heidän aikaisempi urheilumenestys nähtiin hyödyllisenä, erityisesti Rauhalan olympiamitali. Lisäksi Ateenassa 2004 Marko Yli-Hannukselan saavuttama painin olympiahopea luettiin Rauhalan valiksi. Myös kokemattomuus urheilujohtamisesta oli molempien ehdokkaiden valtti näissä puheenjohtajavaaleissa.

7 POHDINTA

Tässä tutkimuksessa urheilujohtajuuden tulkintoja lähestyttiin monista eri näkökulmista. Ensinnäkin tutkimuksessa tarkasteltiin urheilujohtajuuden tulkintoja kolmessa diskurssissa, eli identifioitiin poliittisia, markkinallisia ja urheilujärjestöllisiä diskursiivisia perusteluja. Lisäksi tarkasteltiin urheilujohtajuuden määrittelyyn osallistuneita toimijoita ja heidän suhteitaan passiivisiin toimijoihin eli OK:n puheenjohtajavaalin ehdokkaisiin. Kiinnitin huomiota myös siihen, minkälaisia subjektipositioita ehdokkaille rakennettiin kunkin diskurssin sisällä. Lisäksi tarkastelun kohteena oli, miten ehdokkaat kiinnitettiin eri diskursseihin. Näiden näkökulmien kautta pyrin selvittämään, minkälaisia ominaisuuksia media arvotti urheilujohtajuudelle, ja mitä seurauksia median tulkinnoilla oli puheenjohtajavaalin ja laajemmin huippu-urheilun kannalta.

Poliittisten, markkinallisten ja urheilujärjestöllisten diskursiivisten perustelujen esittäjiä tarkastelemalla voidaan päätellä, että urheilujohtajuutta määrittelivät monet eri toimijat. Usein kuitenkin tietyt toimijat nousevat ratkaisevaan asemaan tiettyjen perustelujen vakiinnuttajina. Näissä perusteluissa vahvimmin määrittelyihin osallistuivat toimittajat uutisjutuissa ja kolumneissa sekä lehdet pääkirjoituksissa. Huomionarvoista on, että lajiliittojen edustajat itse urheilujohtajina eivät juuri saaneet sananvaltaa urheilujohtajuuden tulkinnoissa. Tämä on merkillepantavaa, sillä juuri lajiliittojen edustajat valitsevat olympiadeittain uuden OK:n puheenjohtajan. Myös itse ehdokkaat osallistuivat urheilujohtajuuden tulkintojen tuottamiseen. Heistä vahvimman roolin otti Ilkka Kanerva. Vaalin loppupuolella myös Tapani Ilkka ja Roger Talermo esittivät näkökantonsa. Myös Jukka Rauhala sai äänensä kuuluviin, mutta vain aineiston alkuosassa eli ei enää vaalin ratkaisun kannalta tärkeinä viimeisinä päivinä. Timo Peltola ja Arto Bryggare eivät saaneet ääntänsä kuuluviin kahden viimeisen viikon aikana ennen puheenjohtajan valintaa.

Politiikan diskurssia käsittelevästä aineistosta hahmotettiin kolmenlaisia perusteluja, jotka liittyivät poliitikkojen yhteiskunnalliseen asemaan, urheilun poliittisiin jakolinjoihin ja poliitikkojen toimintatapoihin. Näistä poliittisiin jakolinjoihin ja toimintatapoihin liittyvissä perusteluissa korostuivat vahvasti negatiiviset kannanotot. Sen sijaan yhteiskunnallisissa perusteluissa tuotiin negatiivisten näkökantojen lisäksi

esille myös poliittisen taustan hyötyjä urheilujohtamisessa. Kaiken kaikkiaan poliittiset diskursiiviset perustelut olivat hyvin moninaisia ja ristiriitaisia. Perusteluista voidaan kuitenkin todeta, että negatiiviset ja poliittisia ominaisuuksia alaspäin asemoivat näkökannat nousivat hegemonisiksi positiivisten ja puoltavien argumenttien horjuttaessa niitä, mutta jäädessä kuitenkin marginaalisiksi.

Poliittisissa diskursiivisissa perusteluissa politiikan kautta tulevat ehdokkaat kategorisoitiin sekä osaamiseltaan että arvomaailmaltaan huonoiksi urheilujohtajiksi. Heidän yhteiskunnallinen merkitys kyseenalaistettiin viittaamalla huippu-urheilun rahoituksen siirtyvän yhä enemmän yksityisen sektorin puolelle. Toisaalta myös heidän päämääränsä nähtiin epäilyttävinä. Heidän ei uskottu toimivan urheilun hyväksi vaan omien tavoitteiden saavuttamiseksi. Ilkka Kanerva kategorisoitiin vahvasti politiikan kautta tulevaksi ehdokkaaksi. Häneen liitettiin sekä negatiivisesti sekä positiivisesti yhteiskunnallisiin perusteluihin. Poliittisiin jakolinjoihin ja poliitikkojen toimintatapoihin liittyvät perustelut liitettiin häneen negatiivisessa mielessä. Poikkeuksena tästä mainittakoon hänen omat puoltavat argumenttinsa. Toinen ehdokas, jonka argumentoinneissa politiikkadiskurssi tuotiin esille, oli Roger Talermon. Talermon kiinnitettiin täysin ulkopuoliseksi politiikandiskurssista, mikä koettiin Talermon vahvuudeksi.

Markkinoiden diskurssia käsittelevästä tutkimusaineistosta identifioitiin kahdenlaisia perusteluja. Perustelut liittyivät huippu-urheilun markkinallistumiseen ja yritysjohtajien rooliin. Huippu-urheilun markkinallistumiseen liittyvissä perusteluissa liike-elämän tieto/taito nähtiin pelkästään positiivisena seikkana OK:n puheenjohtajuuden kannalta. Yritysjohtajien roolin liittyvissä perusteluissa elinkeinoelämän huippunimien ajankäyttö ja asema suurissa organisaatioissa nähtiin urheilujohtamisen kannalta ongelmallisena.

Urheilujohtajuuden markkinallisissa diskursiivisissa perusteluissa tuotettiin hyvin erilaisia, täysin vastakkaisiakin, kannanottoja. Vaikka yritysjohtajien rooliin liittyvissä perusteluissa tuotiin esille negatiivisia seikkoja, niissä myös selvästi arvostettiin elinkeinoelämän ammattilaisten osaamista. Tämä saattoi vaikuttaa siten, että markkinalliset diskursiiviset perustelut koettiin mieluummin positiivisiksi kuin negatiivisiksi.

Markkinallisissa urheilujohtajuuden perusteluissa markkinoiden kautta tulevat ehdokkaat kategorisoitiin osaaviksi johtajiksi ja liike-elämän ammattilaisiksi. Heidän uskottiin tuovan rahaa huippu-urheilulle. Heidän arvomaailmaansa kuitenkin epäiltiin, sillä ajankäyttö ja jääviys urheilujohtajana aiheuttivat laajaa keskustelua. Roger Talermo, Jukka Rauhala ja Timo Peltola kategorisoitiin markkinadiskurssiin. Kaikki kiinnitettiin pelkästään positiivisesti huippu-urheilun muutoksiin liittyviin perusteluihin. Ainoastaan Talermo liitettiin negatiivisesti yritysjohtajien rooliin liittyviin perusteluihin. Ilkka Kanerva ja Tapani Ilkka kategorisoitiin täysin ulkopuoliseksi markkinadiskurssista, joka heikensi heidän asemiaan puheenjohtajakilvassa.

Urheilujärjestödiskurssia tarkasteltaessa aineistosta nousivat esiin suomalaisen urheilun huonoon menestykseen liittyvät perustelut ja urheilun ilmapiiriin liittyvät perustelut. Molemmissa perusteluissa tuotettiin pääosin negatiivisia kannanottoja silloisten urheilujohtajien pyrkimyksille OK:n johtopaikalle. Urheilujärjestöissä diskursiivisissa perusteluissa urheilujohtajat kategorisoitiin ammattitaidottomiksi ja heidät kyvyttömyytensä muutokseen tuotiin esille. Joissakin argumenteissa korostettiin urheilulähtöisyyden tärkeyttä, joilla viitattiin urheilujohtajien arvoihin. Urheilujärjestöistä nousevilla urheilujohtajilla on urheilulle sopiva arvomaailma, johon kuuluvat muun muassa vapaaehtoisuus ja yhteisöllisyys. Kaikki ehdokkaat kiinnitettiin joiltain osin urheilujärjestödiskurssiin. Roger Talermo, Jukka Rauhala ja Timo Peltola liitettiin urheilujärjestödiskurssiin ainoastaan urheilutaustansa ja kokemuksensa kautta. Tapani Ilkka ja Ilkka Kanerva silloisina urheilujohtajina kiinnitettiin urheilun huonoon menestykseen ja ilmapiiriin liittyviin perusteluihin, joissa korostui hyvinkin kriittinen äänenpaino.

7.1 Poliittiset, markkinalliset ja urheilujärjestölliset ominaisuudet urheilujohtamisessa

Suomessa urheilujohtajat ovat tähän asti toimineet vahvasti vapaaehtoisuudelle ominaisten arvojen mukaisesti muun muassa ajankäytössä. He ovat työskennelleet urheilun hyväksi laskematta tunteja myös vapaa-ajallaan. Suomalaisen urheilujärjestöjen johtajille onkin ollut tyypillistä vapaaehtoisuudelle ominainen sitoutuminen, mutta silti ammattimainen johtamisen asenne. Näin ollen voidaan todeta, että urheilujärjestöistä nousevilla johtajilla on urheilun arvomaailman kannalta

oikeansuuntaiset päämäärät. Tätä näkökulmaa ei tuotu laajasti esille lehtien tulkinnossa. Yleensä suomalaiset urheilujohtajat on valittu niin sanotusti urheilun sisäpiiristä, jolloin urheilujohtajiksi ovat valikoituneet urheilulähtöiset henkilöt, jotka ovat tottuneet vapaaehtoiseen työhön urheilun hyväksi (Heikkala & Koski 1998, 11, 20–21). Näin urheilujohtajien arvopohjassa on säilynyt pyyteetön palo urheilun kehittämiseksi.

Liikuntakulttuurin muuttuessa neokorporatiivisesta jälkimoderniksi markkinavetoinen ja managerialistinen ajattelutapa ovat yleistyneet (Heikkala & Koski 1998, 8), jolloin on luonnollista, että markkinadiskurssin kautta tulevat urheilujohtajat ovat kysytyjä urheilun johtohahmoiksi. Elinkeinoelämän osaajilla on ammattitaitoa, jolla urheilun rahoitusta voitaisiin painottaa yksityisen sektorin puolelle (Heikkala & Koski 1998, 22). Liikemiehille on ominaista taloudellisen voiton maksimoiminen ja mahdollisimman laajaan medianäkyvyyteen pyrkiminen. Heille urheilujohtaminen ei välttämättä ole yhteisöllistä, omaa identiteettiä tukevaa toimintaa, ainakaan siinä määrin kuin urheilujärjestöjen kautta tuleville johtajille (Heikkala & Koski 1998, 11–12). Urheilujärjestötaustaisen johtajien väheneminen ja liike-elämän kovaan peliin tottuneiden ammattijohtajien lisääntyminen urheilun johtotehtävissä saattaa pahimmassa tapauksessa muuttaa urheilun arvopohjaa oleellisesti. Ennen vuosituhannen vaihtumista urheilun johtopaikoille valittiin melko harvoin yritysmaailman osaajia (Heikkala & Koski 1998, 21), joten arvopohjan mahdollisesta muuttumisesta on vielä vaikea tehdä päätelmiä.

Tulevaisuudessa näemme löytyykö sellaisia urheilujohtajia, joilla pyyteetön urheilun edistäminen ja liike-elämän taidot yhdistyvät, vai ovatko joidenkin toimijoiden mediassa esittämät tulkinnat esimerkiksi Talermon ajankäytöstä ja päämääristä todellisia. Myös Slackin (1998, 28) mukaan tulevaisuuden urheilujohtajuudessa tulee painottaa rakkautta urheiluun ja uskomista sen taloudellisen arvon lisäksi myös sosiaalisiin arvoihin. Näin ollen pelkät markkinadiskurssin ominaisuudet eivät saisi nousta itseoikeutettuun asemaan urheilujohtajia valittaessa. Tässä tutkimuksessa huippu-urheilun markkinallistumiseen liittyvät perustelut pyrittiin tuottamaan faktana, jolloin liike-elämän ammattilaisten ja rahan yhteys tuotettiin itsestään selvytenä. Tällöin raha nousi ylikorostettuun asemaan ja vaihtoehtoiset todellisuuden tulkinnat hämärtyivät. Esimerkiksi arvot urheilujärjestödiskurssin näkökulmasta jäivät kokonaan

keskustelun ulkopuolelle. Jos urheilujohtajan arvot ja sitoutuminen eivät ole kohdallaan, saattaa heidän tietotaito mennä hukkaan, jolloin sitä ei pystytä hyödyntämään täysin urheilun käyttöön. Heikkalan & Kosken (1998, 23) mukaan usein luottamustehtäviin valitut henkilöt, jotka ovat korkeassa yhteiskunnallisessa asemassa, kuten liikemiehet ja poliitikot, eivät ota urheilujohtamista tosissaan ja siten epäonnistuvat hyödyntämään osaamisensa urheilun parissa.

Pelkkä urheilulle ominainen arvomaailma ei enää riitä urheilujohtamisessa 2000-luvulla. Pelkästään urheilujärjestöistä nousevilla urheilujohtajilla on harvoin sellaista liike-elämän osaamista ja sellaisia elinkeinoelämän suhteita, joita tarvittaisiin nykyaikaisessa markkinoistuneessa huippu-urheilussa. Vapaaehtoisuuteen perustuvassa aatemaailmassa luotetaan usein liikaakin valtion apuun, eikä olla valmiita tekemään itsenäisiä ratkaisuja. Urheilujärjestötaustaisilla urheilujohtajilla saattaa olla kiinnostus pelkästään urheilussa, jolloin tarkkojen strategioiden ja kustannusarvioiden tekeminen ei luonnistu. (Watt 2003, 140.).

Markkinadiskurssin lisäksi myös politiikan kautta tulevat johtajat on aikaisemmin nähty arvokkaina urheilun taloudellista tilannetta silmällä pitäen. Valtion tuki huippu-urheilulle on kuitenkin viime aikoina laskenut (Heikkala & Koski 1998, 22), ja tästä syystä poliitikot koettiin median tulkinnoissa hyödyttömiksi urheilun johtotehtäviin. Kuitenkin Houlihan (2003, 352) on sitä mieltä, että kansainvälinen huippu-urheilu on edelleen hyvin riippuvainen valtion tuesta. Niin sanotut globaalit urheilun muodot kuten formula 1 ja pyöräily toimivat täysin omavaraisesti tai yksityisen sektorin rahoituksen varassa. Ne eroavat kuitenkin olympiamenestykseen tähtäävästä urheilusta, joka ei ainakaan vielä ole taloudellisesti valtiosta riippumaton. Myös Watt (2003, 25) muistuttaa, ettei urheilussa tulisi aliarvioida politiikan merkitystä. Hänen mukaansa poliitikkojen päätöksillä on merkittävät seuraukset urheilun taloudelliseen tilanteeseen. Myös Suomen kohdalla olisi vaarallista unohtaa poliitikkojen vaikutus, kun Veikkausvoittorahoja jaetaan urheilulle.

Tulevaisuuden urheilujohtajuudessa korostuvat edelleen vahvasti urheilujärjestödiskurssin ominaisuudet. Markkinadiskurssin merkitys on lisääntynyt jatkuvasti yhteiskunnan muutosten seurauksena. Poliitikandiskurssi on sanomalehtien tulkinnoissa selvästi laskemassa, sillä poliitikkojen osaamista eikä arvoja enää pidetä

oikeina urheilujohtamisen kannalta. Teoriakirjallisuuden mukaan urheilujohtajilta vaaditaan kuitenkin vielä nykypäiväkin kaikkien diskurssien ominaisuuksia. Erityisesti kuitenkin painotetaan urheiluelämän ja – ihmisten tuntemusta, bisnesmaailman lainalaisuuksien tietämystä sekä johtamistaitoja (Watt 2003, 116).

Kukaan OK:n puheenjohtajavaalin ehdokkaista vuonna 2004 ei täyttänyt kaikkien diskurssien ominaisuuksia. Kaikilla oli puutteita ainakin yhden diskurssin alueella. Tämän tutkimuksen diskurssitarkastelussa laaja-alaisin ehdokas OK:n puheenjohtajaksi olisi ollut Timo Peltola. Hänellä on vankka kokemus elinkeinoelämästä, mutta on jo eläkkeellä toimitusjohtajan virastaan. Tällöin hänellä ei pitäisi olla salattuja, omaa asemaa ja yritystä puoltavia, tavoitteita. Lisäksi hän edustaa suunnistusta, joka ei kuulu riitaisten olympialajien rintamaan. Täten hän olisi myös urheilujärjestöllisesti vankka ehdokas. Poliittikkadiskurssissa hänellä ei lehtiartikkelien mukaan ollut vahvuuksia eikä heikkouksia.

7.2 Media urheilujohtajuuden ja yhteiskunnan tuottajana

Median tulkinnoilla oli erityisen suuri vaikutus puheenjohtajan valinnassa, sillä ehdokkailla ei ollut varsinaisesti mitään kampanjaa, jossa he olisivat esittäneet linjauksiaan huippu-urheilusta. Railin (1998, 150–151) mukaan median esittämät tulkinnat nousevat määrittelemään todellisuutta ja syrjäyttävät ihmisen oman kokemisen. Näin kävi myös OK:n puheenjohtajavaalissa, sillä kampanjointia tehtiin pääosin lehtien palstoilla. Erityisesti Roger Talermo antoi vähäiset kommenttinsa pelkästään median kautta. Kaiken lisäksi hän tuli aivan vaalien viime hetkellä mukaan kilpaan. Vahvimmin kampanjointia teki Ilkka Kanerva, joka järjesti tiedostustilaisuuksia, arvio muita ehdokkaita ja oli eniten mediassa esillä.

Median esittämät tulkinnat urheilujohtajuudesta vastasivat osittain puheenjohtajavaalin tulosta. Uudeksi puheenjohtajaksi valittiin Roger Talermo, jonka valtiksi nousi vahva liike-elämän kokemus. Toisaalta muut markkinoiden kautta tulleet ehdokkaat, Timo Peltola ja Jukka Rauhala, eivät nousseet varteenotettaviksi ehdokkaiksi. Rauhala kuitenkin pidettiin nimenomaan tulevaisuuden johtajana, jonka aika ei ole vielä kypsä. Ilkka Kanerva oli yllättävän suosittu, vaikka median tulkinnat hänestä olivat pääosin negatiivisia. Hänellä oli omat poliittiset ja urheilujärjestölliset vahvuutensa, jotka osa lajiliittojen edustajista näki tärkeinä. Toisaalta ehdokkaiden mielipiteisiin ei varmasti

vaikuttanut pelkästään ehdokkaiden poliittiset, markkinalliset ja urheilujärjestölliset diskursiiviset perustelut. Ehdokkaiden persoonallisuuksilla ja lajiliittojen sisäisillä kamppailuilla oli varmasti suuri merkitys vaalin tulokseen. Mielenkiintoisena jatkotutkimuksen kohteena voisivat olla ehdokkaiden julkisuuskuvat lajiliittojen edustajien silmissä. Tällöin saataisiin enemmän tietoa siitä, mikä merkitys ehdokkaan imagolla on valittaessa Suomen urheilun korkea-arvoisinta johtajaa. Heikkalan ja Kosken (1998, 20) mukaan urheilujohtajia valittaessa maine ja saavutetut tulokset ovat avainasemassa.

Median tulkinnat vahvistivat markkinoistuneen huippu-urheilun kehittymistä Suomessa, niin positiivisina markkinadiskurssin ominaisuudet ja ehdokkaat nähtiin. Huippu-urheilu nähtiin muuttuneen lähemmäs Houlihanin (2003, 352) määrittelemää globaalia urheilua, jossa valtion taloudellinen tuki ei olisi enää keskeisellä sijalla. Median tulkintojen perusteella politiikan mukanaolo Suomen urheilussa tulisi tulevaisuudessa vähenemään. Suomen yhteiskunnalle ja kansalaisille huippu-urheilu on kuitenkin edelleen tärkeä asia kansallisaatetta ja kansanterveyttäkin ajatellen. Myös Mick Greenin ja Barrie Houlihanin (2005, 1) mukaan kansainvälinen urheilumenestyminen tuo kansalaisille mielihyvää. Lisäksi he painottavat niitä taloudellisia ja diplomaattisia etuja, joita valtio urheilumenestyksestä saa. Myös Heikkala (1994, 228) painottaa sitä kansainvälistä tunnettavuutta, jota Suomi saa menestyneiden urheilijoidensa kautta. Näin ollen valtion roolia urheilun resurssien hankinnassa ei voida täysin pois sulkea.

Median valta vaikuttaa oleellisesti urheilun ominaispiirteisiin ja niihin tulevaisuuden kehityssuuntauksiin, joita urheilu tulee kohtaamaan. Huippu-urheilu ja urheilujohtajuus muuttavat muotoaan median esittämien tulkintojen perusteella kohti kapitalistisen yhteiskunnan ominaispiirteitä (Rail 1998, 143). Toisaalta huippu-urheilussa ja urheilujohtajuudessa tapahtuneet muutokset uusintavat edelleen koko jälkimodernin yhteiskunnan muutosta. Esimerkiksi urheilujohtamisen ammattimaistuuessa huippu-urheilun kaupallisuus lisääntyy entisestään (Robinson 2003, 170), joka puolestaan vaikuttaa koko yhteiskunnan kehityssuuntaan. Kuitenkin Steadin (2003, 189) mukaan urheilun itsemääräämisoikeus on heikentynyt ja median rooli urheilun toimintatapojen rakentajana ja muokkaajana on vahvistunut. Tällä on vaikutuksensa luonnollisesti myös urheilujohtamiseen, joka saattaa menettää arvokkaitakin ominaisuuksia median tulkintojen kautta.

LÄHTEET

Alasuutari, P. 1999. Laadullinen tutkimus. 3.uud. painos. Tampere: Vastapaino.

Aula, P. & Heinonen, J. 2002. Maine menestystekijä. Helsinki: WSOY.

Auld, C.J. 1997. Professionalisation of Australian Sport Administration: The Effects on Organisational Decision Making. *European Journal of Sport Management* 2 (4), 17–35.

Bale, J & Maguire, J. 1994. Athletic talent migration in an interdependent world. London: Cass.

Bale, J. 2003. *Sports Geography*. Second edition. London: Routledge.

Beck, U. 1995. Poliitiikan uudelleen keksiminen. Kohti refleksiivisen modernisaation teoriaa. Teoksessa Beck, U., Giddens, A. & Lash, S. *Nykyajan jäljillä*. Tampere: Vastapaino.

Bromley, D.B. 1993. Reputation, image and impression management. Chichester: Wiley.

Donnelly, P. 1996. The Local and the Global: Globalization in the Sociology of Sport. *Journal of Sport and Social Issues* 20, 239–257.

Eskola, J. & Suoranta, J. 1996. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Rovaniemi: Lapin yliopisto.

Eskola, T., Matti, T. & Kaurinkoski, K. 1998. *Sivistyssanakirja*. Keuruu: Otava.

Fairclough, N. 1992. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.

Fairclough, N. 1997. *Miten media puhuu*. Tampere: Vastapaino.

Fombrun, C.J. 1996. *Reputation. Realizing Value from the Corporate Image*. Boston: Harvard Business School Press.

Fornäs, J. 1998. *Kulttuuriteoria. Myöhäismodernin ulottuvuuksia*. Tampere: Vastapaino.

Galtung, J. & Ruge, M. 1965. The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Foreign Newspapers. *Journal of Peace Research* 1, 64–90.

Giddens, A. 1992. *The transformation of intimacy : sexuality, love and eroticism in modern societies*. Cambridge : Polity Press.

Giddens, A. 1994. *Beyond Left and Right. The Future Radical Politics*. Cambridge: Polity Press.

- Goffman, E. 1986. *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Boston (Mass.): Northeastern University Press.
- Green, M. & Houlihan, B. 2005. *Elite Sport Development. Policy learning and political priorities*. London: Routledge.
- Heikkala, J. 1994. *Huippu-urheilu, kansainvälisyys ja kansallinen identiteetti*. Teoksessa *Liikunnan yhteiskunnallinen perusta. Tieteellinen katsaus*. Jyväskylä: Liikunnan ja kansanterveyden edistämissäätiö (Likes): Opetusministeriön liikunta- ja nuoriso-osasto.
- Heikkala, J. 1998. *Ajolahti turvattomiin kotipesiin: Liikunnan järjestökentän muutos 1990-luvun Suomessa*. Tampere: Tampereen yliopisto. Väitöskirja.
- Heikkala, J. 2000. *Liikunnan järjestökentän muutokset ja toimintaympäristö*. Teoksessa *Itkonen, H., Heikkala, J., Ilmanen, K. & Koski, P. (toim.) Liikunnan kansalaistoiminta – muutokset, merkitykset ja reunaehdot*. Helsinki: Liikuntatieteellinen seura. 119–134
- Heikkala, J. & Koski, P. 1998. *Professionalization and Organizations of Mixed Rationales: The Case of Finnish National Sport Organizations*. *European Journal of Sport Management* 1 (5) 7–27.
- Heikkala, J. & Koski, P. 1999. *Reaching Out For New Frontiers. The Finnish Physical Culture in Transition in the 1990's*. University of Jyväskylä: Department of Social Sciences of Sport.
- Heikkala, J. & Koski, P. 2000. *Järjestöt kolmen merkitysulottuvuuden – vapaaehtoisuuden, valtion ja markkinoiden – leikkauspisteessä*. Teoksessa *Itkonen, H., Heikkala, J., Ilmanen, K., & Koski, P. (toim.) Liikunnan kansalaistoiminta – muutokset, merkitykset ja reunaehdot*. Helsinki: Liikuntatieteellinen seura. 107–118.
- Heinilä, K. 1982. *The totalization process in international sport: toward a theory of the totalization in competition in top-level sport*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Heiskala, R. 1990. *Goffmanista semioottiseen sosiologiaan*. *Sosiologia* 27, 90–107.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2000. *Tutki ja kirjoita*. 6.uud.painos. Helsinki: Tammi.
- Horne, J., Tomlinson, A. & Whannel, G. 1999. *Understanding sport. An Introduction to the Sociological and Cultural Analysis of Sport*. London: Routledge.
- Houlihan, B. 2003. *Sport and globalisation*. Teoksessa *Houlihan, B. (toim.) Sport & Society. A student introduction*. London: Sage. 345–363.
- Huippu-urheilu 2000-luvulla. Strategia suomalaisen huippu-urheilun kehittämiseksi 2002–2006*. 2001. Helsinki: Suomen Olympiayhdistys ry.
- Ilmanen, K., Itkonen, H., Matilainen, P. & Vuolle, P. 2004. *Urheilun julkisuuskuva*. Jyväskylän yliopisto: Liikunnan sosiaalitieteiden laitoksen tutkimuksia 1/2004.

- Itkonen, H. 2004. Urheilun eriytyneet kentät. Teoksessa Hintikka, M., Tikander, V., & Ylimaa, M. (toim.) Suomen Olympia-Akatemian 18.istunto Joensuussa 16.10.2004. Helsinki: Suomen Olympiakomitea ry.
- Itkonen, H. 1996. Kenttien kutsu: tutkimus liikuntakulttuurin muutoksesta. Helsinki: Gaudeamus.
- Jhally, S. 1989. Cultural Studies and the Sports/Media Complex. Teoksessa Wenner, L.A (toim.) Media, Sports & Society. London: Sage.
- Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. 1993. Diskursiivinen maailma: teoreettiset lähtökohdat ja analyttiset käsitteet. Teoksessa Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. (toim.) Diskurssianalyysin aakkoset. Tampere: Vastapaino. 17–47.
- Jokinen, A. & Juhila, K. 1993. Valtasuhteiden analysoiminen. Teoksessa Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. (toim.) Diskurssianalyysin aakkoset. Tampere: Vastapaino. 75–110.
- Jokinen, A. & Juhila, K. 1999. Diskurssianalyttisen tutkimuksen kartta. Teoksessa Jokinen, A., Juhila, K., & Suoninen, E. (toim.) Diskurssianalyysi liikkeessä. Tampere: Vastapaino. 54–100.
- Jokinen, A. 1999. Vakuuttelevan ja suostuttelevan retoriikan analysoiminen. Teoksessa Jokinen, A., Juhila, K., & Suoninen, E. (toim.) Diskurssianalyysi liikkeessä. Tampere: Vastapaino. 126–159.
- Juhila, K. & Suoninen, E. 1999. Kymmenen kysymystä diskurssianalyysistä. Teoksessa Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. (toim.) Diskurssianalyysi liikkeessä. Tampere: Vastapaino. 233–252.
- Kantola, A., Moring, I. & Väliverronen, E. 1998. Media-analyysi: tekstistä tulkintaan. Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.
- Karvonen, E. 1999. Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Tampere: Gaudeamus.
- Kinkema, K.M & Harris, J.C. 1998. Mediasport studies: Key research and emerging issues. Teoksessa Wenner L.A Mediasport. London Routledge. 27–56.
- Koski, P. & Heikkala, J. 1998. Suomalaisen urheiluorganisaation muutos: Lajiliitot professionaalistumisen prosessissa. Jyväskylän yliopisto: Liikunnan sosiaalitieteiden laitoksen tutkimuksia No 63/1998.
- Lash, S. & Urry, J. 1994. Economies of Signs and Space. London: Sage.
- Lehtonen, M. 1996. Merkitysten maailma: kulttuurisen tekstintutkimuksen lähtökohtia. Tampere: Vastapaino.
- Lehtonen, J. 1998. Yhteisöt ja julkisuus. Mainonnasta yhteiskunnalliseen keskusteluun. Teoksessa Kivikuru & Kunelius (toim.) Viestinnän jäljillä. Juva: WSOY.

- Maguire, J. & Bale, J. 1994. *The Global Sports Arena*. London: Frank Cass.
- Malmsten, P. 2002. *Mediebilden i verkligheten. Strategiskt publicitetsarbete för moderna organisationer*. Malmö: Liber.
- Matthies, A-L. 1994. Epävirallisen sektorin ja hyvinvointivaltion suhteiden tarkastelua. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. *Jyväskylä Studies in Education, Psychology and Social Research* 110.
- McCombs, M. & Shaw, D. 1972. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly* 36 (2), 176–185.
- McQuail, D. 1994. *Mass Communication Theory: an introduction*. 3rd edition. London: Sage.
- McQuail, D. 2000. *McQuail's Mass Communication Theory*. 4th edition. London: Sage.
- Miller, T., Lawrence, G., McKay, J. & Rowe, D. 2001. *Globalization and sport*. London: Sage.
- Mörä, T. 1996. Journalistit rutiinien verkossa. Teoksessa Luostarinen, H., Kivikuru, U., & Ukkola, M. *Sopulisilppuri: mediakritiikin näkökulmia*. Lahti: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. 105–116.
- Nurminen, A. 1998. Ovatko tiedotusvälineet mielikuva-automaatteja? Teoksessa Perko, T. & Salokangas R. (toim.) *Kymmenen kysymystä journalismista*. Jyväskylä: Atena. 183–206.
- Olkkonen, R. 1999. *Forging links between marketing and sponsorship. A Theoretical Investigation*. Turku: Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja.
- Perko, T. 1998. Media on nykypäivän kirkko ja raamattu. Teoksessa Perko, T. & Salokangas, R. (toim.) *Kymmenen kysymystä journalismista*. Jyväskylä: Atena. 9–38.
- Petersen, O & Carlberg, I. 1990. *Makten över tanken: en bok om det svenska massmediesamhället*. Stockholm: Carlsson.
- Rail, G. 1998. *Seismography of the Postmodern Condition: Three Thesis on the Implosion of Sport*. Teoksessa Rail, G. (toim.) *Sport and Postmodern times*. New York: Suny.
- Real, M.R. 1998. *Mediasport: Technology and the Commodification of Postmodern Sport*. Teoksessa Wenner L.A *Mediasport*. London Routledge. 14–26.
- Robinson, L. 2003. *The Business of Sport*. Teoksessa Houlihan, B. (toim.) *Sport & Society. A student introduction*. London: Sage. 165–184.
- Rope, T. & Mether, J. 1987. *Mielikuvamarkkinointi*. Espoo: Weilin+Göös.

- Rope, T & Mether, J. 2001. Tavoitteena menestysbrandi: onnistu mielikuvamarkkinoilla. Helsinki: WSOY.
- Rosenberg, J. 1998. Uutislähteet päiväjärjestyksen rakentajina ja portteina. Teoksessa Kivikuru, U. & Pietiläinen, J. (toim.) Uutisia yli rajojen. Lahti: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.
- Rowe, D. 1999. Sport, culture and the media. The untruly trinity. Buckingham: Open University Press.
- Scholte, J.A. 2000. Globalisation: a Critical introduction. Basingstoke: Palgrave.
- Shank, M. 1999. Sports Marketing. A Strategic Perspective. New Jersey: Prentice-Hall, Inc. Upper Saddle River.
- Sirkkunen, E. 1996. Yksi uutinen – monta puntaria. Teoksessa Luostarinen, H., Kivikuru, U., & Ukkola, M. (toim.) Sopulisilppuri: mediakritiikin näkökulmia. Lahti: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. 61–82.
- Slack, T. & Hinnings, B. 1992. Understanding change in national sports organisations: an integration of theoretical perspectives. *Journal of Sport Management* 6, 114–132.
- Slack, T. 1998. Is there anything unique about sport management? *European Journal for Sport Management* 2 (5), 21–29.
- Stead, D. 2003. Sport and the media. Teoksessa Houlihan, B. (toim.) *Sport & Society. A student introduction*. London: Sage. 184–200.
- Suhonen, P. 1994. Mediat me ja ympäristö. Helsinki: Hanki ja jää.
- Suomen Olympiakomitea ry:n säännöt. Helsinki: Suomen Olympiakomitea.
- Suomen Olympiakomitean toimintakertomus 2004. 2005. Helsinki: Suomen Olympiakomitea.
- Suoninen, E. 1999. Näkökulma sosiaalisen todellisuuden rakentumiseen. Teoksessa Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. (toim.) *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Tampere: Vastapaino. 17–36.
- Tuchman, G. 1978. Making news: a study in the construction of reality. New York: The Free Press.
- Valtonen, S. 1998. Hyvä, paha media. Teoksessa Kantola, A., Moring, I. & Väliaverronen, E. (toim.) *Media-analyysi: tekstistä tulkintaan*. Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.
- Vos, M. F. 1996. The Corporate Image Concept. A strategic approach. Second edition. Utrecht : Lemma.

Väliverronen, E. 1998. Mediatektistä tulkintaan. Teoksessa Kantola, A., Moring, I. & Väliverronen, E. (toim.) Media-analyysi: tekstistä tulkintaan. Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.

Watt, D.C. 2003. Sports Management and administration. Second edition. London: Routledge.

Wenner, L.A. 1989. Media, Sports and Society: The Research Agenda. Teoksessa Wenner, L.A (toim.) Media, Sports & Society. London: Sage.

Wenner, L.A. 1998. Playing the MediaSport Game. Teoksessa Wenner, L.A. (toim.) Mediasport. London: Routledge.

Whitson, D. 1998. Circuits of promotion: Media, marketing and the globalization of sport. Teoksessa Wenner L.A Mediasport. London Routledge. 57–72.

Young, D. 1998. Nonprofit Management Studies in the United States: The State of the Art. European Journal of Sport Management 2 (5), 30–41.

Åberg, L. 2000. Viestinnän johtaminen. Helsinki: Inforviestintä.

Elektroniset lähteet:

Suomen Olympiakomitean tausta ja tehtävät. 2006. Suomen Olympiakomitea ry. Saatavilla WWW-muodossa >URL:
http://www.noc.fi/suomen_olympiakomitea/tausta_ja_tehtavat/.HTML>.9.1.2006.