

AAMU ON AINA ASKELEEN JÄLJESSÄ

Lukijatutkimus Keski-suomalaisen urheilujournalismin modernisaatiosta

Heli Kiukkonen

Journalistiikan pro gradu -tutkielma

Kevät 2013

Viestintätieteiden laitos

Jyväskylän yliopisto

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty HUMANISTINEN	Laitos – Department Viestintätieteiden
Tekijä – Author Heli Kiukkonen	
Työn nimi – Title AAMU ON AINA ASKELEEN JÄLJESSÄ Lukijatutkimus Keskisuomalaisen urheilujournalismin modernisaatiosta	
Oppiaine – Subject Journalistiikka	Työn laji – Level Pro gradu -tutkielma
Aika – Month and year Helmikuu 2013	Sivumäärä – Number of pages 161 + liitteet
Tiivistelmä – Abstract <p>Tutkimuskysymyksiäni olivat: 1. Millaista urheilujournalismia Keskisuomalaisen lukijat haluavat printti- ja verkkolehdeksi? 2. Millaisen tiedon yleisö hankkii jo edellisenä iltana verkosta tai muista sähköisistä medioista – mitä ei kannata laittaa lehteen? Näiden kysymysten ääreen minut johdatti urheilujournalismin modernisaatiokehitys, josta ammattikunta ja yleisö ajattelevat osittain eri tavoin.</p> <p>Tiedonkeruuni lähtökohtana olivat Keskisuomalaisen viiden urheilutoimittajan teemahaastattelut, joiden avulla kartoitin nykytilannetta ja kokonaiskuvaa. Pääaineisto kerättiin kolmella caselähtöisellä verkkokyselyllä, jotka toteutettiin Keskisuomalaisen käyttämän Research and Analysis of Media (RAM) -lukijapaneelin avulla.</p> <p>Lukijatutkimuksessa selvisi, että yleisö kaipaa edelleen myös vanhan polven tulos- ja selostuspainotteista urheilujournalismia. Journalistiset ihanteet ja yleisön tarpeet ovat siis osin ristiriidassa keskenään. Sähköisten ja painetun median välillä eniten päällekkäisyyttä koetaan olevan tulosuutisoinnissa. Loppupohdinnassa ehdotan, että jatkossa Keskisuomalaisen urheilutoimituksen kannattaisi tarjota muun muassa hyvin harkittua ultrapaikallista sisältöä, lisää juttuja nuorille ja naisille sekä vähemmän tulosurheilua. Lisäksi koko urheilujournalistisen kentän olisi syytä pohtia, olisiko aika jo kypsä urheilujournalismin ”urheilun” laajentamiselle.</p>	
Asiasanat – Keywords Journalismi, urheilujournalismi, verkkojournalismi, yleisö, lukijat, Keskisuomalainen	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopisto	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	1
1.1 KESKEISET KÄSITTEET	4
1.1.1 <i>Journalismi ja urheilujournalismi</i>	4
1.1.2 <i>Printtilehti, verkkolehti ja verkkopalvelu</i>	5
1.1.3 <i>Juttutyypit</i>	6
1.1.4 <i>Yleisö ja vastaanotto</i>	7
1.2 TUTKIMUSKYSYMYKSET	9
2 TUTKIMUSSTRATEGIA	13
2.1 TUTKIMUSSTRATEGIANA SURVEY JA TAPAUSTUTKIMUS.....	13
2.2 AINEISTONKERUU	14
2.2.1 <i>Teemahaastattelut ja tiedonhankintahaastattelut</i>	14
2.2.2 <i>Verkkokyselyt RAM-paneelilla</i>	16
2.3 ANALYYSITAVAT	19
2.3.1 <i>Haastatteluaineiston ad hoc -analyysi</i>	19
2.3.2 <i>Kyselyaineiston analyysi</i>	19
2.4 TUTKIMUSETIIKKA	21
2.5 MIKSI EDES TUTKIA YLEISÖÄ – METODIKRIITTINEN ITSEARVIOINTI	25
2.5.1 <i>Aineiston hankinnan ongelmat</i>	26
2.5.2 <i>Akilleen kantapäät analyysissä</i>	28
2.5.3 <i>Viheliäinen viimeistely</i>	29
3 URHEILUJOURNALISMI TEORIASSA	31
3.1 AIEMPI TUTKIMUS.....	31
3.2 URHEILUJOURNALISMIN HISTORIAA	32
3.3 URHEILUJOURNALISMI TÄNÄÄN	36
3.3.1 <i>Urheilujournalistiset juttutyypit</i>	37
3.3.2 <i>Miten urheilujournalismia kulutetaan?</i>	39
3.4 VANHAN POLVEN URHEILUJOURNALISMI JA MODERNI URHEILUJOURNALISMI	49
4 KESKISUOMALAISEN URHEILUJOURNALISMIN TOIMINTAYMPÄRISTÖ	53
4.1 KESKISUOMALAISEN URHEILUJOURNALISMIN HISTORIAA.....	53

4.2 KOLME ESIMIESTÄ – KOLME SISÄLLÖLLISTÄ LINJAA.....	53
4.3 KATSAUS KESKISUOMALAISEEN URHEILUELÄMÄÄN KAUDELLA 2012	61
5 URHEILUJOURNALISMI KÄYTÄNNÖSSÄ: KEURUUN SM-HIIHDOT	62
5.1 ENSIMMÄISEN CASEN UUTISLUONNE	63
5.2 VASTAAJIEN TAUSTATIETOJA	64
5.3 HARVAKSELTAAN URHEILUJUTTUJA LUKEVIEN NÄKEMYKSIÄ.....	66
5.4 PRINTTILEHDEN LUETUIMMAT JA KEHUTUIMMAT JUTUT	71
5.5 VERKKOLEHDEN KATSOTUIMMAT JA KEHUTUIMMAT SISÄLLÖT	74
5.6 KRIITTISTÄ PALAUTETTA SAANEET JUTUT JA SISÄLLÖT	76
5.7 KUINKA PITKÄN ASKELEEN AAMU OLI JÄLJESSÄ?	78
5.8 PALAUTETTA TOIMITTAJIEN MIELIPIDEJUTUISTA	82
5.9 KOKONAISVALTAISTA PALAUTETTA URHEILUTOIMITUKSELLE	83
6 URHEILUJOURNALISMI KÄYTÄNNÖSSÄ: JYPIN PUDOTUSPELIT	88
6.1 TOISEN CASEN UUTISLUONNE.....	88
6.2 VASTAAJIEN TAUSTATIETOJA	90
6.3 PRINTTILEHDEN LUETUIMMAT JA KEHUTUIMMAT JUTUT	93
6.4 VERKKOLEHDEN KATSOTUIMMAT JA KEHUTUIMMAT SISÄLLÖT	97
6.5 KRIITTISTÄ PALAUTETTA SAANEET JUTUT JA SISÄLLÖT	100
6.6 KUINKA PITKÄN ASKELEEN AAMU OLI JÄLJESSÄ?	101
6.7 MILLAINEN ON HYVÄ OTTELURAPORTTI?	103
6.8 SEURATAANKO MAAKUNTALEHDESTÄ MUIDENKIN LIIGASEUROJEN PELEJÄ?.....	107
6.9 KOKONAISVALTAISTA PALAUTETTA URHEILUTOIMITUKSELLE	108
7 URHEILUJOURNALISMI KÄYTÄNNÖSSÄ: MM-RALLI	112
7.1 KOLMANNEN CASEN UUTISLUONNE.....	112
7.2 VASTAAJIEN TAUSTATIETOJA	114
7.3 LUKIJOIDEN MIELIPITEITÄ ENNAKKOPAKETISTA.....	116
7.4 PRINTTILEHDEN LUETUIMMAT JUTUT	120
7.5 LUKIJOIDEN MIELIPITEITÄ RALLIAIHEISESTA KSML.FI-VERKKOPALVELUSTA	122
7.6 PALAUTETTA TOIMITTAJIEN MIELIPIDEJUTUISTA	125
7.7 KUINKA PITKÄN ASKELEEN AAMU OLI JÄLJESSÄ?	127
7.8 KOKONAISVALTAISTA PALAUTETTA URHEILUTOIMITUKSELLE	128

8 TULOKSET JA POHDINTA.....	130
8.1 TUTKIMUSTULOSTEN YHTEENVETO	130
8.1.1 <i>Ketkä kuluttavat urheilujournalismia?</i>	130
8.1.2 <i>Millaista urheilujournalismia yleisö haluaa printtilehdeltä?</i>	131
8.1.3 <i>Millaista urheilujournalismia yleisö haluaa verkkolehdeltä?</i>	136
8.1.4 <i>Mitä ei kannata laittaa lehteen?</i>	137
8.2 KOHTAAVATKO JOURNALISTISET IHANTEET JA YLEISÖN TARPEET?	138
8.3 MIHIN SUUNTAAN URHEILUJOURNALISMIA KANNATTAISI KEHITTÄÄ?	140
8.4 SUUNTAVIIVOJA JATKOTUTKIMUKSELLE – YLEISÖÄ YMMÄRTÄMÄSSÄ.....	147
8.5 LOPUKSI.....	150
LÄHTEET	151

LIITE 1: TEEMAHAASTattelun kysymykset

LIITE 2: Kyselylomake – Case 1. Keuruun SM-hiihdot

LIITE 3: Kyselylomake – Case 2. Jypin pudotuspelit

LIITE 4: Kyselylomake – Case 3. MM-rallit

1 JOHDANTO

”Painokoneet seis!” huudetaan journalistiikan uudessa valintakoe kirjassa (Vehkoo 2011), joka tulevaisuuden toimittajiksi halajavien on sisäistettävä (@Jyväskylän yliopiston valintaopas 2012)¹. Vehkoon pääteesi on, että vaikka sanomalehdillä menee vielä toistaiseksi hyvin, levikkien kehityssuunta on jatkuvasti laskeva, minkä vuoksi lehtitalojen täytyy viimeistään nyt herätä horroksestaan.

Sanomalehti Keski-suomalaisessa, kuten niin monessa muussakin lehtitalossa, on pyritty koko verkko-aiakauden ajan uudistamaan printtilehden journalismia – niin myös urheilusivuilla. Yksi näkyvimmistä esimerkeistä on otteluraportointi: kun perinteisesti esimerkiksi jääkiekko-ottelusta on kuvailtu erä erältä maalit ja jäähyt, nykyään ottelutapahtumat pyritään hoitamaan kekseliäämmin esimerkiksi henkilön kautta tai pelitapaa syvällisemmin analysoiden. Syynä on se, että kun paikan päällä on jo ollut 4000 ihmistä, ei aamulla ole enää järkeä selostaa ottelutapahtumia – etenkin, kun tulokset, maalintehtävät ja jäähyminuutit on uutisoitu jo edellisenä iltana moneen otteeseen erilaisissa sähköisissä medioissa, myös Keski-suomalaisen verkkosivuilla. Urheilutoimittaja Heikki Kärki (haastattelu, 2011) kuvaa kehityssuuntaa näin:

”Jos halutaan, että lehti tuo lisäarvoa, niin – – jokaisen pelijutun täytyy olla kuin pieniä kolumneja siitä pelistä tai sen joukkueen tarinasta ja tiestä. Näkemyksellisyys ja analyttisyys ja entistä kovempi asiantuntemus korostuvat paperilehdessä. Selostava ote täytyy poistaa kaiken semmoisen kohdalla, mikä tulee sähköisessä mediassa laajalti.”

Vaikka ammattikunta on asiasta melko yksimielinen, uudistus on aiheuttanut närää lukijoiden keskuudessa. Kaikesta edellä esitetystä huolimatta jotkut haluaisivat lukea tarta pä tarta -jutun aamun lehdestä, koska siihen on totuttu ja sitä osataan odottaa.

¹ Tässä tutkimuksessa internetlähteisiin on viitattu @-merkillä. Käytäntö lainattu Rahkoselta (2011, 7). Internetlähteet löytyvät lähdeluettelosta Internet (@) -väliotsikon alta.

Kysymys kuuluu, tarjoaako Keski-suomalainen lukijoille modernimpaa sisältöä kuin yleisö haluaisi lukea?

Muissakin tutkimuksissa on huomattu, etteivät ”yleisön kulutustottumukset ja journalismin omat arvojärjestykset aina kohtaa” (Kunelius 2004, 113). Ristiriidan selvittäminen on tärkeää, sillä sanomalehtien levikit ovat laskeneet jo pitkään. Viime vuosina lasku on ollut loivaa, mutta selvää: vuodesta 2009 vuoteen 2010 seitsenpäiväisten sanomalehtien kokonaislevikki laski 2,7 prosenttia (Suomen Lehdistö 6–7/2011, 22–23) ja vuodesta 2010 vuoteen 2011 laskua tuli 3,1 prosenttia. (Suomen Lehdistö 6–7/2012, 14–15). Myös Keski-suomalaisen levikkikehitys on noudattanut samaa kaavaa: vuonna 1998 vahvistettu levikki oli vielä 76 040, mutta vuonna 2010 se oli notkahtanut jo 68 880:aan ja edelleen vuonna 2011 loiva lasku jatkui 68 101:een (@Levikintarkastus 2012).

Maakunnallisen sanomalehdistön levikki kasvoi 1950-luvulta 1990-luvun puoleen väliin samaa tahtia bruttokansantuotteen kasvun kanssa, mutta 1990-luvun lama pani kehitykselle stopin, ja seitsenpäiväisiltä sanomalehdiltä hävisi neljässä vuodessa (1990–93) 157 000 tilaajaa. Vaikka laman jälkeen alkoi jälleen noususuhdanne, tilaajien menettäminen jatkui. Esimerkiksi Keski-suomalaisen peitto oli ollut Jyväskylässä 1960-luvulta lähtien yli 90 prosenttia, mutta vuonna 1997 lukema oli enää 74,3 prosenttia. Muualla Keski-Suomessa maakuntalehden peitto oli vuonna 1997 vain 60,3 prosenttia. (Mervola 1998, 59–63, 71.) Eikä kehitys ole senkään jälkeen jatkunut järin suotuisana: vuonna 2010 maakuntalehti tavoitti enää 50,8 prosenttia jyväskyläläisistä ja 49,2 prosenttia keski-suomalaisista ihmisistä (@Levikintarkastus 2010).

1990-luvun levikkinotkahduksen aikaan tapahtui muutakin merkittävää kuin talouslama: sähköisten medioiden ja sanomalehdistön kilpajuoksu nimittäin alkoi toden teolla. Internet rupesi pesiytymään suomalaisiin koteihin, mikä mullisti mediamaiseman peruuttamattomasti. Samaan aikaan, 1980-luvun lopulta 1990-luvun puoliväliin, televisio lisäsi tarjontaansa huomattavasti nopeammin kuin lehdistö. Siis tiivistetysti: ”lukijan näkökulmasta sanomalehden tilaaminen asettui 1990-luvulla osaksi melko

monimutkaista mediavalintojen viidakkoa”. (Mervola 1998, 72.) Viidakko tiheni entisestään 2000-luvulla, kun internet ”mullisti tiedonvälityksen, mediamaailman ja koko journalistisen kulttuurin sekä muutti työ- ja elintapoja kaikkialla” (Uimonen 2009, 294). Tätä kirjoitettaessa, vuonna 2013, mediamaiseman biodiversiteetti on jälleen monimuotoistunut kiitos sosiaalisen median, joka tarjoilee yhä useamman uutisaiheen Facebookissa tai Twitterissä ennen kuin perinteinen valtamedia ehtii korvaansa lotkauttaa (Vehkoo 2011, 14).

Samaan aikaan mediatalot ovat listautuneet pörssiyrityksiä, mikä Keski-suomalaisessa tapahtui vuonna 1999 (@Keski-suomalainen 2012a). Osakkeenomistajille on jaettava yhä muhkeampia osinkoja, ja toimintoja tehostetaan jatkuvasti. Vaikka mediataloissa tehdään miljoonien liikevoittoja vuosittain, YT-neuvotteluita käydään taajaan ja tuottamattomia julkaisuja lopetetaan. Enää ei riitä, että miellytetään lukijoita – nyt on miellytettävä myös sijoittajia.

Kaiken edellä esitetyn perusteella lienee täysin aiheellista ennustaa paperisen sanomalehden kuolemaa jollain aikavälillä. Voidaan kuitenkin ajatella myös niin, että kyse on vain välineellisestä mullistuksesta, ei sisällöllisestä sukupuutosta.

Sanomalehden kuoleman ei tarvitse tarkoittaa journalismin kuolemaa (ks. mm. Vehkoo 2011), kuten myös urheilutoimittaja Heikki Kärki (haastattelu, 2011) tiivistää:

”En sitten lopulta kuitenkaan tiedä, onko verkon ja printin eriyttämisellä niin hirveästi väliä, kunhan jutut on hyvin tehtyjä, kiinnostavia, koukuttavia, helppolukuisia, viihdyttäviä ja niin edelleen. – – Koko tämä verkon tuleminen ja mediamullistukset, niin meikä on kyllä jossain vaiheessa lakannut stressaamasta. Journalismihan on tällä hetkellä kulutetumpaa kuin koskaan. – – Minä en ole ansaintalogiikoista huolissani, kai ne sitten seuraa perässä. Jos se (paperilehti) kuolee, niin se kuolee. Minä uskon, että hyvin toimitetulle urheilusisällölle tarvitaan ammattimaisia tekijöitä myös tulevaisuudessa.”

Kehittämistyössä on siis enemmän kyse journalismin laadusta ja sisällöstä kuin välineestä, jonka kautta sitä tarjotaan. Ajatellaanpa asiaa kuitenkin missä valossa tahansa, on päivänselvää, että journalismia kokonaisuudessaan on ryhdyttävä ajattelemaan uudella tavalla. Toimitetun sisällön on välineestä riippumatta oltava entistä

laadukkaampaa, sillä löysää, suodattamatonta ja prosessoimatonta informaatiomassaa on riittävästi tarjolla ihan ilmaiseksi.

Ennen tutkimuskysymysten esittelyä avaan vielä lyhyesti työn keskeisimmät käsitteet ja perustelen, missä merkityksissä niitä tässä tutkimuksessa käytetään.

1.1 Keskeiset käsitteet

1.1.1 Journalismi ja urheilujournalismi

Yksinkertaisimmilleen tyypistettynä journalismi on ”ajankohtaista ja faktapohjaista joukkoviestintää”, joka edellyttää sanomien välittämiseen teknistä joukkoviestintä, kuten sanomalehteä. Journalismi on luonteeltaan yhtä aikaa itsenäistä, journalistiseen harkintaan perustuvaa, ja suurta yleisöä edustavaa. Ristipaineen vaatimusten kenttään tuo se, että journalismi on yleensä myös yksityistä liiketoimintaa ja siksi taloudellista voittoa tavoittelevaa kustannustoimintaa. (Kunelius 2004, 21–24; Kuutti 2006, 73.)

Urheilujournalismin käsite ei ole yhtä yksiselitteinen, eivätkä aiemmatkaan tutkijat ole onnistuneet sen määrittelemisessä kovin tiiviisti (ks. mm. Koljonen 2000, 4; Laine 2011, 42). Journalismin alalajiksi sen voinee niputtaa ongelmitta, mutta tarkempi sanallinen kuvaaminen ansaitsisi melkein oman gradunsa. Koljosen (2000, 4) mielestä urheilujournalismia ei kannata liian tiukasti sitoa faktapohjaiseksi journalismiksi, muttei täysin viihteelliseksikään sisällöksi, sillä ”se käyttää uutismaista esitystapaa ja täyttää tehtäviä, jotka ovat tyypillisiä muussakin journalismissa”. Hyvin kriittisellä silmällä urheilujournalismia tarkastelleen Hemánuksen (1983, 43, 46) mielestä oleellinen tunnusmerkki on se, että urheilujournalismissa subjektiivisuus ja objektiivisuus sekoittuvat toisiinsa, ja koska urheilujournalismi on ”kohtalokkaalla tavalla sidoksissa huippu-urheilun järjestelmään”, se on usein itse asiassa kykenemätön objektiivisuuteen. Pänkäläinen (1998a, 29) puolestaan on tiivistänyt suomalaisen urheilujournalismin olemuksen kuuteen teesiin: se on 1. miesten luomaa ja ylläpitämää, 2. perusrakenteiltaan hitaasti muuttuvaa, 3. miesten kilpa- ja huippu-urheiluun keskittyvää, 4. tiettyihin valtalajeihin keskittyvää, 5. uusiin lajeihin passiivis-

myönteisesti suhtautuvaa ja 6. erityisesti nuorten ja keski-ikäisten miesten suosimaa journalistista sisältöä.

Tämän tutkimuksen kannalta urheilujournalismin perinpohjainen määrittely ei kuitenkaan ole keskeistä, vaan riittää, että tutkielman lukija ymmärtää sen journalismin alalajiksi ja Keskisuomalaisen osastoksi, jolla käsitellään urheilua. Urheilujournalismi tulee omalla tavallaan määritellyksi tutkimustuloksissa, eli toimittajahaastatteluissa ja yleisön kyselyvastauksissa. Tutkijana avaan urheilujournalismin teoriaa tarkemmin myös luvussa 3 ja jatkan sitä tutkielman pohdintaosiossa.

1.1.2 Printtilehti, verkkolehti ja verkkopalvelu

Sanomalehti on tiiviisti ja perinteiseen tapaan määriteltynä ”julkinen, yleisesti saatavissa oleva ja monenlaisia ajankohtaisia, yleisesti kiinnostavia asioita käsittelevä, mekaanisesti monistettu ja säännöllisesti ilmestyvä painotuote” (Kuutti 2006, 193). Nykyään mediakonsernin päätuotteen nimellä voidaan kuitenkin viitata moneen muuhunkin julkaisuun kuin pelkkään paperiseen sanomalehteen. Tämän eronteon selventämiseksi käytän tässä tutkimuksessa termejä printti- ja verkkolehti (tai verkkopalvelu) erottelemaan Keskisuomalaisen alaisuudessa toimivia mediakonsepteja toisistaan.

Verkkopalvelulla tarkoitetaan netin kautta saavutettavissa olevaa palvelukokonaisuutta, joka soveltuu käyttäjän tarpeisiin (Kuutti 2006, 254). Tässä tutkimuksessa verkkopalvelu tarkoittaa koko ksml.fi-sivuilta löytyvää sisältöä, johon kuuluvat ilmaisen verkkolehden lisäksi myös maksullinen Digipaketti sekä kaikki muut toiminnot asiakaspalvelusta ilmoitusmyyntiin ja keskustelufoorumeista blogeihin.

Tämänkaltaiseen kokonaisuuteen voidaan viitata myös verkkojulkaisun käsitteellä (esim. @Mediaopas 2012), mutta tässä tutkimuksessa käytän sanaa ”verkkopalvelu” ennen muuta siksi, että se on myös Keskisuomalaisen itsestään käyttämä termi.

Verkkolehti on verkkopalvelua kapeampi käsite ja tässä tutkimuksessa se ymmärretään ksml.fi-sivuston journalistisena sisältönä. Perinteisesti verkkolehti voidaan määritellä ”tietoverkkoon säännöllisesti toimitettavaksi, sanoma- ja aikakauslehdelle tyypillistä aineistoa sisältäväksi yhtenäismuotoiseksi julkaisuksi” (Kuutti 2006, 254), tai helpommin sanottuna ”internetin välityksellä luettavaksi sanoma- tai aikakauslehdeksi” (Heinonen 2008, 66). Toisinaan siitä erotetaan käsitteellisesti ”verkkomedia” sen multimediaalisen luonteen perusteella, mutta tässä tutkimuksessa niputan verkkomedian verkkolehden käsitteeseen sisältyväksi. Perustelunani on se, että myös multimediaalinen sisältö on journalistisesti tuotettua – ja siksi verkkolehden käsitteeseen kuuluvaa.

Printtilehden ja verkkopalvelun keskinäinen suhde on kaikkea muuta kuin ongelmaton. Uimosen (2009, 294) mukaan sanomalehtiä on nyt kohdannut niiden 400-vuotisen historian suurin kriisi. Suuri kysymys kuuluu, millaisia ovat ne liiketoimintamallit, joilla lehdet pärjäävät verkossa ja saavat paikattua printistä verkkoon karanneet, menetetyt ilmoitustulot. Verkko on perinteisille viestimille sekä mahdollisuus että uhka, mikä vaikuttaa niin journalistiseen työkuultuuriin, mediatuotteiden sisältöihin kuin alan keskinäiseen kilpailuunkin (Saloniemi & Suikkanen 2007, 13). Tutkimuksellisesti kaan verkon ja printin yhteiselo ja eronteko ei ole ongelmatonta. Aiemmissa verkkomedia-aiheisissa tutkimuksissa on yhtäältä sorruttu rinnastamaan verkkomedia journalistisena tuotteena paperiseen sanomalehteen, toisaalta lähestymään internetissä julkaistavaa sisältöä ”palvelupakettina”, jolloin journalistinen aspekti on saattanut hämärtyä (Heinonen 2008, 67).

1.1.3 Juttutyypit

Journalistisen tuotannon perusosana ovat Kuneliuksen (2004, 21–22) mukaan ”melko kaavoittuneet tekstien lajityypit”, jotka ovat aina olemassa ennen yksittäistä juttua ja jopa ohjaavat faktojen etsimistä. Sanomalehden juttutyypit voidaan jakaa tiedottaviin tai viihdyttäviin teksteihin sekä keskustelun herättäjiin. Ensimmäiseen kastiin kuuluvat uutinen, haastattelu, taustajuttu sekä reportaasi ja jälkimmäiseen taas arvostelu, artikkeli, mielipidekirjoitus, kolumni ja pääkirjoitus. (@Sanomalehtien liitto 2002.)

Oleellista on huomata, että rajanveto eri juttutyyppeiden välillä on toisinaan vaikeaa – eikä vähiten urheiluosastolla, joka muutenkin poikkeaa muista sanomalehden genreistä esimerkiksi siinä, miten se ainutlaatuisella tavalla yhdistelee uutisellisuutta ja viihteellisyyttä (vrt. Koljonen 2000, 4). Tämän tutkimuksen kannalta oleellisiin juttutyyppeihin palataan tutkimustulosten yhteydessä ja loppupohdinnassa.

Ksml.fi-verkkolehden juttutyypit voidaan jakaa karkeasti viiteen kategoriaan: sähköeseen, uutiseen, mielipidejuttuun, kuvasarjaan ja videoon. Sähkeellä tarkoitan hyvin lyhyttä, mahdollisimman nopeasti tuotettua uutisjuttua, jota mahdollisesti päivitetään ja täydennetään myöhemmin. Verkkouutinen on sähköistä pidempi ja kattavammin tehty – se vaatii enemmän työtä ja esimerkiksi kommenttien hankkimista. Koska sähköistä voidaan päivittää ja täydentää, on sähköisen ja verkkouutisen raja usein häilyvä. Uutisjutuksi lasken tässä työssä myös ne jutut, joissa vaikkapa ennakoidaan tulevaa jääkiekko-ottelua, vaikkei ennakojuttua perinteisten uutiskriteerien mukaan lasketakaan uutiseksi. Tässä tutkimuksessa se on kuitenkin tarkoituksenmukaista siksi, että kategorisointi pysyy riittävän yksinkertaisena. Verkkolehden mielipidejutuksi lasketaan kolumnit, blogit ja muut subjektiiviset tekstit, kuvasarja on nimensä mukaisesti laajahko kuvakokoelma ja videojutuksi lasketaan itsetuotetut, journalistiset videot – ei siis esimerkiksi YouTube-linkkejä. (Anna Kivisen haastattelu, 2012.)

1.1.4 Yleisö ja vastaanotto

Yleisöä on joukkoviestinnän tutkimuksen historiassa katsottu pääasiassa kolmien lasien läpi: massoihin vaikuttamisen näkökulmasta (mass communication research eli MCR-perinne), käyttötarkoitusten näkökulmasta ja reseptio- eli vastaanottotutkimuksen näkökulmasta (Pietilä 1997). Tiiviimmin ilmaistuna yleisöä voidaan kuitenkin pitää viestin vastaanottajakuntana, joka valikoituu vapaasti (@Mediaopas 2012). Tässä tutkimuksessa yleisöä tarkastellaan reseption näkökulmasta, sillä tutkin sitä, miten journalismia kulutetaan ja millaisia merkityksiä se saa yleisön arkipäiväisessä elämässä. Oleellista reseptionäkökulmassa on se, että yleisö ymmärretään aktiivisena toimijana, joka tekee tietoisia kulutusvalintoja median parissa (ks. esim. Hujanen 2007, 53).

Yleisösuhteen kannalta on merkityksellistä se, ajatellaanko joukkoviestintää viestien välityksenä, siis sanomina massoille (informaatio) vai yhteisyyden luomisena, joukkojen tuottamisena ja keskustelun herättäjänä (konfirmaatio) (Kunelius 2004, 18–19). Urheilujournalismissa on oman näkemykseni mukaan kyse ensisijaisesti konfirmaatiosta ja vasta sekundäärisesti informaation jakamisesta – molemmat aspektit toki nousevat tässä tutkimuksessa esille. Verkkojournalismissa painotus lienee yhä edelleen enemmän informaatiossa, hitaampana mediana paperilehden puolestaan on painotettava konfirmaatiota.

Tämän tutkimuksen kannalta oleellista on myös yleisön fragmentoituminen, eli pirstaloituminen, josta Uimonen (2009, 295) puhuu jopa atomisoitumisena. Fragmentoitumisella tarkoitetaan yleisön huomion kirjavoitumista ja jakautumista yhä pienempiin palasiin, joissa mediavalintoja tehdään henkilökohtaiseen makuun ja elämäntyyliin perustuen (Kuutti 2006, 43). Uimonen (2009, 295) ennustaa näin:

”Tulevaisuudessa tuskin on enää maakuntalehtien, Helsingin Sanomien, iltapäivälehtien sekä Ylen ja MTV:n uutis- ja ajankohtaistoimituksien muodostamaa suomalaista valtamediaa, joka sulkee vaikutuspiiriinsä kaikki aikuiset. Pirstoutuneet yleisöt ahmivat tietonsa ja nauttivat viihteensä niistä lähteistä, joita ne pitävät kulloinkin kiinnostavimpina.”

Kuten Puustinen (2011, 2–4) esittää, fragmentoitumisesta on tullut itseään ruokkiva lumipalloilmiö: kun yleisö sirpaloituu, mediatuotteita tuotetaan yhä räätälöidymmin ja yleisö eriytyy entisestään. Samalla Puustinen aiheellisesti pohtii, onko yleisöstä puhuminen enää edes mielekäästä, vai pitäisikö siirtyä käyttämään käyttäjän, osallistujan tai kuluttajan käsitteitä. Mediateollisuus pitää kuitenkin sitkeästi kiinni yleisö-termistä, joten näin minäkin tässä tutkimuksessa teen. Vaikka Suomessa on tehty varsinaista yleisötutkimusta kohtalaisen vähän (mm. Nikunen 2007, 61), Puustinen (2011, 4–5) kutsuu nykyhetkeä, 2010-lukua, yleisötutkimuksen renessanssiksi. Kuvaavaa on, että kun vuonna 2011 julkaistiin Media & Viestinnän yleisöteemanumero, edellisen kerran

vastaava kooste² julkaistiin vuonna 1995 – väliin mahtuu peräti 16 vuotta. Erityisen kiinnostavaa on, mihin suuntaan akateeminen yleisökäsitys tulevaisuudessa kehittyy, sillä jo nyt osa tutkijoista on siirtynyt käyttämään edellämainittujen vaihtoehtojen lisäksi esimerkiksi kansalaisen ja kokijan käsitteitä.

Tässä tutkimuksessa yleisö ymmärretään siis sekä informaatiota että konfirmaatiota hakevana pirstaleisena massana, jonka käyttötottumukset ja -tarkoitukset vaihtelevat riippuen aiheesta, ajankohdasta ja tiedotusvälineestä. Yleisön olemus on yksi keskeisistä tutkimusongelmista ja näin ollen se tulee uudelleen – ja perustellisemmin – määritellyksi tuloksissa ja loppupohdinnassa. Keskeinen kysymys kuuluu, kenelle urheilujournalismia viime kädessä tehdään ja miten se vaikuttaa tuotettaviin sisältöihin.

1.2 Tutkimuskysymykset

Painetun, paperisen lehden valttikorttina on pidetty perinteisesti sitä, että se analysoi ja kommentoi uutistapahtumia (Saloniemi & Suikkanen 2007, 13) ja voi julkaista pidempiäkin, taustoittavia juttuja. Yhtä aikaa tutkimukset kertovat, että yleisö lukee mieluiten lyhyitä juttuja (esim. Alho 2005, 72–73), joita myös verkossa on totuttu julkaisemaan. Tämä pitkä–lyhyt-juttujako on kuitenkin niin yksinkertaistava 2000-luvun alun muinaisjäännös, että on syytä lähemmin selvittää, millaista sisältöä yleisö verkko- ja printtilehdeltä haluaa. Koska uudet sukupolvet ovat tottuneet lukemaan sisältönsä näytöltä ja heijastuvaan valoon perustuvat lukulaitteet ovat yhä hellävaraisempia silmälle, lehtitalot eivät voi enää piiloutua ”lyhyttä, nopeaa, helppoa” -mantran taakse kehittäessään verkkopalveluitaan. Asiaa on ajateltava monipuolisemmin ja laajemmin. Näin on tehnyt muun muassa Hitaan journalismin yhdistys ry, joka lanseerasi tammikuussa 2013 verkkopalvelu Long Playn, joka tarjoaa ”perinpohjaista, taustoittavaa ja hyviä tarinoita nostavaa journalismia” verkossa (@Long Play 2013).

² Vuoteen 2008 asti Media&Viestintä ilmestyi nimellä Tiedotustutkimus (@Media&Viestintä 2012).

Tätä kirjoitettaessa uunituoreen kotimaisen yleisötutkimuksen (Heikkilä, Ahva, Siljamäki & Valtonen 2012, 17) mukaan *lisäarvosta* on tullut yksi journalismin keskeisimmistä päämääräsäännöistä erityisesti toimittajien keskinäisessä laatupuheessa. ”Toimittajien ja uutisorganisaatioiden täytyy nykyisessä mediaympäristössä lunastaa yhteiskunnallinen asemansa tekemällä työnsä entistä paremmin ja laadukkaammin.” On siis mielekästä kysyä asiaa yleisöltä: millainen heidän mielestään on kuluttamisen arvoista journalismia – tässä tapauksessa urheilujournalismia.

Päätutkimuskysymykseni on: *1. Millaista urheilujournalismia Keski-suomalaisen lukijat haluavat printti- ja verkkolehdeiltä?* Tämän kysymyksen alakysymyksenä selvitän ennen muuta eri juttutyyppeiden välisiä eroja, ei niinkään eri urheilulajien painotuksia, mikä olisi loputon henkilökohtaisten, subjektiivisten totuuksien suo. Toinen tutkimuskysymys kuuluu: *2. Millaisen tiedon yleisö hankkii jo edellisenä iltana verkosta tai muista sähköisistä medioista – mitä ei kannata laittaa lehteen?*

Tutkimuskysymysten mielekkyys on perusteltavissa neljällä tasolla. Yhtäältä kysymykset ovat minun itseni mielestä kiinnostavia, minkä vuoksi työtä on ollut motivoivaa tehdä sekä ammatillisesta että akateemisesta näkökulmasta. Haluan tietää, mitä ihmiset todella tuotteestamme ajattelevat (vrt. Nikunen 2007, 61). Toiseksi tutkimuskysymyksistä on hyötyä Keski-suomalaiselle, joka saa laajan yleisötutkimuksen vastauksia urheilutoimituksessa mietittyttäviin kysymyksiin. Kolmanneksi tutkimuskysymykset ovat perusteltavissa yhteiskunnan tasolla, kun median ja yleisön suhdetta avataan taas yhden tutkimuksen verran lisää. Ja neljänneksi tutkimuksestani hyötyy myös akateeminen tiedeyhteisö, sillä tutkimukseni luo uusia käsitteitä (luvussa 3.4), avaa aiemmin kirjoittamatonta historiaa (luvussa 4.1) ja sanallistaa ”hiljaiseksi tiedoksi” tiivistyneitä seikkoja, jotka kaipasivat sanallistusta.

Tutkimuskysymyksiin kävin käsiksi kaksivaiheisella otteella: ensimmäisessä vaiheessa teemahaastattelin Keski-suomalaisen urheilutoimittajat kokonaiskuvan hahmottamiseksi, taustaoletuksieni perustelemiseksi ja teoriaosion ryydittämiseksi. Toisessa vaiheessa

keräsin varsinaisen aineiston lukijatutkimuksella. Tutkimusstrategiaa, aineistonkeruuta ja menetelmiä esittelen tarkemmin luvussa 2.

Konkreettisuuden ja vastaamisen helpottamisen vuoksi lukijatutkimus toteutettiin kolmen casen avulla. Caset valittiin lajien yleisen kiinnostavuuden perusteella³ sekä yksittäisten tapahtumien paikallista merkittävyyttä painottaen. Caset olivat:

1. Keuruun SM-hiihdot tammikuussa 2012
2. JYPin pudotuspelit maaliskuussa 2012
3. Jyväskylän MM-ralli elokuussa 2012

Tutkielmani etenee siten, että aloitan tutkimusstrategian ja -menetelmän esittelyllä (luku 2), jonka jälkeen penkaisen urheilujournalismin teoriaa ja aiempaa tutkimusta (luku 3) sekä määrittelen tämän tutkimuksen kannalta oleelliset omat käsitteeni ”vanhan polven urheilujournalismi” ja ”moderni urheilujournalismi” (alaluku 3.4). Esittelen myös Keski-suomalaisen urheilujournalismin toimintaympäristöä (luvussa 4) ennen siirtymistä tutkielmani ydinosaan, jossa käyn käsiksi käytännön urheilujournalismiin kolmen tapauksen avulla (luvut 5–7). Loppuluvussa 8 vedän vielä yhteen tutkimustulokset ja vastaan lopullisesti tutkimuskysymyksiin sekä esitän pohdintoja siitä, mihin suuntaan Keski-suomalaisen urheilujournalismia kannattaisi kehittää.

Vielä ennen kuin käyn kiinni itse asiaan, haluan kiittää tutkimukseni eri vaiheissa minua auttaneita henkilöitä, joiden neuvot, ajatukset ja käytännön apu ovat olleet korvaamattoman arvokkaita. Professori, Suomen historian dosentti ja Keski-suomalaisen pääkirjoitustoimituksen esimies Lasse Kangas lahjoitti minulle Keski-suomalaisen historian *Painetun sanan elämää* (2007) ja auttoi minua hahmottamaan

³ Lähteenä Ari Mäntylän kirjoittama juttu ”Kiekko kiinnostaa kaikkia”, joka julkaistiin Keski-suomalaisessa 8.9.2011. Juttu perustui Tietoykköseltä tilattuun tutkimukseen, jossa selvitettiin eri urheilulajien kiinnostavuutta keski-suomalaisten lukijoiden keskuudessa. Vastaajia oli 314. Kyselyn tuloksia on esitelty tarkemmin luvussa 4.3.

urheilutoimituksen historian keskeisimpiä virstanpylväitä. Urheilujournalismia tutkinut lisensiaatti Seppo Pänkäläinen kommentoi kysymyslomakettani heti tutkimuksen alkuvaiheessa ja vinkkasi mahdollisia terminologisia kompastuskiviä. Toimittaja ja journalismin tutkija Jaana Siljamäki auttoi minua tuoreimpien yleisötutkimusten lähteille ja avasi ajatuksiani yleisötutkimuksen metodeihin ja tyypillisiin tutkimustuloksiin liittyen. Keski-suomalaisen varapäätoimittaja Inkeri Pasanen ja urheilutoimituksen esimies Ari Mäntylä antoivat tutkimusongelmaani käytännönläheistä tukea ja apua ja kommentoivat työtäni useaan otteeseen. Lisäksi urheilutoimittajien Ilkka Kulmalan, Erkki Kinnusen, Tommi Roimelan ja Heikki Kärjen haastatteluista sain korvaamatonta lisäarvoa työhöni. Keski-suomalainen-konsernin tutkimuspäällikkö Tanja Herranen puolestaan auttoi kyselyn teknisessä toteutuksessa ja jakelussa. Lopuksi kiitän vielä tarkkasilmäistä opponanttiani Anniina Sahia ja kannustavaa graduohjaajaani professori Raimo Salokangasta. Tutkielman taloudellisesta tukemisesta kiitokset ansaitsevat Journalistisen kulttuurin edistämissäätiö, Viestintäalan Tutkimussäätiö ja Kunnallisneuvos C.V. Åkerlundin säätiö.

2 TUTKIMUSSTRATEGIA

2.1 Tutkimusstrategiana survey ja tapaustutkimus

Monimenetelmäinen tutkimusstrategiani yhdistelee survey-tutkimusta ja tapaustutkimusta. Toimittajille tehty teemahaastattelu ja verkkolomakkeella toteutettava yleisökysely niputtuvat survey-tutkimukseen, sillä niillä kerätään standardoitua tietoa tietyltä joukolta ihmisiä. Toisaalta kyseessä on myös tapaustutkimus, eli case-study, koska yleisökysely toteutetaan yksittäisten tapahtumien yhteydessä. Triangulaation ansiosta tutkimuskohteesta saadaan mahdollisimman kattava ja luotettava kuva. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 130–131.)

Kuten tieteen parissa on nykyään tapana, myöskään minä en halua vetää tarkkarajaista viivaa kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen metodin välille, vaan hyödynnän molempia lähestymistapoja monimenetelmäisesti. Käytän esimerkiksi toimittajien teemahaastatteluja yleisökyselyn esikokeena, missä tapauksessa kvalitatiivinen perustelee kvantitatiivista otetta. Lisäksi käytän metodeja rinnakkain analysoidessani yleisökyselyn vastauksia, joista irtoaa sekä luokiteltavaa että avointa dataa. Numerot ja merkitykset elävät siis tässä tutkimuksessa sopuisasti yhdessä. (Hirsjärvi ym. 2007, 131–133.) Aineisto-, menetelmä- ja analyysitriangulaation ansiosta näkökulmista tulee laajempia ja tutkimuksesta kokonaisuudessaan luotettavampi (Hirsjärvi & Hurme 2009, 39).

Tutkimukseni tarkoitus on monisyinen. Yhtäältä se kartoittaa, mitä urheilutoimittajat ajattelevat journalisminsa nykytilasta ja mitä he arvelevat yleisön haluavan. Toisaalta tutkimuksen tarkoituksena on selvittää myös sitä, millaista sisältöä yleisö Keski-suomalaisen urheilujournalismilta todella haluaa. Koska hypoteesina on, että kysynnässä ja tarjonnassa on jonkinlainen ristiriita, tutkimus pyrkii myös selittämään ongelmaa ja tunnistamaan kausaalisuhteita. Kolmas tarkoitus on ennustava: tutkimus pyrkii ennakoimaan, mitä yleisö jatkossa haluaa ja miten urheilujournalistien tulisi huutoon vastata. (Hirsjärvi ym. 2007, 134–135.)

Koska tutkimusstrategian, aineistonhankinnan ja analyysitapojen taustalla vaikuttavat aina tietyt tieteenfilosofiset suuntaukset – vaikkei tutkija sitä tiedostaisikaan – näitä maailmankatsomuksia ja ajattelutapoja on syytä lyhyelti avata. Perusnäkökulmaltaan tutkielmani edustaa empirismää: tietoa muodostetaan havaintojen ja kokemusperäisen tiedon pohjalta. Tutkimusfilosofiani nojaa myös interpretivismiin, relativismiin ja konstruktivismiin: lähestyn kohdettani tulkinnallisesti uskoen, että tutkimustulokseni riippuvat siitä ympäristöstä, josta käsin tietoa tuotetaan ja ilmiötä tarkastellaan. Tutkimuslomakella pyritään toki positivismiin tapaiseen tieteentekoon, mutta lopulliset tutkimustulokset ovat kuitenkin vahvasti suhteellisia ja tulkinnallisia, eikä niitä voida pitää yksiselitteisenä totuutena. Konstruktivismissa uskotaankin, että tieteellinen tieto on aina tutkijan jollain tapaa rakentamaa. Analyysitavassani on myös piirteitä hermeneuttisesta kehästä, jossa yksityiskohtien tulkinnalla pyritään hahmottamaan kokonaisuutta ja tulkintojen uudelleen tulkitseminen tuottaa yhä laajenevaa ymmärrystä tutkimuskohteesta. Ote on paikoitellen myös dekonstruktiiivinen, sillä pyrin löytämään vastakohtia ja ristiriitoja jäsentämällä ja erittelemällä tutkittavaa ilmiötä. (@Lähdesmäki, Hurme, Koskimaa, Mikkola & Himberg: Menetelmäpolkuja humanisteille, 2013.)

2.2 Aineistonkeruu

2.2.1 Teemahaastattelut ja tiedonhankintahaastattelut

Tiedonkeruuni lähtökohtana ovat Keski-suomalaisen viiden urheilutoimittajan teemahaastattelut, joiden avulla kartoitin nykytilannetta ja kokonaiskuvaa tutkittavasta ilmiöstä. Teemahaastattelu on tehokas ja kattava tiedonkeruumetodi, sillä sen avulla saa kerättyä ihmisten mielipiteitä, käsityksiä ja uskomuksia (Hirsjärvi & Hurme 2009, 11). Eriytyisen hedelmälliseksi haastattelumetodin teki tässä tapauksessa se, että kyseessä oli melko tuntematon tutkimusalue, vaikka sanatonta ammattitietoa aiheesta on kosolti (Hirsjärvi & Hurme 2009, 35). Haastattelujen avulla minun oli mahdollista tukea tutkimukseni lähtöolettamuksia, sijoittaa ilmiö laajempaan kontekstiin ja perustella tutkimusaiheeni mielekkyyttä.

Haastattelin urheilutoimittajat lokakuussa 2011 teemahaastattelurungolla (liite 1), jossa kysymykset olivat kaikille samat, mutta järjestys saattoi vaihdella, eikä vastauksia sidottu vastausvaihtoehtoihin. Koin hyödylliseksi, että toimittajat saattoivat kuvailla näkemyksiään omin sanoin, jolloin mielipiteitä ei puserrettu väkisin samaan muottiin. Teemahaastattelun ihanteen mukaisesti haastattelutilanne eteni tiettyjen keskeisten teemojen mukaisesti, mutta toi tutkittavien oman äänen kuuluviin. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 47–48.)

Joustavuuden periaatteeseen (Hirsjärvi & Hurme 2009, 102–103) nojaten tilanne muistutti enemmän keskustelua kuin tiukkaa haastattelua. Jotain haastattelutilanteiden vapaudesta kertoo se, että lyhin tutkimushaastattelu kesti vain 13 minuuttia, kun pisin oli 41 minuutin mittainen, vaikka kysymyspatteristo oli täsmälleen sama. Pyrin oivaltamaan vastausten olennaiset kohdat ja esittämään tarkentavia kysymyksiä niistä aiheista, joista haastateltavalla tuntui olevan painavinta sanottavaa. Kysymysrunko kuitenkin takasi, että tietyt perusteemat, kuten verkkourheilujournalismi, printtirheilujournalismi ja yleisösuhde, tulivat kaikkien kanssa käsitellyiksi. Pidin tietoisesti lisäksi hiljaisia taukoja, joilla yritin saada haastateltavat kertomaan aiheesta lisää. Tauot ovat tärkeitä, sillä liian kova tempo voi pilata teemahaastattelun (Hirsjärvi & Hurme 2009, 124).

Varsinaisten tutkimushaastattelujen eli edellä kuvattujen teemahaastattelujen lisäksi tein tarpeen mukaan muutamia avoimia tiedonhankintahaastatteluja aiheista, joista ei löytynyt painettua tai sähköistä lähdetietoa. Tiedonhankintahaastattelu erosi teemahaastattelusta siten, ettei kysymyspatteristo ollut etukäteen strukturoitu, vaan tavoitteena oli vapaasti keskustellen muodostaa kattava kuva tietystä aiheesta. Erilaisten tutkimushaastatteluiden eduksi voidaankin nähdä juuri niiden monipuolisuus ja yhdisteltävyys muihin tutkimusmenetelmiin. Avoimen haastattelun etuna oli myös se, että vastaukset tarjosivat ”rikasta materiaalia” myös sellaisista aiheista, joita en suoraan osannut kysyä. (Vuorela 2005, 37, 39.)

Laajimmat tiedonhankintahaastattelut tein lukuun 4.1 Keski-suomalaisen urheilujournalismin historiaa, jota varten haastattelin Keski-suomalaisen urheilutoimituksesta Ilkka Kulmalaa ja Ari Mäntylää toistamiseen. Nämä lähteet on listattu lähdeluetteloon Haastattelut-alaotsikon alle ja olen erotellut näkyvästi, mitkä haastatteluista ovat teema- ja mitkä tiedonhankintahaastatteluita. Haastattelut eroavat tutkielmassa myös käyttötavoiltaan: teemahaastattelut tuottavat osaltaan tutkimustuloksia ja ovat keskeisessä roolissa, kun taas tiedonhankintahaastattelut tarjoavat lähinnä taustoittavaa teoria-ainesta.

2.2.2 Verkkokyselyt RAM-paneelilla

Tutkimukseni pääaineisto kerättiin verkkokyselyllä (liitteet 2–4), joka toteutettiin Keski-suomalaisen ja Kärkimedian käyttämän Research and Analysis of Media (RAM) -paneelin avulla. Paneeli koostuu lehtikohtaisista lukijapaneeleista, joihin ilmoittautuneet lukijat vastaavat tutkimuskyselyihin internetissä. (@Kärkimedia 2011.) Yhteistyön ansiosta pääsin nauttimaan merkittävistä skaala- eli mittakaavaeduista, sillä omakätisesti tämänkokoisen aineiston kerääminen ei olisi pro gradua varten onnistunut.

RAM-paneelin tarkoituksena on mitata ja tutkia, miten ilmoituksia ja artikkeleita luetaan. Järjestelmä on luotu median ja markkinoinnin tarpeisiin, ja tietokannassa on tällä hetkellä 400 000 paneelijäsentä 17 eri maasta. Tutkimukset perustuvat standardoituihin kyselylomakkeisiin, jotka lähetetään automaattisesti mediakohtaisille lukijapaneeleille sähköpostitse. Kukin media rekrytoi omat panelistinsa, ja osallistuminen on lukijoille vapaaehtoista. Rekisteröinnin yhteydessä panelisteilta kysytään perustiedot heidän sosiaalisesta ja väestötieteellisestä asemastaan sekä mielenkiinnon kohteista, minkä ansiosta tuloksia voidaan korreloida muun muassa sukupuoleen, ikään, siviilisäätyyn, talouden kokoon, asumismuotoon, koulutukseen, työhön, tuloihin tai vaikkapa harrastuksiin. (@RAM-paneeli 2011.)

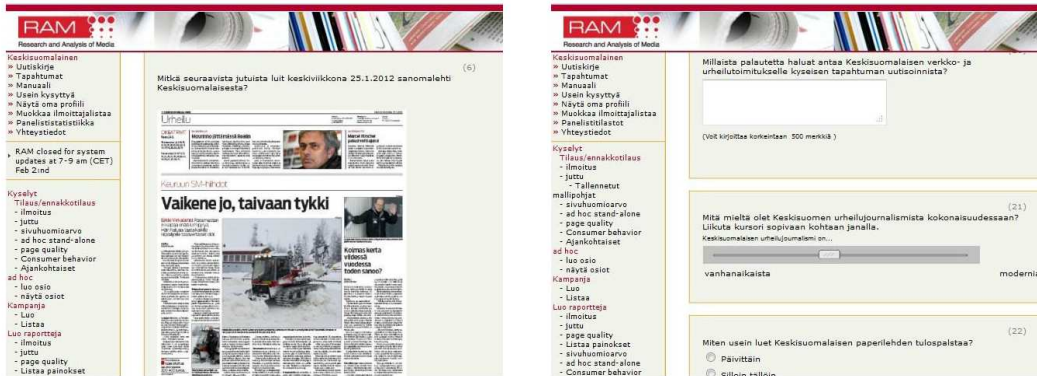
Alun perin oli tarkoituksena, että kukin case-kysely olisi lähetetty vain osalle panelisteista, siis tietylle paneelisegmentille, jolloin eri kyselyihin olisi vastannut eri

ihmisiä. Sekaannuksen vuoksi ensimmäinen kysely lähti kuitenkin koko paneelille ja vastauksia (ensimmäisessä casessa n=593) tuli huomattavasti enemmän kuin osasin odottaa. Jotta vastaukset olivat keskenään vertailukelpoisia, myös myöhemmät kyselyt lähetettiin koko paneelille (toisessa casessa n=527, kolmannessa n=531). Loppujen lopuksi vahinko koitui onneksi, sillä vaikka tulosten läpikäymisessä oli odotettua suurempi työ, etenkin avoimista vastauksista vain osa oli sisällökkäitä. Vastaajien joukossa oli paljon myös heitä, jotka eivät lue urheilusivuja lainkaan, eivätkä osanneet perustella vastauksiaan tutkimuksen kannalta hedelmällisesti.

Kyselylomake tiedonkeruumenetelmänä sopii hyvin yhteiskunnallisten ilmiöiden ja ihmisten toiminnan, arvojen ja asenteiden mittaamiseen. Haastavaa kyselytutkimuksen teossa on kuitenkin käsitteiden operationalisointi, eli abstraktin tutkimuskohteen konkretisoiminen täsmällisiksi kysymyksiksi. Tässä työvaiheessa minua auttoi case-lähtöinen tutkimusote, jonka ansiosta saatoin esimerkkien avulla konkretisoida tutkimusongelmani lomakekysymyksiin. Tutkimuksen onnistumisen kannalta on ratkaisevaa, osaako tutkija kysyä “sisällöllisesti oikeita kysymyksiä tilastollisesti mielekkäällä tavalla”. (Vehkalahti 2008, 11–12, 18–20.)

Yhdistelin kyselylomakkeessa avoimia ja suljettuja osioita, sillä molemmilla on omat etunsa. Suljettujen kysymysten valmiit vastausvaihtoehdot selkeyttivät mittausta ja helpottivat vastausten analysointia. Avointen osioiden sanalliset vastaukset olivat luonnollisesti työläämpiä purkaa, mutta ne antoivat tutkimusongelmasta sellaista tietoa, joka suljetuilla kysymyksillä olisi jäänyt saamatta. (Vehkalahti 2008, 25.)

Kysely toteutettiin RAM-panelisteille lähetetyllä verkkolomakkeella (liitteet 2–4). Kysymysten lisäksi liitin mukaan pdf-kuvat kyseisistä printtilehden sivuista (kuva 1) ja ruudunkaappauskuvat verkkopalvelun jutuista, jotta vastaajien oli helpompaa palauttaa muistiin kysyttävät asiat.



KUVA 1: Visuaalisten elementtien hyödyntäminen kyselyssä

Verkkolomake tiedonkeruumenetelmänä on yleistynyt voimakkaasti lähiaikoina sen lukuisten etujen ja erityisominaisuuksien vuoksi (Vehkalahti 2008, 48). Couper (2008, 27) nostaa esille niistä viisi: verkkokysely on tutkijan hallittavissa, se nauttii tietokonevälitteisyyden helpoudesta, on interaktiivinen, helposti levitettävissä ja tarjoaa erilaisia visuaalisia mahdollisuuksia, kuten grafiikkaa ja multimediaa. Couper korostaa myös, että kyselyn designilla on suuri merkitys, sillä esimerkiksi valinta siitä, eteneekö lomake näyttöpäätteellä rullaamalla vai sivulta toiselle voi vaikuttaa siihen, kuinka helpoksi ihminen kokee kyselyyn vastaamisen (Couper 2008, 6–13). Tosin tässä tutkimuksessa minä en päässyt tekemisiin verkkosuunnittelun kanssa, koska RAM-paneelilla on valmiiksi standardoitu kyselypohja. Sen sijaan Couperin mainitsemista eduista pääsin suurilta osin nauttimaan: kyselyä oli mahdollista muokata viime metreille saakka ja casejen välillä (hallittavuus), se oli vaivatonta lähettää suurelle vastaajajoukolle (tietokonevälitteisyys & levitettävyyys) ja se tarjosi visuaalisia mahdollisuuksia (pdf:t, ruudunkaappauskuvat, säädettävät janavastausvaihtoehdot), kuten kuvassa 1 esitän.

Excel-taulukkomuotoiseen datamatriisiin kerätyt tutkimustulokset painotettiin ensimmäisessä ja toisessa kyselyssä vastaamaan paperilehden lukijaprofiilia, jolloin tulokset ovat mahdollisimman luotettavia. Vaikka paneelissa olisi keskivertolukijoita nuorempaa tai vanhempaa väkeä, tulokset on siis painotettu niin, että esimerkiksi ikäjakauma vastaa paperilehden lukijakuntaa. Tämä koskee kuitenkin vain

kokonaistuloksia, ja esimerkiksi iän tai sukupuolen suhteen vertailut vastaukset eivät huomioi lukijaprofiilin painotuksia.

Toisen ja kolmannen casen välissä RAM-paneeli uudistettiin ns. multipaneeliksi, eli kesästä 2012 eteenpäin paneelin kautta ryhdyttiin tutkimaan erikseen paperilehden lukijoita ja ksml.fi-verkkopalvelun käyttäjiä. Jotta tämän tutkimuksen case-kyselyt olisivat mahdollisimman vertailukelpoisia keskenään, kolmas kysely lähetettiin molempien mediakanavien käyttäjille. Uudistuksen vuoksi kolmannen casen vastauksia ei kuitenkaan voitu painottaa vastaamaan lukijaprofiilia, minkä vaikutusta tulosten luotettavuuteen ja vertailtavuuteen erittelen tarkemmin luvussa 2.5 Miksi edes tutkia yleisöä – metodikriittinen itsearviointi.

2.3 Analyysitavat

2.3.1 Haastatteluaineiston ad hoc -analyysi

Kuten teemahaastattelun luonteeseen kuuluu, myös minä tallensin haastattelut digitaalisella nauhurilla (Hirsjärvi & Hurme 2009, 92). Raakalitteroin nauhat väljästi ja järjestelin vastaukset kysymyksittäin ja teemoittain, jotta sain nostettua esiin yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia sekä mielenkiintoisia yksittäisiä mielipiteitä. Sellaisenaan tutkimustekstiin siteeratut lainaukset litteroin täsmällisesti.

Haastatteluaineiston analyysiin kävin käsiksi litteroitua aineistoa tulkitsemalla. Käytin ad hoc -menetelmää, jossa tutkijalla ei ole käytössään yhtä tiettyä analyysitapaa, vaan käyttöön valitaan sellaisia menetelmiä, joilla merkitykset saadaan parhaiten esiin. Tässä tutkimuksessa hyödyllisimmiksi nousivat toistuvuuden ja teemojen etsintä sekä vertailujen ja kontrastien tekeminen. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 137–138.)

2.3.2 Kyselyaineiston analyysi

”Ei ole olemassa mitään mekaanista kaavaa tai tutkijan luovuuden sampoja, joka poikisi tuloksia, tulkintoja ja näkemyksiä kuin liukuhihnalta”, toteavat Eskola ja Suoranta

(2005, 137). Näin oli myös tämän tutkimuksen kohdalla – laadullisen analyysin käsityötaitoa todella tarvittiin, jotta raakamateriaalista saatiin esille tutkimusongelman kannalta oleellisin aines (Eskola & Suoranta 2005, 149–150).

Kävin Excel-taulukkomuotoiseen datamatriisiin käsiksi hyvin maanläheisesti: etenin kysymys kysymykseltä muistiinpanovälineiden ja taskulaskimen avittamana. Työtavassani voidaan nähdä piirteitä ns. grounded-mallista, jossa tulkinat tehdään aineistosta päin. Koska olin operationalisoinut tutkimusongelmani huolellisesti jo kysymyslomaketta tehdessä, saatoin nojautua analyysivaiheessa lomakkeen muodostamaan asiajärjestykseen.

Kyselyaineiston analyysitapaani voidaan kutsua sisällön erittelyksi. Tilastoin, erittelen ja analysoin sitä, mitä ja miten vastaajat ovat kirjoittaneet tutkimusaiheestani kyselylomakkeelle. Koska sisällön erittely tarkoittaa ”kirjavaa joukkoa erilaisia tapoja luokitella ja järjestää laadullista aineistoa” (Eskola & Suoranta 2005, 185–187), tarkempi analyysitavan esittely lienee paikallaan.

Määrällisiä tuloksia analysoin pääasiassa laskemalla prosenttiosuuksia verrattuna koko otokseen. Määrälliset tulokset (kuten luetuimmat jutut) esitin taulukoin, kuvioiden, luvuin ja tekstinä. Taulukot sopivat numerotiedon yksityiskohtaiseen ja havainnolliseen esittämiseen, kun taas kuvio antaa nopeasti luettavan yleiskuvan jakaumasta ja painottaa tietoa. Graafit eivät kuitenkaan yksin riitä esittämään tutkimustuloksia, joten avaan niiden sisältämän tiedon myös sanallisesti. (Vilka 2007, 135.)

Avoimiin kysymyksiin kävin käsiksi kvantifioivalla kvalitatiivisella analyysillä, jota voidaan kutsua myös kvantitatiiviseksi tekstianalyysiksi. Vaikka kysymykset itsessään olivat laadullisia, vastauksista oli mahdollista etsiä samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia, kuten että moniko mainitsi saman jutun kysyttäessä kaikkein parasta juttua. Tätä kutsutaan frekvenssi- eli volyymimittaukseksi. (Eskola & Suoranta 2005, 165, 185.) Avointen kysymysten analyysivaihe oli hyvin pitkälti käsityötä, sillä avoimissa vastauksissa oli niin paljon kirjoitusvirheitä, ettei esimerkiksi Excel-ohjelman

filteröintitoimintoon ollut luottamista. Vastaukset oli käytävä rivi riviltä omin silmin läpi. Tämä on tyypillistä juuri laadulliselle aineistoanalyysille: ”Vaikka sinulla olisi käytössäsi ylistetyimmät ohjelmistot laadullisten aineistojen analyysiin ja henkeä salpaavien graafisten esitysten piirtämiseen, joudut tukeutumaan hyvin primitiivisiin toimiin, nimittäin porakatseeseen ja ajatteluun” (Hakala 2009, 177–178).

Kaikkein avoimimmassa sanallisissa kysymyksissä käytin analyysitapana myös teemoittelua, eli vertailin ja laskin tiettyjen teemojen esiintymistä aineistossa (Eskola & Suoranta 2005, 174). Näin toimin esimerkiksi kyselyjen viimeisissä kysymyksissä, joissa pyydettiin kokonaisvaltaista palautetta urheilutoimitukselle.

Kun kirjoitin avointen kysymysten tuloksia tutkielmaani auki, hyödynsin sekä määrällisiä keinoja (taulukot, kuviot), sanallista kerrontaa että suoria lainauksia vastauksista. Ymmärtämisen helpottamiseksi ja ilmaisun tiivistämiseksi huolsin lainauksia oikeakielisiksi. Hyödynsin analyysissäni myös vertailua, jota tein sekä casejen sisällä että casejen välillä. Yhtäältä vertailin luetuimpien ja moitituimpien juttujen ominaisuuksia, toisaalta vertailin myös eri casejen tutkimustuloksia keskenään. Jotta saatoin viedä numeeriset tutkimustulokset kvalitatiivisemmalle tasolle, vaadittiin myös journalististen tuotteiden analyysiä ja tulkintaa.

2.4 Tutkimusetiikka

Eettiset toimintatavat kuuluvat aina tutkimuksenteon betoniseen kivijalkaan – niin väitöstason töissä kuin pro gradu -tutkielmissakin. Koska tutkimustyössä tehtävistä ratkaisuksista ja valinnoista vastaa aina tutkija (mm. Kuula 2006, 21), on tässäkin tutkielmassa syytä esitellä rehellisesti ja seikkaperäisesti tutkimuksen eettiset lähtökohdat ja toimintaympäristö.

Kuulan (2006, 24–25) mukaan tutkimusetiikka on jaettavissa kolmeen pääryhmään: tiedon luotettavuuteen liittyviin normeihin, tutkittavien ihmisarvoa ilmentäviin normeihin sekä tutkijoiden keskinäisiä suhteita koskevia normeihin. Luotettavuuden

näkökulmasta keskeistä on menetelmän validius, tulosten läpinäkyvyys ja tarkistettavuus sekä tutkimusaineiston keruu ja asianmukainen käsittely. Tutkittavien kohtelussa oleellisinta on tutkittavien itsemääräämisoikeuden kunnioittaminen. Tutkijoiden keskinäisten suhteiden arvostamiseen taas liittyvät tekijänoikeudelliset seikat sekä tahallista tai tahattomasta plagioinnista pidättäytyminen. Huomioitava toimintaympäristö on siis kolmiosainen: tutkijan on oltava eettinen niin tutkittavia, yhteiskuntaa kuin tiedeyhteisöäkin kohtaan.

Akateemisena perusoletuksena pidetään sitä, että etsittäessä uutta tietoa parhaimpiin tuloksiin ylletään silloin, kun tiede itse asettaa päämääränsä ja metodinsa. Tiedeyhteisö pystyy kuitenkin harvoin täydelliseen itsenäisyyteen tutkimusongelmien asettamisessa, sillä sidosryhmiä on monenlaisia yhteistyöyrityksistä poliitikkoihin. Myös rahoittajat säätelevät omalta osaltaan, mitkä aiheet pääsevät tutkittaviksi. Läpinäkyvyyden kannalta onkin tärkeää ilmoittaa tutkimusraportissa omat rahoituslähteensä ja sidonnaisuutensa. (Kuula 2006, 25, 35.) Tähän pro gradu -tutkielmaan olen saanut rahoitusta Journalistisen kulttuurin edistämissäätiöltä (1 000 euroa tammikuussa 2012), Viestintäalan Tutkimussäätiöltä (500 euroa maaliskuussa 2012) ja Kunnallisneuvos C. V. Åkerlundin säätiöltä (1 000 euroa kesäkuussa 2012). Kaikki kolme instanssia myönsivät apurahat valmiin tutkimussuunnitelmani perusteella, joten niillä ei ole ollut lainkaan vaikutusta tutkimusongelman rajaamiseen.

Koska hyvää tutkimusetiikkaa osoittaa ennen kaikkea halu keskustella kyseisen tutkimuksen kriittisistä kysymyksistä (Kuula 2006, 39), on syytä kertoa, että riippumattomuuttani on uhannut se, että tarkastelen tutkimuskohdettani, eli Keski-suomalaista, paitsi ulkoapäin (tutkijana) myös sisältäpäin (tarvittaessa töihin kutsuttavana sekä kesätoimittajana). Kolmen tutkimuscasen yhteydessä julkaistuista jutuista minä en kuitenkaan ole kirjoittanut yhtäkään.

Keski-suomalaisen varapäätoimittaja Inkeri Pasanen ja urheilutoimituksen esimies Ari Mäntylä auttoivat tutkimusongelman rajaamisessa. Lopullinen päätös tutkimuskysymyksineen oli kuitenkin yksin minun, joten riippumattomuuteni oli siinä

mieleissä turvattu. Keski-suomalainen ei myöskään ole rahallisesti tukenut tutkimustani – ainoan vetoapuni sain siitä, että aineistonkeruu tapahtui Keski-suomalaisen rahoittaman RAM-paneelin kautta ja lehti kustansi työn painokulut. Pasanen ja Mäntylä eivät myöskään missään vaiheessa ole ohjailleet tutkimukseni suuntaa tai tuloksia. Mäntylän kanssa keskustelin kunkin casen yhteydessä kysymyslomakkeen muodosta ja sisällöstä, mutta lopulliset päätökset tein aina yksin.

Mahdollista on myös se, että tutkimusmenetelmä sisältää eettisiä ongelmia. Tässä tutkimuksessa ilmiselvä potentiaalinen kompastuskivi oli tutkittavien asianmukainen informoiminen, sillä tutkimusjoukko koostui RAM-paneeliin, siis eri tarkoitukseen, vapaaehtoisesti ilmoittautuneista lukijoista. Läpinäkyvyyden varmistamiseksi kunkin kyselylomakkeen (ks. liitteet 2–4) yhteydessä ilmoitettiin selkeästi, että tietoja kerätään pro gradu -tutkielmaan ja ettei niitä luovuteta kolmansille osapuolille. Informoiminen on tärkeää siksi, että se ”muodostaa käytännössä suostumuksen sisällön, johon nojautuen tutkittavat tietojansa, ajatuksiaan ja mielipiteitään antavat” (Kuula 2006, 100). Koska tutkittaville on ehdottomasti annettava kirjallinen tieto tutkimuksen vastuuhenkilöstä (Kuula 2006, 104), liitin mukaan myös yhteystietoni ja sainkin pari yhteydenottoa, joissa kommentoitiin kyselyä. Ensimmäinen yhteydenotto tuli sähköpostitse heti tammikuussa liittyen hetkelliseen verkkovikaan, jonka vuoksi vastausten tallentaminen ei sillä hetkellä onnistunut. Toinen yhteydenotto tuli maaliskuussa toisen casen yhteydessä puhelimitse. Soittaja ei kuitenkaan kritisoinut kyselyä sinänsä, vaan ylipäättään Keski-suomalaisen jääkiekkouutisointia. Pyysin häntä kirjoittamaan mielipiteensä avoimeen vastauskohtaan, jotta voin sen tutkimuksessa huomioida.

Suosittelavaa olisi ilmoittaa tutkittaville myös tutkimuksen rahoittajat (Kuula 2006, 104), mutta koska ne eivät vielä ensimmäistä ja toista case-kyselyä tehtäessä olleet tiedossa, en voinut tätä vaatimusta toteuttaa. Tähän eettiseen notkahdukseen törmäsin prosessin aikana, sillä toinen yhteydenottaja penäsi tietoja siitä, miksi Keski-suomalaisen nimissä tehdään tällainen jääkiekkokysely ja paljonko lehti siitä

minulle maksaa. Selvytyden vuoksi viimeisen casen yhteydessä mainitsin kyselylomakkeen johdantotekstissä tutkimustani rahoittaneet tahot.

Tiedeyhteisön sisältäpäin tarkasteltuna tutkimusetiikan tärkeimpiin tehtäviin kuuluu tieteen sisäinen itseohjaus ja tutkijoiden keskinäisen arvostuksen vaaliminen (Kuula 2006, 30). Pietarinen (1999, 11–18) on muotoillut kokonaisuuden kahdeksaksi eettiseksi hyveeksi, joihin tutkijoiden tulee pyrkiä. Niitä ovat älyllinen kiinnostus, rehellisyys, tunnollisuus, vaaran eliminoiminen, ihmisarvon kunnioittaminen, sosiaalinen vastuu, ammatinharjoituksen edistäminen ja kollegiaalinen arvostus. Nämä kaikki tiivistyvät siihen, miten tutkija viittaa muihin tutkimuksiin ja hyödyntää aiempaa teoriaa (ks. mm. @Hyvä tieteellinen käytäntö 2002). Koska plagiointia voi tapahtua myös tahattomasti, panostin tässä työssä etenkin vaaran eliminoimiseen ja tunnollisuuteen. Kirjoitin lähdeviitteet aina välittömästi tutkielmaani muistiin, ettei niitä tarvinnut enää jälkikäteen kaivella, eikä unohtamisen vaaraa ollut.

Vaikka olisi kuinka rehellinen ja tunnollinen tahansa, eettisiä lipsahduksia voi tulla myös tiedostamatta. Tyypillisimpiä rimanalituksia ovat piittaamattomuus hyvästä tieteellisestä käytännöstä, vilppi tieteellisessä toiminnassa, sepittäminen (*fabrication*), eli tekaistujen havaintojen esittäminen, havaintojen vääristely (*misrepresentation*, *falsification*), luvaton lainaaminen (*plagiarism*) sekä anastaminen (*misappropriation*) (@Hyvä tieteellinen käytäntö 2002). Jälleen vaarojen eliminoimiseksi ja riskien ennaltaehkäisemiseksi perehdyin tutkimusetiikkaan ja tämän osion kirjoittamiseen jo tutkimuksen teon alkuvaiheessa, jotta tiedostaisin paremmin piilevät riskit. Esimerkiksi uppoutuessaan syvälle analyysiin havaintojen vääristelyyn on helppo sortua, ellei tunne tutkimuseettistä teoriaa ja peilaa omia ajatuksiaan jatkuvasti tuon verkon läpi. Kyse ei välttämättä ole tutkijan pahuudesta tai tarkoituksellisesta sääntöjen venyttämisestä, vaan yksinkertaisesti siitä, ettei esimerkiksi nuori gradun tekijä vielä tunne hyvän tieteellisen käytännön asettamia rajoituksia, ja mopo karkaa käsistä, kun ylevät ajatukset lähtevät lentoon. Tutkimusetiikka ei ole rakettitiedettä, vaan normien tunnistamista, tiedostamista ja kunnioittamista. Kuten Tutkimuseettisen neuvottelukunnan entinen varapuheenjohtaja Jaana Hallamaa (2002) on muotoillut:

”Tieteen etiikka on koko tiedeyhteisön – johon kuuluvat niin aloitteleva graduntekijä kuin maailmankuulu akateemikkokin – hiljaista, sinnikästä ja hellittämätöntä sitoutumista tieteen harjoittamisen ihanteisiin: rehellisyyteen, avoimuuteen ja kriittisyyteen. Se on niiden periaatteiden ja käytäntöjen ylläpitämistä, edistämistä ja vaalimista, joiden varassa tieteellinen tutkimus on mahdollista ja joiden noudattamiseen tieteen luotettavuus ja sen tulokset perustuvat.”

2.5 Miksi edes tutkia yleisöä – metodikriittinen itsearviointi

”Gradu ei ole koskaan kokoelma maailman parhaita ratkaisuja – – joudut olosuhteiden pakosta tyytymään tarpeeksi hyvään”, toteaa Hakala (2009, 22). Hän ei kuitenkaan pidä tätä ongelmana, vaan suosittelee pyrkimään ”reippaisiin ja käytännöllisiin valintoihin” (emt., 23), kuten hyvin pitkälti olen tässä työssä tehnytkin. Koska kaikkein kunnianhimoisimpia valintoja tärkeämpää on käytännöllisten ratkaisujen ”jälkihoito” ja koska kaikkiin osavaiheisiin tulee kohdistaa tervettä itsekritiikkiä (emt., 23, 25), koettelen ja perustelen seuraavassa tieteellisiä valintojani mahdollisimman objektiivisesti. Hakalan (2009, 219) mukaan gradun tekijän tärkeimpiin virkavelvollisuuksiin kuuluu nimittäin tietoisuus tutkielman rajoituksista.

Ensimmäinen kysymys kuuluu, miksi ylipäättään tutkia yleisöä. ”Yleisötutkimushan on metodologisesti haastavaa ja monimutkaista. Selkeitä, yksiselitteisiä vastauksia on turha odottaa ja aikaa kuluu pelkän aineiston hankintaan moninkertainen määrä muuhun tutkimukseen verrattuna.” Näin julistaa Kaarina Nikunen (2007, 61–62) ja tulee tiivistäneeksi monta tutkimukseeni liittyvää pulmakohtaa. Kuten Nikunen muistuttaa – joskin tv-ohjelmatutkimuksesta – yleisötutkimus ei voi koskaan todella tavoittaa katsojien käsityksiä ja tunteita. Tulokset ovat vain vastauksia kyselyihin, eivätkä välttämättä heijasta sitä, miten ihmiset todella ajattelevat tai toimivat (näin myös Kunelius 2004, 120). Yleisötutkimuksen tyypillisiin pulmakohtiin törmäsivät myös Heikki Heikkilä, Laura Ahva, Jaana Siljamäki ja Sanna Valtonen (2012, 262–264), jotka ennen omaa varsinaista tutkimustaan olivat avustamassa pienimuotoisessa lukijatutkimuksessa, jossa selvitettiin yleisön mielipiteitä sanomalehtien kehittämiseksi. Kuten minäkin tätä tutkimusta tehdessä, myös he joutuivat huomaamaan, että

journalismin kehittämisehdotuksia on hyvin vaikea saada kysymällä suoraan lukijoilta. Kyse on ainakin siitä, että ”kirves, jogurtti ja journalismi ovat käytön kannalta hyvin erilaisia tuotteita” ja journalististen kehitysehdotusten tekeminen on yleisölle vaikeaa aiheen abstraktiuden vuoksi. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, etteikö kannattaisi yrittää.

2.5.1 Aineiston hankinnan ongelmat

”Aineiston keruu kuuluu usein kategoriaan ’tutkijan peruuttamattomat toimet’ ”, muistuttaa Hakala (2009, 151). Jo alkuvaiheessa tarvitaan kosolti malttia ja harkintaa ja kuitenkin yhtä aikaa on pohdittava jo etukäteen analyysivaihetta, sillä kyselylomakkeen muotoileminen vaatii alustavaa tulkintaa (emt. 152, 169). Oli yllättävän vaikeaa hillitä omat ennakkokäsitykset tutkittavasta aiheesta kysymystenlaadintavaiheessa, mutta tarkkasilmäiset oikolukijat auttoivat muotoilemaan kysymyslomakkeen mahdollisimman neutraaliksi.

Lähtöajatukseni oli, että kirjoitan mieluummin paljon vähästä kuin vähän paljosta. Silti haksahdin graduntekijöiden yleiseen ongelmaan, eli liialliseen kokonaisvaltaisuuteen (Hakala 2009, 133). En malttanut rajata teemahaastattelurunkoani enkä kyselylomakkeitani kyllin tiiviiseen muotoon, vaikka ”yhdestäkään gradusta ei pitäisi rakentua Kölnin katedraalia, ei edes Kerimäen puukirkkoa” (emt. 51). Tiedostin kuitenkin kyselylomakkeideni problematiikan läpi prosessin ja yhtäältä pyrin korjaamaan kompastuskiviä casejen välillä⁴, toisaalta paikkaamaan datan suurta määrää osuvalla analyysillä (ks. Hakala 2009, 169).

⁴ Esimerkki korjaustoimenpiteistä: ensimmäisissä kahdessa casessa ”Mistä viestimistä seuraisit kyseistä tapahtumaa?” -kysymyksessä ei annettu ollenkaan vapaata ”Muu, mikä”-vaihtoehtoa. Puute korjattiin viimeiseen kyselyyn ja vastauksista nousikin esille tärkeä oivallus: ei-journalististen uutislähteiden merkitys. Tätä pohdin tarkemmin luvussa 7.2 Vastaaajien taustatietoja.

Selkeä tutkimusmetodologinen moka minulle kävi heti työn alkuvaiheessa, sillä en ilmoittanut panelisteille etukäteen, miten aineistoja säilytetään tutkimuksen teon aikana ja valmistumisen jälkeen. ”Niin sanotut avoimet sopimukset, joissa ei sovita aineiston käsittelystä, säilyttämisestä tai hävittämisestä voivat olla sekä tutkimuseettisesti että lainsäädännöllisesti ongelmallisia”, muistuttaa Kuula (2006, 100). Toisaalta lapsukseni vakavuutta lieventää se, että panelistit ovat jo RAM-paneeliin ilmoittautuessaan hyväksyneet RAMin säännöt tietojen keräämiseen ja säilyttämiseen liittyen.

RAMiin liittyvä metodologinen ongelma oli myös se, että järjestelmää päivitettiin kesällä 2012, ennen viimeisen casekyselyn tekemistä. Käytännössä tämä tarkoitti sitä, että ensimmäisissä kahdessa casessa vastaukset saatettiin painottaa vastaamaan paperilehden lukijaprofiilia, mitä ei enää kolmannessa voitu teknisen uudistuksen vuoksi tehdä. Toisaalta tutkimukseni lähestymistapa on ensisijaisesti laadullinen, jolloin tällaisten tilastollisten detaljien merkitys kokonaistulosten kannalta ei ole kovinkaan tärkeä.

Tutkimusmetodiin voi liittyä myös sellainen pulma, että aineiston keruu vie luultua enemmän aikaa (Hakala 2009, 155–156), kuten myös minulle kävi. Alkuperäisen suunnitelman lisäksi jouduin yllättäen tekemään vielä ylimääräiset historiahaastattelut Ari Mäntylän ja Ilkka Kulmalan kanssa lokakuussa 2012, sillä Keski-suomalaisen urheilujournalismin historiasta ei saanut koottua riittävän kattavaa kuvaa painettuihin lähteisiin tukeutuen. Vaikka kyse ei ollut tutkielmani ydinaineistosta, modernisaatiolähtöisen kokonaiskuvan kannalta historiaosion täsmällisyys oli mielestäni tärkeää. Tämä osaltaan hieman venytti työn valmistumista, sillä kahden ylimääräisen haastattelun tekemisessä, litteroimisessa ja analysoimisessa meni odotettua enemmän aikaa.

Aineistoa voidaan metodikriittisesti tarkastella myös luotettavuuden näkökulmasta. Sisäisesti tarkasteltuna on pohdittava, kuinka hyvin koottu aineisto kuvaa tutkittavaa kohdetta ja ulkoisesti on harkittava, onko aineiston perustella mahdollista tehdä yleisempiä päätelmiä (Hakala 2009, 173). Jos edellä esitetyt yleisötutkimuksen yleiset

ongelmat jätetään huomioimatta, selviää tutkielmani näistä kysymyksistä puhtain paperein. Isot tutkimusjoukot (ensimmäisessä casessa n=593, toisessa n=527 ja kolmannessa n=531) takaavat, että aineisto on sekä sisäisesti että ulkoisesti luotettava. Se, että viimeinen case ei paljastanut enää kolmen casen yhteisten kysymysten osalta uusia suhtautumistapoja, osoitti, että aineisto oli kylläntynyt eli saturoitunut (Hakala 2009, 157). Myös aika on tärkeä tutkimusresurssi, ja tässä tapauksessa pitkä tutkimusaika ja erityyppiset tutkimuscaset⁵ lisäsivät luotettavuutta entisestään.

2.5.2 Akilleen kantapäät analyysissä

Hakala (2009, 166) ehdottaa, että analyysi kannattaa tehdä aineiston ehdoilla, eikä härkämäisesti hyödyntää tiettyä analyysimenetelmää. Mutta mitä tehdä, kun aineisto on graduun nähden suorastaan jättiläismäinen? Kolme casea, joissa kussakin parisenkymmentä kysymystä, joiden kaikkien vastaukset on ristiintaulukoitu 53 taustamuuttujan (ikä, sukupuoli, tulot, äidinkieli, siviilisääty, harrastukset jne.) kanssa. Minun oli kerta kaikkiaan unohdettava se haave, että kävisin seikkaperäisesti lävitse kaiken eteeni tulevan, jotta sain graduni etenemään (näin suosittelee myös Hakala 2009, 23). Oli tehtävä ronskeja rajauksia ja yksinkertaisesti priorisoitava. Jälkiviisaana on helppo sanoa, että olisi ollut järkevää enemmän hyödyntää aiempia tutkimuksia juuri menetelmällisesti: niissä käytettyjä mittareita, haastattelurunkoja ja sorvata niistä omaan käyttöön sopivia (näin neuvoo tekemään Hakala 2009, 167). Siten aineistoni koko olisi saattanut jäädä pienemmäksi ilman, että tutkimustulokset olisivat siitä kärsineet.

Koska aineisto oli valtava, suurin haaste oli nähdä metsä puilta ja puut metsältä, etten hävitä ”yleisyyden alle aineistosta löytyviä mielenkiintoisia poikkeuksia” (Hakala 2009, 173–174). Ratkaisin ongelman niin, että pyrin etsimään sekä tilastollisesti merkittäviä

⁵ Tutkimuscasejen valinnat perustelen tarkemmin luvuissa 4.3 Katsaus keskisuomalaiseen urheiluelämään kaudella 2012, 5.1 Ensimmäisen casen uutisluonne, 6.1 Toisen casen uutisluonne ja 7.1 Kolmannen casen uutisluonne.

tuloksia että laadullisia maistiaisia. Ratkaisun käänköpuoli toki on se, että lopputulos on erittäin laaja ja lukijan mielestä kenties jopa sekava. Vastaläakkeeksi loin luvun 8.1, jossa vedän yhteen tutkimustulokset kaikista kolmesta casesta, sillä ”vaikka olisit onnistunut erittelemään yli äyräidensä pursunnutta aineistoasi esimerkiksi havainnollisin graafisin esityksin, et ole yltänyt luokittelua pidemmälle – jos et nimittäin ole vaivautunut tulkitsemaan dataasi” (Hakala 2009, 181). Luvussa 8 teen nimenomaan edellä mainittua tulkintaa, jossa katson aineiston taakse ja ylitän sen rajat (emt., 182).

2.5.3 Viheliäinen viimeistely

Pääosin kvalitatiivisen menetelmän valitseminen oli sikäli ongelmallinen valinta, että perfektionismiin taipuvaliset luonteet – kuten minä – eivät usein ”millään raaski luopua työnsä hionnasta ja sen pienen pienten yksityiskohtien viimeistelystä” (Hakala 2009, 169). Toisaalta myös tilastollisen aineiston keskinäisiä korrelaatio-suhteita voi vertailla ja analysoida loputtomiin, joten kvantitatiivisemmän otteenkaan valinta ei välttämättä olisi pelastanut minua hiomisen himolta. Alun perin suunnittelin tekevänä gradun noin vuodessa, mutta lopulta projekti venyi puolentoista vuoden mittaiseksi. Toisaalta oli parempi venyttää tutkimusaikaa kuin väkisin puristaa työ turhan nopeasti valmiiksi. Näin ollen olen itse lopputulokseen tyytyväinen, sillä en joutunut tekemään liikaa kompromisseja työn missään vaiheessa.

Paikoitellen ongelmalliselta tuntui myös se, että olen tutkijana hyvin lähellä kohdettani ja omasin siitä jo etukäteen tietyn mielipiteen, jolloin lopputuloksena saattaa olla tutkimuksen sijaan julistus. Tiedostin kuitenkin etukäteen tämän riskin, enkä edes alitajuisesti lyönyt tutkimustuloksia lukkoon ennen tutkimuksen aloittamista. (Hakala 2009, 170.)

Vaikka olen edellä esittänyt monenlaisia metodikriittisiä huomautuksia, en suinkaan ole sitä mieltä, että graduni olisi huono. Perimmäinen kysymyshän gradun onnistuneisuuden kannalta on, voiko aineiston perusteella vastata tutkimuskysymyksiin

ja tässä tapauksessa vastaus on kyllä. Hakala tiivistää koko graduprojektin presidentti Mauno Koiviston lausahdukseen ”pitää olla jotakin sanottavaa ja kykyä sanoa se”. Se vaatimus tässä työssä eittämättä toteutuu. (Hakala 2009, 183–185.)

3 URHEILUJOURNALISMI TEORIASSA

3.1 Aiempi tutkimus

Urheilujournalismin tuoreimmassa kotimaisessa väitöskirjassa (Laine 2011, 31) todetaan, että suomalaisen urheilujournalismin tutkimusta on moitittu perinteisesti sekä vähäiseksi että vaatimattomaksi. Pänkäläinen (1998a, 29) muotoili vajaan 15 vuotta sitten, että ”kuvaavaa tutkimukselliselle tilanteelle on, että Kalevi Heinilä on liikuntatieteilijänä luonut alan tutkimuksen teoriaa enemmän kuin tiedotustutkijat”. Urheilujournalismi ei tälläkään hetkellä, vuonna 2013, tunnu olevan kovin suosittu tai aktuaalinen tutkimusaihe. Tästä kertoo esimerkiksi se, että kulttuuria ja mediaa tutkivan lehden Media & Viestinnän (entiseltä nimeltään Tiedotustutkimus) julkaisemista Journalismikritiikin vuosikirjoista ei löydy viimeisten viiden vuoden ajalta (2007–2011) kuin yksi urheilujournalismia sivuava artikkeli (Saarenmaa, 2010). Siinäkin tutkitaan miesurheilijoiden ja alkoholin mediakuvaa, eli painotus on mediakulttuurinen, ei niinkään journalistinen. Media & Viestinnän artikkelikokoelmien perusteella urheilujournalismia kuumempia tutkimusaiheita ovat tällä hetkellä muun muassa sosiaalinen media, kriisijournalismi ja politiikan journalismi. Laine (2011, 30) arvelee yhdeksi syyksi sitä, että urheilun viihteellinen luonne laskee sen statusta tutkijoiden silmissä – tämä arvio on kuitenkin kiistanalainen, kun otetaan huomioon populaarien aiheiden tutkimuksellinen suosio.

Kansainvälisesti urheilujournalismia on tutkittu paljon, mutta kuten Heinilä (2000, 274) toteaa, urheilujournalismi on niin vahvasti sidoksissa kunkin maan kulttuuriin ja kontekstiin, että kansainvälisen tutkimuksen hyödyntäminen on vaikeaa kansallisen tason tutkimuksessa. Tutkimuksellista aukkoa tuli loppuvuodesta 2011 paikkaamaan jo edellä mainittu Laineen perusteellinen väitöskirja, jossa vertaillaan suomalaista ja ruotsalaista urheilujournalismia, mutta tutkimussarkaa riittää silti edelleen. Vaikka Laine (2011, 31) ei suostu varauksetta laskemaan pro gradu -tutkielmia kotimaisen tutkimusannin kenttään, ne kuuluu huomioida mukaan, eikä urheilujournalismin tutkimus itse asiassa olekaan niin vähäistä, kuin ensisilmäyksellä vaikuttaa. Toinen

kysymys sitten onkin, kuinka valideja ja reliaabeleja tutkimuksia opinnäytetyöt ovat – kirjo lienee laaja.

3.2 Urheilujournalismin historiaa

Kuten urheilujournalismin tutkimus muutenkin, myös tutkimus urheilujournalismin historiallisesta kehityksestä on jäänyt vajaaksi (mm. Heinilä 2000, 273; Pänkäläinen 1998a, 29; Pänkäläinen 1991,1). Vaikka tieteellinen analyysi puuttuu, Suomen Urheilulehteä käy kiittäminen siitä, että ”urheilulehdistömme päävaiheet on tallennettu kiitettävästi” (Pänkäläinen 1998a, 13). Lisäksi Touko Perko (1991) on kirjoittanut kansiin urheiluaikakauslehdistömme lyhyen historian, jota tässä luvussa referoin. Vaikka tutkielmani keskittyy sanomalehden urheilujournalismiin, on urheiluaikakauslehdistön historian avaaminen perusteltua, sillä erikoislehdistö on – urheilukirjallisuuden ohella – toiminut urheilujournalismin syntymisen lähtökohtana, kuten lisensointityön aiheesta tehnyt Seppo Pänkäläinen (1991, 146) muistuttaa.

Tarkkaa ajankohtaa, jolloin urheilujournalismi on vakiintunut päivälehdistöön, on mahdotonta osoittaa (Pänkäläinen 1991, 163), joten erittelen seuraavaksi sitä kohti vieneitä kehityskulkuja niin erikois- kuin päivälehdistönkin osalta.

Suomen urheiluelämä alkoi organisoitua vuosina 1856–78 ja samoihin aikoihin urheilusta tuli vähitellen uutis- ja juttuaihe. 1800-luvun lopulla Suomessa ryhdyttiin ajattelemaan, että urheilun sanomaa piti välittää mahdollisimman monelle, ja kilpailuselostuksia ruvettiin julkaisemaan sanomalehdissä⁶, jotta kansa innostuisi liikkumaan. Urheilusta tuli aate. 1800–1900-lukujen vaihteessa urheilu-uutisia ryhdyttiin julkaisemaan sanomalehdissä muiden uutisten joukossa, joskin pienesti – esimerkiksi Jyväskylän lehdissä vuosisadan alussa kotimaan uutisista vain 1–2 prosenttia koski urheilua (Tommila & Salokangas 1998, 200). Koska urheilun saamat

⁶ Keski-suomalaisen urheilujournalismin historiaa avaavan tarkemmin luvussa 4.1.

palstatilat jäivät sanomalehdissä vaatimattomiksi, urheiluväen oli alettava julkaista omia erikoisaikakauslehtiään vuosisadan vaihteen molemmin puolin. (Perko 1991, 221, 254; Pänkäläinen 1991, 161–162.) Nämä erikoistuneet urheilulehdet voidaankin nähdä koko urheilujournalismin perustana ja kehittäjänä (Pänkäläinen 1998a, 13).

Maamme ensimmäinen urheilu-aikakauslehti oli miehille suunnattu *Sporten*, joka ilmestyi Helsingissä vuosina 1881–1895 ja jonka tavoitteena oli ”terve sielu terveessä ruumiissa”. Alkuvaiheen urheilulehdille oli laajemminkin tyyppillistä valistava, opettava ja ohjaava ote. Valtalajeja *Sporten*issa olivat metsästys, purjehdus, uinti, voimistelu, soutu, pyöräily, hiihto, luistelu ja kelkkailu. Käsittelyyn pääsivät muun muassa urheilutulokset, suoritustavat ja kilpailuvälineet. Vuonna 1893 *Sporten*in peräsimeen tullut John Linsén rupesi kuitenkin laajentamaan lajivalikoimaa, jolloin metsästys ja purjehdus jäivät vähemmälle huomiolle. Uudistuksen seurauksena levikki romahti, minkä vuoksi lehti oli pakko kaksi vuotta myöhemmin lopettaa. Hyvin toimitettu ja uraauurtava *Sporten* antoi kuitenkin suomalaisen urheilulehden mallin vuosikymmeniksi eteenpäin. (Perko 1991, 221–223, 254.)

Vuoden 1908 Lontoon olympialaisista alkoi todenteolla suomalaisten urheiluinnotus (Kalpa 1984, 114), ja vuoden 1912 Tukholman olympialaisista alkaen urheilu alkoi saada näkyvämmän sijaa myös sanomalehdissä. 1920-luvulla suomalaiset menestyivät olympialaisissa, mikä ponkasi liikkeelle urheilujournalismin todellisen kulta-ajan: urheilu-aikakauslehdistö alkoi määrällisesti kasvaa ja lukijoita kiinnostanut sisältöalue alkoi yleistyä ja saada lisää palstatilaa myös päivälehdissä. Sanomalehdet perivät toimintamallinsa erikoislehdistä ja urheilujournalismia tehtiin pääosin kilpaurheiluvetoisesti. Päivälehdistä urheilujournalismin edelläkävijöitä olivat *Hufvudstadsbladet*, *Helsingin Sanomat* sekä *Turun Sanomat*. *Hufvudstadsbladet* palkkasi Suomen päivälehdistön ensimmäisen urheilutoimittajan, Uno Westerholmin, jo vuonna 1902 ja alkoi julkaista urheilujuttuja osastovinjetin alla samoihin aikoihin. HBL:n uudisraivaajuudesta kertoo myös se, että vuonna 1906 Ateenan välikisojen aikaan *Helsingin Sanomat* joutui lainaamaan sitä. *Helsingin Sanomissa* keskeisiin urheilujournalismin uranuurtajiin kuului päätoimittaja-toimitusjohtaja Eljas Erkko ja

Turun Sanomissa samassa roolissa ollut Arvo Ketonen. Turun Sanomissa urheilukirjoittelu alkoi saada ”jäntevämpiä muotoja” heti 1900-luvun alussa ja vuonna 1906 lehteen ilmestyi Urheilun alalta -osastovinjetti. (Manninen & Salokangas 2009, 148; Pänkäläinen 1991, 152–153, 162; Tommila & Salokangas 1998, 200–201; Kalpa 1984, 113.) Turun Sanomien vanavedessä sanomalehdet alkoivat vähitellen ymmärtää, että viihteellisen aineiston – kuten urheilun – tarjoaminen kasvattaa levikkiä (Salokangas 1987, 376–377).

Pänkäläinen (1998a, 13) on korostanut, että urheilujournalismin alkuaikojen kehityssuunnat voidaan nimetä vain muutamien ihmisten vastuulle, ja edellä mainittujen päivälehdistö pioneerien lisäksi Martti Jukola oli Lauri ”Tahko” Pihkalan ohella yksi heistä. 20-luvulla Jukolasta tuli Suomen Urheilulehden (perustettu vuonna 1898) päätoimittaja, ja hän ryhtyi kehittämään urheilujournalismia uutismaisempaan suuntaan. (Pänkäläinen 1998a, 13; Perko 1991, 227, 253.) Jukolan päätoimittajakaudella Urheilulehden linja määriteltiin näin:

”Urheilulehti arvostelee oman harkintansa mukaan kaikkea urheilutoimintaa. Sen johtavia periaatteita ovat: 1. koko maan etu, 2. urheiluharrastuksen syventäminen ja 3. urheilumme kansainvälinen edustusvoima. Mitään bulevardisensatiota emme kuitenkaan tule etsimään emmekä sellaisilla halventamaan urheiluumme yleisön silmissä, mutta milloin suora sana on paikallaan, se lausutaan.” (Perko 1991, 231–232.)

Kunnianhimoisista sisältötavoitteista huolimatta urheilu-aikakauslehdistö alkoi vähitellen, 1920-luvulta alkaen, menettää journalistista etulyöntiasemaansa päivälehdistölle (Pänkäläinen 1991, 157). Pänkäläisen mukaan muutos johtui siitä, että yhtäältä päivälehdistön urheilutarjonta kasvoi, ja toisaalta vaikka erikoislehdistöissäkin pyrittiin uutismaisempaan suuntaan, ei se pystynyt nopeudessa kilpailemaan päivälehdistön kanssa. Kun otetaan huomioon vielä se, että Yleisradio perustettiin vasta vuonna 1926 ja radio ylipäätään oli vielä tuolla vuosikymmenellä pienen harrastelijajaporukan tiedotusväline (Tommila & Salokangas 1998, 202), oli päivälehdistöllä etulyöntiasema nopeimpana urheilu-uutisten välittäjänä. Sanomalehdet tietenkin ottivat ilon irti nopeasti kiinnostusta kasvattaneesta viihteellisestä sisällöstä ja

esimerkiksi Turun Sanomien urheilu-uutisten osuus kasvoi vuoden 1920 neljästä prosentista kymmenessä vuodessa yli 10 prosenttiin (Tommila & Salokangas 1998, 203).

1930-luvun puolivälissä urheilun liittopolitiikka ajoi erikoislehdistön lippulaivan, Urheilulehden, vielä syvempään kriisiin. Jyrkkä ideologinen vastakohtaisuus oli alkanut vuoden 1918 sodan jälkeen, ja seuraavana vuonna Suomen urheilu jakautui liittotasolla kahtia, kun Työväen Urheiluliitto (TUL) erkaantui porvarillisesta Suomen Valtakunnan Urheiluliitosta (SVUL). SVUL oli vuoteen 1914 saakka kustantanut Urheilulehteä, ja sen ensimmäinen päätoimittaja Ivar Wilskman oli SVUL:n puheenjohtaja vuoteen 1914 saakka. Tuona vuonna Urheilulehti kuitenkin erkaantui SVUL:sta, sillä keskusliitto ei tukenut sitä taloudellisesti riittävästi ja kulisseissa käytiin ”Helsingin herrojen perheriitoja”. Edellä mainittu 30-luvun kriisi alkoi, kun myös urheilun pienemmät erityisliitot, kuten Suomen Palloliitto, irtautuivat Urheilulehdestä. Sotavuosina taloudelliset vaikeudet syvenivät entisestään, ja kurimus hellitti vasta, kun SVUL osti Urheilulehden takaisin vuonna 1950. (Perko 1991, 227–234.)

Sotavuosina urheilujournalismi kaikinensa oli kovilla, kun urheilutoiminta supistui ja toimittajia kutsuttiin asepalvelukseen. Heti sodan jälkeen alkoi kuitenkin nopea kasvu ja vuodesta 1945 vuoteen 1955 urheilun erikoislehtien määrä yli kaksinkertaistui, ja samoin jälleen seuraavina kahtenakymmenenä vuotena. Määrän kasvun taustalla oli etenkin urheilun erikoisliittojen ja seurojen tarve omiin lehtiin. Omien julkaisujen ilmoitusmyynnillä hankittiin rahoitusta toiminnalle ja luotiin järjestöllistä yhteishenkeä – tosin monen pikkulehden elinkaari jäi kovin lyhyeksi. (Perko 1991, 253–254.)

Samalla, kun olympiavuodesta 1952 alkaen huippu-urheilu alkoi vallata alaa urheilujournalismissa, opettava ja valistava sisältö vähentyi. Urheilulehdet alkoivat painottaa uutisia, taustakirjoituksia, henkilökuvia ja analyyssejä – siis pyrkivät kohti modernimpaa urheilujournalismia. Urheilun aikakauslehdistön menestyneimpien toimittajien työssä yhdistyivät ”asiantuntemus, kiintymys urheiluun sekä taito esittää asiat journalistisella tavalla”. (Perko 1991, 254–257.)

1950-luvulla myös sanomalehtien sivumäärät alkoivat kasvaa ja sisältö laajentua. Kun vuonna 1950 Keski-suomalaisen numerossa oli keskimäärin seitsemän sivua, oli lukema vuonna 1990 jo 28. Suhteellinen sivumäärän kasvu oli kaikkein nopeinta kuitenkin jo 1950-luvulla, kuten muillakin maakunnallista johtoasemaansa vahvistaneilla lehdillä. Sivumäärien kasvaessa sanomalehdet saattoivat monipuolistaa sisältöään, mikä kasvatti levikkiä, minkä ansiosta voitiin taas tehdä entistä isompia lehtiä. Samalla sanomalehtien toimitukset kasvoivat ja toimitustyö alkoi eriytyä osastoittain. Keränen (1984, 127) mukaan differentioitumiskehitys oli monen tekijän summa: ”tärkeimpiä syitä olivat toimittajamäärän voimakas kasvaminen, lehden sisällön monipuolistuminen ja koko toimitustyön määrätietoinen koordinoiminen”. Urheilutoimittajia ryhdyttiin palkkaamaan maakuntalehtiin 1950-luvulta alkaen, ja viimeistään 1960-luvulla voidaan todeta urheilujournalismin vakiintuneen osaksi sanomalehtiä. (Tommila & Salokangas 1998, 268–272; Keränen 1984, 36–37, 128.)

Vaikka urheilulehdistön historia on poliittisine sidonnaisuuksineen ja moninaisine erikoislehtineen pirstaleinen, yhden vaikutusta ei voi kieltää: yhä edelleen ilmestyvän Urheilulehden jättämä urheilujournalistinen perintö on ollut kaikkein laajin (näin myös Pänkäläinen 1998a, 13). Merkillepantavaa on myös se, että kun katsotaan Jukolan liki 100 vuotta sitten määrittelemää Urheilulehden linjausta, se on – etenkin viimeisen lauseen osalta – hyvinkin ajankohtainen urheilujournalismin peruslauselma yhä edelleen. (Perko 1991, 228–231.) Jos Sporten määritteli urheilujournalismin kehityssuuntia ensimmäisinä vuosikymmeninä, tekee Urheilulehti sitä yhä edelleen – toki sen nykyisestä sensaatiohakuisuuden välttämisestä voidaan olla monta mieltä.

3.3 Urheilujournalismi tänään

Tämän päivän urheilujournalismin rooli voidaan nähdä hyvin paradoksaalisena, kuten Boyle (2006, 1) vertaa: yhtäältä urheilujournalismia pidetään alan hierarkiassa kepeänä ja vetelänä leluosastona, mutta etenkin kaupallisesta näkökulmasta katsottuna sillä on oma, tärkeä roolinsa mediassa ja populaarikulttuurissa. Itkonen, Ilmanen, Matilainen ja Jaskari (2008, 25) puolestaan muotoilevat, että ”urheilujournalismi on moniulotteisten

ja ristiriitaisten kulttuuria tuottavien tekijöiden luomaa.” Urheilutoimittajalta saatetaan odottaa yhtä aikaa objektiivisuutta, kriittistä tulkintaa sekä paikallisurheilijoiden ja -joukkueiden fanittamista ja nostattamista (Rowe 2001, 37). On siis sanomattakin selvää, että urheilujournalismin määritelmiä, kriteerejä ja rajanvetoja on yhtä paljon kuin on kirjoittajia. Oman näkemykseni esittelin jo luvussa 1.1.1.

3.3.1 Urheilujournalistiset juttutyypit

Johdannon alaluvussa 1.1.3 erittelin alustavasti journalistiset juttutyypit, mutta kuten siinäkin kohdassa totesin, urheilujournalistiset juttutyypit eivät rajaudu samoin kuten yleisjournalismin puolella (Koljonen 2000, 26). Koska urheilujournalismissa subjektiivisuuden ja objektiivisuuden raja on häilyvä (Hemánus 1983, 43), myös tiedottavien ja viihdyttävien tekstien raja elää jatkuvasti. Oman näkemykseni mukaan vain harvat urheilujournalistiset jutut voidaan selkeästi niputtaa tiettyyn lajityyppiin tai kategoriaan, mihin ongelmaan törmäsi omassa gradussaan myös Malinen (2011, 40–43), joka niin ikään tukeutui Koljosen (2000, 26–30) jaotteluun (ks. alla).

Perinteinen, karkeahko luokittelu (mm. Steen 2008) jakaa urheilujournalistinen juttutyypit neljään pääluokkaan: uutiseen, otteluselostukseen, haastatteluun ja featureen. Hienostuneempiakin kategorisointeja toki löytyy. Helsingin Sanomien urheilujournalismin kehitystä tutkinut Kari Koljonen (2000, 26–30) on jaotellut urheilujournalistiset jutut sangen käyttökelpoisesti niiden ensisijaisen journalistisen perusfunktion mukaan seuraavasti:

- **Tiedottavat jutut:** Kirjoitukset, joissa yleisimmin käsitellään äskettäisiä otteluita ja tapahtumia. Kategoriaan kuuluvat tapahtuma- ja ottelujuttujen lisäksi myös uutisjutut, joissa käsitellään vaikkapa loukkaantumista tai pelaajahankintaa. Urheilujournalismin perustyyppi, josta muut juttutyypit ovat jalostuneet. Perinteisesti myös käytetyin juttutyypit, mutta osuus pienenee pyrittäessä modernisoimaan urheilujournalismia (ks. lisää alaluvusta 3.4).

Vuonna 2009 Satakunnan Kansan urheilujutuista 63,6 prosenttia⁷ oli tiedottavia, Savon Sanomissa 65,8 ja Ilkassa peräti 79,9 prosenttia (Malinen 2011, 76).

- **Taustoittavat jutut:** Featuremaisiet taustajutut, jotka ovat useimmiten tiedottavia juttuja työläämpiä tehdä. Tiedottaviin juttuihin verrattuna taustoittavat jutut sisältävät enemmän pohdiskelevaa ainesta ja ovat usein pidempiä. Savon Sanomien urheilujutuista vuonna 2009 taustoittavia oli 8,8 prosenttia, Ilkassa 7,9 prosenttia ja Satakunnan Kansassa 7,8 prosenttia. (Malinen 2011, 42–43, 76.)
- **Kommentoivat jutut:** Omien toimittajien ja muiden kirjoittajien mielipidekirjoitukset. Helsingin Sanomien urheilusivujen harvinaisin juttutyyppe. Kommentoivat jutut ovat melko harvinaisia myös maakuntalehdissä: Savon Sanomissa niitä oli vuoden 2009 urheilujutuista 4,9 prosenttia, Satakunnan Kansassa 3,9 prosenttia ja Ilkassa 1,9 prosenttia (Malinen 2011, 76).
- **Värittävät jutut:** Featuremaisiet henkilöhaastattelut (yleisin värittävä juttutyyppe), reportaasit ja pakinat. Maakuntalehdissä lähes yhtä harvinaisen juttutyyppe kuin kommentoiva kategoria (Malinen 2011, 77).
- **Palvelevat jutut:** Tulokset (yleisin palveleva juttutyyppe), veikkausjutut, ennakkojutut, kalenterijutut. Julkaistaan usein vakiovinjetin alla. Helsingin Sanomien, Savon Sanomien, Satakunnan Kansan ja Ilkan urheilusivujen toiseksi yleisin juttutyyppe (Malinen 2011, 77).

Koljonen (2000, 26–29) niputtaa feature-yläotsikon alle taustoittavat, kommentoivat ja värittävät jutut ja toteaa tekemiensä toimittajahaastatteluiden perusteella, että feature-

⁷ Malinen keräsi gradunsa (2011) aineiston tammi-, heinä- ja lokakuussa 2009 ja se koostui 21 numerosta per lehti. Analysoitavia lehtijuttuja kertyi 1 376.

tyyppistä sisältöainesta on pyritty tietoisesti lisäämään. Kiintoisaa on, että Koljosen haastattelut on kerätty jo vuonna 1995, ja jo silloin haastateltavat ovat todenneet, että mediakilpailun kiristyessä syventävän tiedon tarjoaminen on paperisten sanomalehtien elinehto. Samoilla linjoilla olivat myös tähän tutkimukseen haastatellut urheilutoimittajat. Esimerkiksi Ilkka Kulmalan (haastattelu, 2011) mielestä tärkeintä on, että sanomalehti tarjoaa taustoja, analyysiä, mielipiteitä, henkilökuvia ja tutkivaa journalismia. ”Kaikenlainen löysä kama pitää saada pois”, hän muistuttaa.

Vaikka Koljosen juttutyyppejaottelu on teorian tasolla käyttökelpoinen, aukoton se ei suinkaan ole. Käytännössä yksittäisen jutun sijoittaminen johonkin kategoriaan voi osoittautua mahdottomaksi. Esimerkiksi peliennakkojuttu, joka kerrotaan henkilön kautta, voidaan luokitella palvelevaksi jutuksi (vinkataan tulevasta ottelusta), taustoittavaksi jutuksi (kerrotaan henkilön tarinaa) tai kommentoivaksi jutuksi (jos juttu sisältää subjektiivisia aineksia ja toimittajan omaa tulkintaa). Yhden yrityksen vaihtoehtoiseksi jaotteluksi on luonut Sanna Vuorinen, joka on gradussaan (2007, 47) jaotellut urheilujutut aiheen ja lähestymistavan mukaan. Urheilujournalismin urheilu voidaan ymmärtää erityisalueena, suorituksina, ilmiönä ja elämänalueena riippuen siitä, onko kyse ennakoivasta, taustoittavasta, viihdyttävästä ja yhteiskunnallisesta jutusta. Näihin kategorioihin palaan vielä tarkemmin alaluvussa 3.4 sekä loppupohdinnassa.

3.3.2 Miten urheilujournalismia kulutetaan?

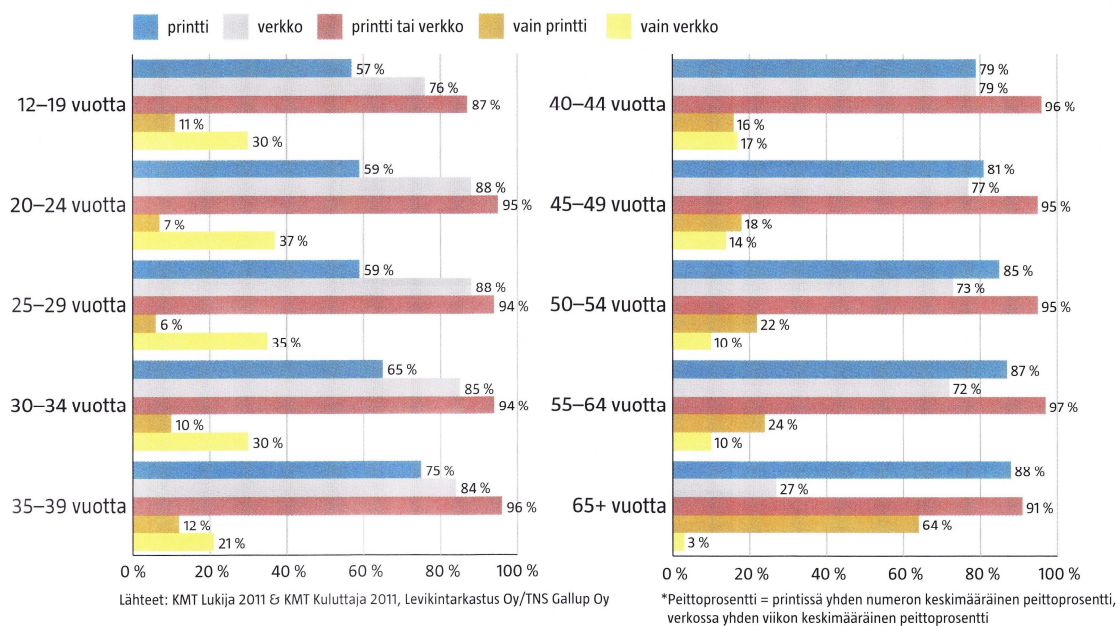
Tutkimusongelmani kannalta on oleellista hahmottaa, mikä on se journalistinen kokonaisuus, jolta yleisö urheilusisältönsä hankkii. Sähköisissä ja painetuissa medioissa on luonnollisesti paljon samankaltaista sisältöä, mutta julkaisu- ja käsittelytapa vaihtelee. Perinteisesti on ajateltu, että radion valttikortti on nopeus, television etu kansainvälisyys ja sanomalehden syömähammas taustoittavuus. Radion plussaksi voidaan laskea myös se, että sen kuunteleminen on mahdollista myös passiivisesti esimerkiksi autoa ajaessa. Televisiokuvaa taas pidetään erityisen luotettavana, informoivana ja viihdyttävänä. Sanomalehti puolestaan pärjää paikallisen luonteensa ansiosta ja tarjoamalla kokonaiskuvan edellispäivän tapahtumista. Eri

joukkotiedotusvälineillä on eroja myös uutiskriteereissä ja näkökulmien valinnoissa. Radio panostaa uutiskärkeen ja tiivistämiseen, televisio on jo hieman taustoittavampi ja sanomalehti laajentaa, tarkentaa ja kertoo yksityiskohtia. Monipuolisimman kokonaiskuvan saadakseen urheiluväen on siis seurattava useita eri uutislähteitä vuorokauden eri aikoina. (Huovila 1995, 1–4, 111–112.)

Edellä referoimani Huovilan tutkimus (1995) on liki 20 vuotta vanha, mutta tietyt peruseriaatteet sähköisten ja painettujen medioiden eroissa pätevät edelleen. Toki tv-kanavien määrä on lisääntynyt television digitalisoitumisen jälkeen (Joukkoviestimet 2012, 10) ja urheiluohjelmien televisiointi on laajentunut ja eriytynyt sekä muuttunut osin maksulliseksi. Lisäksi radion ja television rinnalle on tullut internet ja sosiaalinen media, ja journalismista tulee ”muutaman bitin digitaalisempaa huomenna ja taas ylihuomenna” (Vehkoo 2011, 215). Teknologinen muutos on vaikuttanut dramaattisesti myös siihen, mitä yleisö haluaa printtijournalismilta. Kun urheiluaiheisen tuloshutun saa ilmaiseksi jo edellispäivänä sähköisistä viestimistä, yleisö on oppinut vaatimaan maksulliselta printtijournalismilta yhä laadukkaampaa sisältöä. (Steen 2008, 60.) Samalla sanomalehtien lukemisen ajankohta on siirtynyt aamusta iltaan ja oman kokemukseni mukaan myös viikonloppuihin. Aamulla tarkistetaan päivän uutiset netistä ja radiosta, ja lehtiin syvennyttään vasta illalla tai viikonloppuna (näin myös Vehkoo 2011, 205–206). Sekä elämäntavat että mediakäyttäytyminen ovat muuttuneet suuresti, eikä paluuta painetun sanomalehden huippuaikoihin enää ole (Joukkoviestimet 2012, 51).

Tänä päivänä keskivertosuomalainen käyttää eri viestinten parissa 7,5 tuntia päivässä. Tuosta ajasta 37 prosenttia kuluu televisiota katsellen, 12 prosenttia internetissä ja 7 prosenttia sanomalehden parissa. Mitä nuoremmilta kysytään, sitä enemmän aikaa kuluu internetissä ja sitä vähemmän sanomalehden parissa. (@Sanomalehtien Liitto 2011.) Median käyttöön liittyvät sukupolvierot ovatkin tällä hetkellä kenties suuremmat kuin koskaan enää tulevat olemaan. Tuskin enää kahdenkymmenen vuoden päästä löytyy sukupolvea, joka ei käyttäisi lainkaan verkkoa.

Ikäryhmien väliset median käyttöerot näkyvät myös Kansallisesta Mediatutkimuksesta (kuvio 1). Kun yli 35-vuotiaista paperista sanomalehteä lukee kaikissa ikäryhmissä 75–88 prosenttia vastaajista, on lukema 12–34-vuotiailla 57–65 prosenttia. Sen sijaan verkossa julkaistavia sanomalehtiä luetaan kaikissa muissa ikäluokissa paitsi yli 65-vuotiaiden kohdalla yli 70-prosenttisesti. Tästä on vedettävissä se johtopäätös, että kokonaan verkkoa käyttämätön sukupolvi alkaa olla jo melko ikääntynyttä. Erityisen huojentava tieto kuitenkin on se, että joko paperista tai verkossa julkaistavaa sanomalehteä lukee kaikkien ikäluokkien edustajista vähintään 87 prosenttia. Yli 20-vuotiaista ylöspäin lukema on kaikissa ikäryhmissä yli 90 prosenttia. Suoranaista journalismin kuolemaa lienee siis turha pelätä.



KUVIO 1. Sanomalehtien peitto ikäryhmittäin (Kuvion lähde: Suomen lehdistö 6–7/2012. Kuvion lukemiin on huomioitu 39 Sanomalehtien Liiton jäsenlehteä.)

Vuonna 2010 tehdyn melko kattavan yleisötutkimuksen (n=993) mukaan eniten käytettyjä verkkosivustoja olivat iltapäivälehdet, Facebook, YLE, Helsingin Sanomat ja MTV3. Iän ja sukupuolen suhteen löytyi eroavaisuuksia. Facebookia käyttävät ahkerimmin 15–35-vuotiaat naiset, paikallislehtien verkkopalveluiden käyttö nousee iän mukana ja nuoret miehet erottautuvat innokkaina YouTuben käyttäjinä. Iltapäivälehtien

verkkosivuja sen sijaan luetaan melko tasaisesti molemmissa sukupuolissa ja kaikissa ikäluokissa. Tutkija tiivistää, että ”vaikka sosiaalisen median käyttö on runsasta, se ei ole syrjäyttänyt perinteisen median käyttöä verkossa”. (Matikainen 2010, 59–60, 68.) Vaikka suoranaista syrjäyttämistä ei olisikaan tapahtunut, some on eittämättä muuttanut niitä väyliä, joita pitkin perinteisten medioiden verkkosisältöjen pariin päädytään. Eräs vastaaja kertoi tutkimuskyselyssäni muun muassa näin:

Nainen, 34 vuotta: ”Facebook oli ainut, josta katsoin Keski-suomalaisen toimituksen tekemiä päivityksiä. Muulta osin rallien mediaseuranta jäi olemattomaksi. Tulee useimmiten luettua Facebook-päivitykset ensin, ennen kuin siirryn Keski-suomalaisen verkkosivuille.”

Kun tarkastellaan eri tiedotusvälineitä luotettavuuden näkökulmasta, löytyy mielenkiintoinen ristiriita. Internetiä mediana ei lasketa luotettavimpien uutislähteiden joukkoon, mutta perinteisten medioiden tuottamiin verkkopalveluihin kuitenkin luotetaan vakaasti. (Matikainen 2010, 55–56.) Verkkolehtiä lukee päivittäin 37,2 prosenttia vastaajista, usein tai joskus noin kolmannes ja vain 5,4 prosenttia ei lainkaan (emt., 61). Tästä on pääteltävissä, että luotettava sisältöaines on se taikasana, johon journalististen verkkomedioiden kannattaa panostaa.

Edellä olen esitellyt joukkoviestinnän kulutusta määrällisestä näkökulmasta, mutta mikä selittää, *miten* ja *mihin tarkoituksiin* urheilujournalismia kulutetaan? Perinteisesti vastaukseksi on tarjottu kahta teesiä: yhtäältä tarjonta määrää kulutusta, toisaalta on pohdittava, ”miten eri joukkoviestimet ja niiden sisällöt nivoutuvat osaksi ihmisten arkielämän rutiineja” (Kunelius 2004, 103). Ensimmäinen teesi on melko helposti sulatettavissa. Yleisö hakee tietystä tiedotusvälineestä sellaista sisältöä, mitä siltä perinteisesti on tottunut saamaan. Esimerkiksi ennen television läpimurtoa yleisö hyväksyi painetuilta lehdiltä hyvin tuloskeskeiset otteluraportit, mutta teknologisen murroksen myötä vaatimukset alkoivat kasvaa (Steen 2008, 60). Mediakentän kokonaistarjonta vaikuttaa siis eittämättä siihen, mitä yleisö miltäkin välineeltä odottaa.

Toinen teesi on huomattavasti vaikeaselkoisempi etenkin tänä aikana, kun ihmisten arkielämän mediakäyttäytyminen muokkautuu, pirstaloituu ja monimuotoistuu jatkuvasti. Urheilujournalismin kokonaiskulutuksesta ei tunnu löytyvän ajankohtaista teoretisointia, joten voin vain esittää valistuneen arvaukseni siitä, mitä ja minkätyyppistä sisältöä eri medioista haetaan. Taustatukea arvioilleni sain myös omasta kyselyaineistostani sekä tekemistäni toimittajahaastatteluista.

Tämän pro gradun tutkimusongelman hahmottamisen kannalta on tärkeää huomata se, että Keski-suomalaisen verkkolehti ei suinkaan ole ainoa sähköinen media, jota urheiluväki seuraa. Esimerkiksi teksti-tv on monelle lukijalle tärkeä urheilutulosten ja pelivihjeiden tarkistusväline, joka ”vie samalla katsojansa paikan päälle” (Hujanen 2007, 153–154). Tämä seikka nousi esille myös toimittajahaastatteluissa: kaikki viisi urheilutoimittajaa listasivat television ja erityisesti teksti-tv:n urheiluväen tärkeimpien sähköisten uutislähteiden kärkeen. Verkkohypetyksen keskellä ei sovi unohtaa sitä, että verkko ei välttämättä ole yleisölle niin tärkeä uutislähde, kuin lehtitaloissa yleisesti luullaan. Urheilutoimittaja Tommi Roimela (haastattelu, 2011) arvioi, että etenkin vanhemmalla väellä radio on edelleen verkon edellä, kun vertaillaan sähköisiä urheiluuutislähteitä. Urheilutoimittaja Erkki Kinnunen (haastattelu, 2011) puolestaan toteaa:

”Minä en usko, että tavallinen, terveellä järjellä varustettu ihminen roikkuu verkossa joka hetki ja odottaa, että sinne tulee uutisia.”

Luvuissa 5, 6 ja 7 tarkemmin esittelemissäni kyselytuloksissa huomasin samansuuntaisen seikan: Keski-suomalaisen verkkopalvelua luetaan yllättävän vähän. Vastaajista vain 11–12 prosenttia⁸ ilmoitti silmäilevänsä tai lukevansa ksml.fi-verkkopalvelun urheilujuttuja päivittäin. 42–43 prosenttia vastaajista ei katso verkkopalvelun juttuja koskaan. Ikäryhmien välillä ei ollut suuria eroja: kaikissa

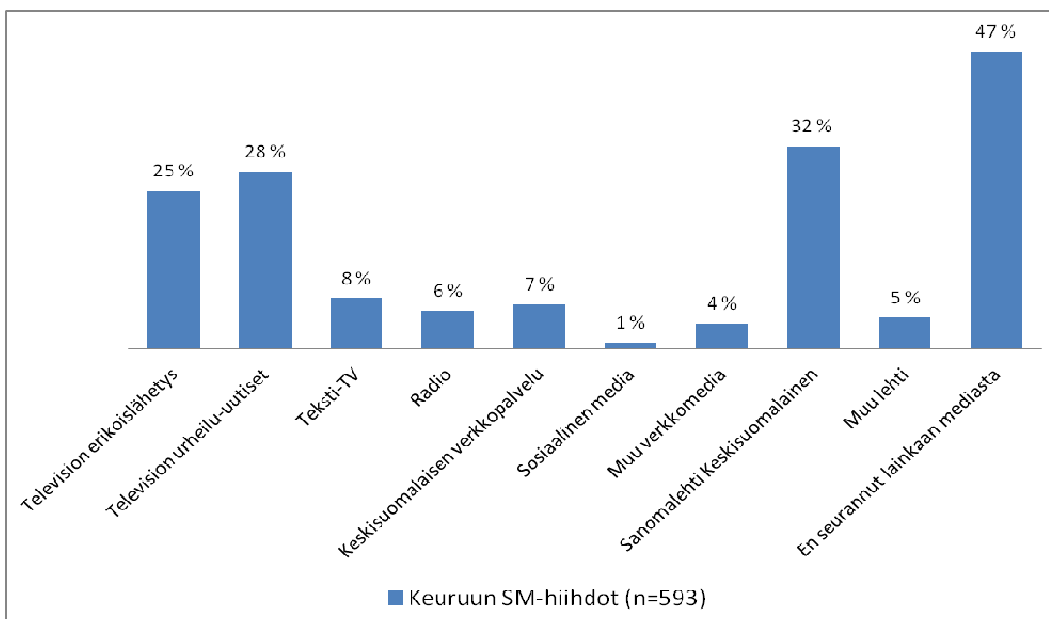
⁸ Kysymys kysyttiin erikseen kunkin kolmen casen yhteydessä, mistä johtuen en ilmoita täsmällisiä prosenttilukemia, vaan eri tapausvastauksista muodostuneen vaihteluvälin.

ikäryhmissä verkkoa vähintään silmäilee päivittäin 6–14 prosenttia vastaajista. Sen sijaan miehet lukevat verkkopalvelun urheilujuttuja selvästi naisia ahkerammin.

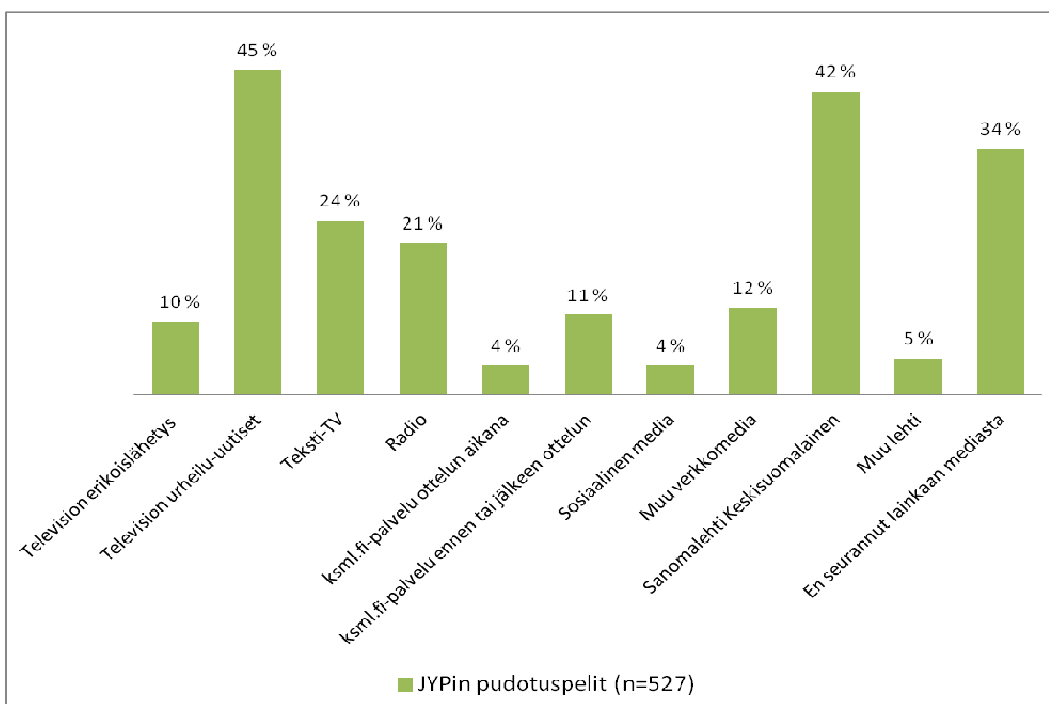
Televisio on perinteisesti tarjonnut suurelle yleisölle sopivaa massatuotantoa, mutta maksukanavien määrän räjähdettyä myös televisiotarjonta on yhä fragmentoituneempaa ja erikoistuneempaa. Televisiosta katsotaan yhtäältä Ylen ja mainosrahoitteisten kanavien urheilu-uutislähetystyksiä ja luetaan teksti-tv:tä, toisaalta seurataan maksullisten kanavien lähetystyksiä mitä erikoisimmista lajeista ja tapahtumista. Kaikki haastatellut urheilutoimittajat pitivät televisiota ja teksti-tv:tä tärkeimpinä sähköisinä uutislähteinä urheiluväelle. Heikki Kärki (haastattelu, 2011) nosti rinnalle lisäksi verkossa tarjolla olevat live-streamit, eli erilaiset netti-tv-lähetystykset, joita on tarjolla koko ajan enemmän ja enemmän.

Painotukset television käytössä vaihtelevat luonnollisesti lajeittain.

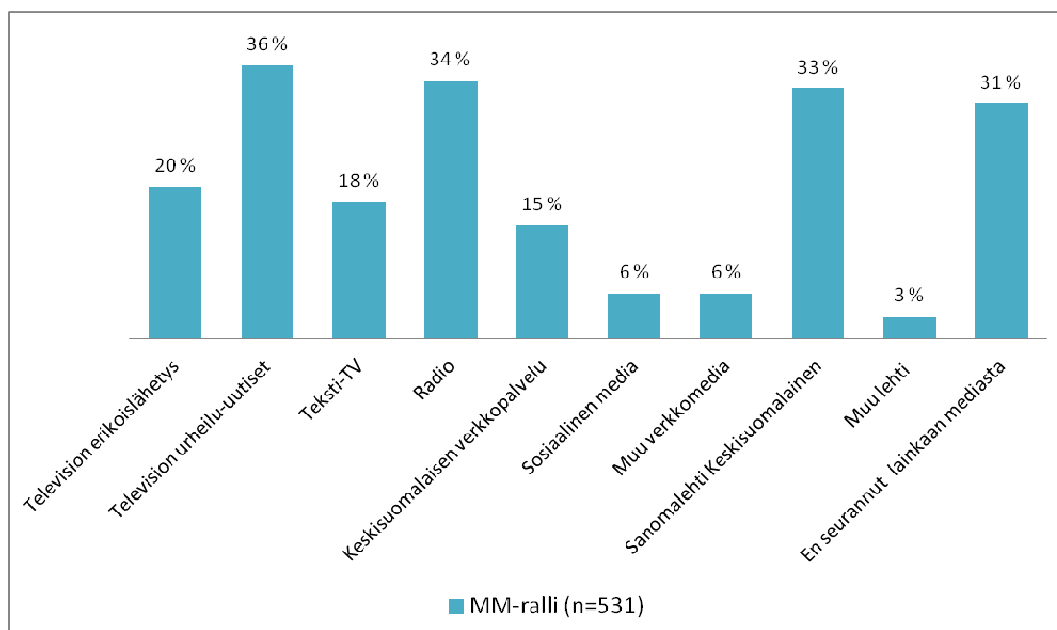
Tutkimuskyselyissäni (kuviot 2a, 2b ja 2c) kävi ilmi, että Keuruun SM-hiihtoja seurasi television urheilu-uutisista 28 prosenttia vastaajista ja television erikoislähetystä seurasi liki saman verran, 25 prosenttia. Teksti-tv:stä hiihtoa seurasi vain 8 prosenttia vastaajista. JYPin pudotuspelejä seurasi television urheilu-uutisista peräti 45 prosenttia vastaajista, television erikoislähetysten välityksellä 10 prosenttia ja teksti-tv:stä 24 prosenttia. Ralleja katsoi television urheilu-uutisten kautta 36 prosenttia vastaajista, erikoislähetyksestä 20 prosenttia ja teksti-tv:stä 18 prosenttia. Erikoislähetysten suosion vaihtelua selittänee ainakin se, että hiihdot ja rallit näkyivät Ylen kanavilla, jääkiekko taas osittain vain maksullisilla kanavilla. Urheilu-uutisten kautta seuraamisinnokkuudessa taas näkyy lajien yleinen kiinnostavuus (tästä lisää luvussa 4.3) – jääkiekkoa ylipäättään seurataan innokkaimmin, joten sitä katsotaan myös televisiosta eniten. Teksti-tv:tä katsottiin vähiten perinteisimmän lajin, hiihdon, yhteydessä ja eniten jääkiekko-otteluihin liittyen.



KUVIO 2a. Mistä viestimistä seurasit kyseistä urheilutapahtumaa?



KUVIO 2b. Mistä viestimistä seurasit kyseistä urheilutapahtumaa?



KUVIO 2c. Mistä viestimistä seurasit kyseistä urheilutapahtumaa?

Radiokanavien rooli urheilujournalismin kokonaiskentässä on oman arvioni mukaan hyvin vaihteleva. Perinteiset radiokanavat, kuten Yle Puhe, tarjoaa edelleen vanhakantaisia tapahtumaselostuksia, mutta esimerkiksi Radio City⁹ panostaa paikalliseen urheilutarjontaan. Omissa kyselytutkimuksissani radion käytön eriytyminen näkyy selvästi. Ahkerimmin radiota kuunneltiin MM-rallin aikaan (34 prosenttia vastaajista), mikä selittyy pitkälti Ylen tarjoaman erikoiskanavan, Ralliradion, ansiosta. Toiseksi eniten radiota käytettiin uutislähteenä jääkiekon pudotuspeleissä (21 %), joista niistäkin oli silloisen Radio Jyväskylän tarjoamaa paikallista sisältöä. Vähiten radiota kuunneltiin SM-hiihtojen aikaan (6 %), kun aiheesta oli tarjolla vain valtakunnallisia radiolähetystyksiä. Voidaan siis todeta, että tarjonta tosiaan ohjaa kysyntää tässäkin asiassa.

⁹ SBS:n paikallisradiot, kuten Radio Jyväskylä, sulautettiin kesäkuussa 2012 Radio Cityyn. Esimerkiksi jääkiekkolähetykset jatkuivat silti paikallisesti tuotettuina. (@Markkinointi & Mainonta 2012.)

Kaikkien kolmen urheilutapahtuman seurannassa sanomalehti Keski-suomalainen kuului tärkeimpien uutislähteiden joukkoon. Paperilehdestä tapahtumia seurasi 32–42 prosenttia vastaajista. Sen sijaan, kuten edellä tuli todettua, verkko ei ole uutislähteenä kenties vielä niin tärkeä, kuin ammattikunnan sisällä on tapana ajatella. Vain 7–15 prosenttia vastaajista seurasi SM-hiihtoja, JYPin pudotuspelejä tai MM-rallia ksml.fi-verkkopalvelun kautta. Muista verkkomedioista niitä seurasi 4–12 prosenttia ja sosiaalisesta mediasta 1–6 prosenttia vastaajista. Oman arvioni mukaan sosiaalisen median kautta tapahtumia seuranneita saattaa todellisuudessa olla enemmänkin, sillä esimerkiksi ahkeran Facebookin käyttäjän¹⁰ on hankala välttyä näkemästä uutissyötteestään illan SM-liiga-kierroksen tuloksia tavalla tai toisella. Eri asia sitten on, lasketaanko kaverin kommentoiman jääkiekkotuloksen passiivinen noteeraaminen tapahtuman aktiiviseksi seuraamiseksi sosiaalisen median kautta.

Kyselyssä ei suoranaiseksi uutislähteeksi laskettu lajiliittojen ja seurojen omia verkkosivuja, koska mukaan huomioitiin vain journalistiset tuotteet – rajanveto on toki hyvin häilyvä, sillä osa lajien omasta tiedotuksesta on hyvinkin professionaalista. Tämentyyppisen aineiston osuutta urheilujournalistisen kulutuksen kokonaiskentässä ei sovi kuitenkaan väheksyä. Etenkin kaikkein fanaattisimpien lajiniilojen voi olettaa tutkivan tuloksen lisäksi myös tarkat ottelupöytäkirjat ja muut lisätiedot alkuperäislähteistä, kuten urheilutoimituksen esimies Ari Mäntylä (haastattelu, 2011) huomauttaa.

Kaiken edellä esitetyn perustelevana voidaan todeta, että urheilujournalistinen mediakenttä on erittäin pirstaloitunut niin tarjonnan kuin kulutuksenkin suhteen. Tilanne vaihtelee riippuen yksittäisestä urheilulajista, yksittäisestä tapahtumasta ja jopa yksittäisestä käyttäjästä. Se on kuitenkin varmaa, että tietystä lajista kiinnostunut ei enää

¹⁰ Perustuu olettamukseen, että käyttäjällä on useita satoja Facebook-kavereita. Marraskuussa 2012 suomalaisilla oli keskimäärin 194 Facebook-kaveria (@Taloussanommat 2012).

aamun lehdestä kaipaa pelkkää tuloshuttua, jonka on jo edellisiltana nähnyt, lukenut tai kuullut radiosta, verkosta tai erilaisista verkkolähteistä.

Steen (2008, 53–54, 77) on pohtinut paperilehden ja sähköisten medioiden vastakkainasettelua muun muassa neuraaliuden näkökulmasta. Hänen mielestään esimerkiksi yksittäisen urheilijan kritisoiminen illan tv-lähetyksessä on paljon suurempi ”rikos” kuin saman tekeminen seuraavan aamun lehdessä. Kirjoitetussa kielessä on näin ollen tilaa elävämmälle ja värikkäämmälle kerronnalle sekä räväkämmille näkökulmille. Aamun lehteen painettu otteluselostus – vaikka lyhytkin – kertoo syvemmin ja enemmän yksityiskohtia kuin tulospainotteinen radio- tai tv-juttu. ”Kirjoitettu sana ei ehkä ole enää kovin muodikas, mutta silti se voi – paperiselle tai elektroniselle sivulle painettuna – viihdyttää tavalla, johon televisio ei pysty.”¹¹

Haastatellut urheilutoimittajat olivat samoilla linjoilla. Sähköisten medioiden tarjoama uutisanti on niin laajaa, että paperilehden tarjontaa on mietittävä uusiksi. He pohtivat muun muassa näin:

”Pitää pystyä löytämään lehteen sellaista, mitä lukija ei ole edellispäivänä jo nähnyt. Lehteen pitää löytää jotain mielenkiintoista, jotain ainutlaatuista ja ainakin omaa näkökulmaa siihen asiaan. Uutinen on vanha jo silloin, kun lehti ilmestyy.” (Tommi Roimelan haastattelu, 2011.)

”Kaikki, jotka sen tiedon haluaa löytää, on kyllä löytäneet sen jo edellisenä iltana. Siinä me ollaan vähän tårta på tårta -linjalla. Ihan oikeesti, kuinka moni lukija näkee sen tiedon, miten maksi päättyi, ekaa kertaa meidän lehdessä?” (Ari Mäntylän haastattelu, 2011.)

”Se on yksi printtilehden elinehto, että niistä jutuista puhutaan. Se on tärkeintä, että herättää ihmiset miettimään. – Jos lehti pystyy tarjoamaan sellaisia juttuja, että niistä jutellaan, ihan sama missä sävyssä, silloin se lehti muodostuu kiinnostavaksi ja se halutaan lukea myös seuraavana päivänä.” (Ilkka Kulmalan haastattelu, 2011.)

¹¹ Suomennos on omani.

Siitä tunnutaan olevan alalla yhtä mieltä, että paperilehden on tarjottava jotain syvempää, jotain enemmän. Mitä tuo joku on -kysymys herättääkin jo paljon heterogeenisempiä vastauksia. Tämä on myös yksi perustelu sille, miksi alun perin valitsin juuri tämän tutkimusaiheen. Jos emme tiedä, mitä yleisö haluaa, kysytään sitä suoraan heiltä.

3.4 Vanhan polven urheilujournalismi ja moderni urheilujournalismi

Vielä viitisentoista vuotta sitten Pänkäläinen (1998b, 167–168) totesi, että urheilutoimittajien tuotoksista suurin osa pysyttelee tutulla ja turvallisella alueella, eikä kriittisiä, erilaisia näkökulmia etsitä kovinkaan hanakasti. Hän nosti rutiinijutuiksi juuri otteluselostukset, jotka usein keskittyivät silkkaan tilastotiedon sanallistamiseen, eli maalintekijöihin, jäähyminuutteihin ja tehopisteisiin. Koska kiire on urheilujournalismissa historiallinen vakio, otteluselostukset on totuttu kirjoittamaan play by play -juttumallilla kilpailutapahtumat kronologisesti purkaen. Pänkäläinen puhuu jopa ”älyllisen laiskuuden perinteestä”, jolla hän tarkoittaa analyyttisen pohdiskelun korvaamista aistihavainnoilla ja toiminnan arvioinnilla. (Pänkäläinen 1991, 156–157). Perinteeseen vaikuttanee myös markkinatalouden pravda-ilmio, jonka vuoksi yleisölle on tarjottava mahdollisimman neutraalia sisältöä laajan vanhan lukijakunnan säilyttämiseksi. Yhtä aikaa olisi kuitenkin miellyttävä nuorempia sukupolvia, jotta lehdelle saadaan uusia tilaajia. (Kantola 1998, 33.)

Lokakuussa 2011 tehdyissä Keskisuomalaisen urheilutoimittajahaastatteluissa kävi ilmi, että ainakin Keskisuomalaisessa on tietoisesti pyritty kohti nykyaikaisempaa urheilujournalismia. Hyviin urheilujuttuihin liitettiin sellaisia sanoja, kuten *asiantunteva, analyyttinen, näkemyksellinen, mielenkiintoinen ja ainutlaatuinen*. Tavoite on lausuttu ääneen Keskisuomalaisessa, mutta samansuuntainen trendi on havaittavissa lehdistössä laajemminkin (ks. mm. Malinen 2011). Urheilutoimituksen esimiehen Ari Mäntylän (haastattelu, 2011) mukaan Keskisuomalainen on saavuttanut tavoitteen moneen muuhun lehteen verrattuna varsin hyvin:

”Yhä enemmän pitäisi mennä siihen suuntaan, mutta monissa lehtitaloissa on vanhat perinteet ja vanhan sukupolven urheilutoimittajat. Puuttuu se uskallus ja ajatellaan, että mitä ne lukijat ajattelee. Minä veikkaan, että ollaan vain liian häveliäitä tekemään radikaaleja ratkaisuja.”

Tässä tutkimuksessa käytän omia käsitteitäni ”vanhan polven urheilujournalismi” ja ”moderni urheilujournalismi”. Vanhan polven urheilujournalismille on tyypillistä tapahtuma- tai ottelukeskeisyys, tilastopainotteisuus, näkökulmattomuus ja kritiikkittömyys. Modernille taas näkemyksellisyys, analyttisyys, tarkkaan mietityt näkökulmat sekä se, että otteluraporttien määrää lehden sivuilla vähennetään ja jäljelle jäävät puetaan uuteen muotoon. Erot näkyvät myös juttutyypeissä¹²: modernissa urheilujournalismissa vähennetään tiedottamista ja satsataan sen sijaan taustoittamiseen, kommentoimiseen, värittämiseen ja lukijan palvelemiseen (ks. myös Malinen 2011; Koljonen 2000).

Vanhan polven urheilujournalismin ja modernin version ero kristallisoitui minulle kesällä 2011 ja 2012, kun työskentelin Keski-suomalaisen urheilutoimituksessa kesätoimittajana. Kesät 2007, 2008 ja 2009 olin ollut Etelä-Pohjanmaalla Ilkassa, johon kirjoitin myös urheilujuttuja eritoten leipälajistani pesäpallosta. Se, miten pesäpallosta toivottiin näissä lehdissä kirjoitettavan, erosi selvästi. Ilkkaan ”kelpasi” juttu, jossa juoksu juoksulta selostettiin, kuka löi, millaisella lyönnillä ja kuka juoksun toi. Loppuun pelinjohtajien kommentit, ja voilá. Keski-suomalaisessa minulle painotettiin alusta asti, että ottelujutussa on oltava terävä näkökulma, eikä ottelutapahtumia ole syytä selostaa vuoropari vuoroparilta. Oma työelämäkokemukseni kertoo siis, että maakuntalehtien väliset erot ovat edelleen suuria urheilujournalismin modernisaation saralla.

Maakuntalehtien urheilujournalismia pro gradussaan tutkineen Tero Malisen (2011, 77–79) havainnot tukevat käsitteellistä jaottelua vanhan polven urheilujournalismin ja moderniin urheilujournalismin. Oman työelämäkokemukseni perusteella vanhan polven

¹² Urheilujournalistiset juttutyypit on esitelty tarkemmin alaluvussa 3.3.1.

urheilujournalismiin taipuvainen Ilkka on myös Malisen tutkimuksen mukaan perinteinen: otteluselostuksia on paljon, kommentoivien juttujen osuus vähäinen ja feature-tyyppinen kirjoittaminen harvinaista. Sen sijaan Satakunnan Kansassa taustoittavia ja värittäviä juttuja oli enemmän, ja usein vieläpä oman tai yhteistyölehden toimittajan tekemänä. Tiedottamisen sijaan Satakunnan Kansa panostaa taustoittamiseen, ja myös kommentoivia juttuja julkaistaan tasaisella tahdilla. Savon Sanomissa Malinen kehuu tiedottavan tehtävän olevan parhaiten tasapainossa: ”Sivuille ei ole kaavittu kaikkea mahdollista sähköpostia STT:n listalta, mutta päivittäinen urheilukattaus on silti laaja-alainen.” Myös palvelujournalismi on Savon Sanomissa Malisen mukaan monimuotoisinta.

Jos urheilujournalistisessa laadussa löytyy eroja maamme sisältä, löytyy niitä myös kansainvälisesti vertailtuna. Antti Laine vertaili väitöksessään (2011) suomalaisten ja ruotsalaisten iltapäivälehtien olympiauutisointia, ja tulos oli Suomen osalta keho: ruotsalaislehtien urheilujournalismi oli huomattavasti suomalaista monipuolisempaa. Esimerkiksi luonteeltaan ”tapahtumaraportointia täydentävät ja runsaasti yksityiskohtia sisältävät jutut, joilla monipuolistettiin uutisointia, olivat ruotsalaislehdille selvästi suomalaislehtiä yleisempiä”. Ruotsalaislehdet hallitsivat paremmin myös dramatisoinnin, kriittisen lähestymistavan ja kertomuksellisuuden. Lisäksi kommenttijutut olivat Ruotsissa sekä määrällisesti yleisempiä että laadullisesti kantaottavampia ja personoidumpia. (Laine 2011, 317–318.)

Osittain maiden ja yksittäisten lehtitalojen välisiä eroja voidaan selittää resurssitekijöillä (näin myös Laine 2011, 321), mutta ainoa syytä se ei ole. Juttutyypin ja kirjoitustyylin valinnasta vastaavat aina urheilutoimituksen esimies ja viime kädessä yksittäinen toimittaja, ja heistä on kiinni ”pitäydytäänkö mukavuusalueella olevissa ja nopeammin tuotettavissa sisällöissä, vai nostetaanko vaatimustasoa” (Laine 2011, 321). Vaikka modernin urheilujournalismin ihanne ja tunnusmerkistö tiedostetaan lehtitaloissa, kuten Keski-suomalaisessa, resurssipula pakottaa toimitukset perinteisiin ratkaisuihin aina uudestaan ja uudestaan. Otteluselostukset ovat edelleen maakuntalehtien urheilusivujen yleisimpiä juttutyyppejä ja vaihtelevat näkökulmat

loistavat poissaolollaan (Malinen 2011, 107). Ongelmallista on myös se, että vaikka lehtitalojen vakihenkilöstö tuottaisikin jo modernia urheilujournalismia, heidän työaikaansa sitovat iltavuorot taittovastuineen ja iso osa palstatilasta ”karkaa” avustajille. Heidän moninaisessa joukossaan vanhan polven ja modernin urheilujournalismin kuilu lienee kaikkein levein, mikä näyttäytyy lehden sivuilla siten, että saman päivän lehdessä saattaa olla hyvinkin laadukasta ja modernia sisältöä vanhakantaisen otteluselostuksen vieressä.

Kuten edellä esitetystä käy ilmi, vanhan polven urheilujournalismi ja moderni urheilujournalismi elävät ja vuorottelevat rinta rinnan. Ammattikunnalla on melko yhtenäinen käsitys siitä, mihin suuntaan urheilujournalismia tulisi kehittää (ks. mm. Malinen 2011; Vuorinen 2007), mutta käytännön reunaehdot ovat usein journalistia ihanteita painavammat. Resurssipula ja tekniset uudistukset vievät voimavaroja sisällölliseltä kehitystyöltä, eikä systemaattiselle urheilujournalismin modernisaatiolle jää aikaa eikä rahaa. Näin totesi myös Keskisuomalaisen urheilutoimittaja Ilkka Kulmala (haastattelu, 2011):

”Monessa sanomalehdessä mennään tekniikka edellä, tulee uusia hienoja järjestelmiä, ja ulkoasua viilataan kerran kolmessa vuodessa. Nyt viimeistään pitäisi lehtitaloissa herätä ja heittää nämä hemmetin insinöörit häiritsemästä työtä. Meillä on ihan takuulla välineet siinä kunnossa, että me pystymme tekemään sellaista verkko- ja printtilehteä, joka lukijoita kiinnostaa. Mutta meidän sisällöt eivät ole kunnossa. Olen ollut täällä (Keskisuomalaisessa) 36 vuotta, eikä missään vaiheessa sisältöjä ole käyty seikkaperäisesti yhdessä läpi. Kokoavaa sisältökeskustelua käydään aivan liian vähän, eikä yhteistä säveltä ole.”

4 KESKISUOMALAISEN URHEILUJOURNALISMIN TOIMINTAYMPÄRISTÖ

4.1 Keski-suomalaisen urheilujournalismin historiaa

Vuonna 1871 perustettu Sanomalehti Keski-suomalainen on Suomen vanhin suomenkielinen sanomalehti (@Keski-suomalainen 2012b). Sanomalehdistössä urheilun yhteiskunnalliseen merkitykseen herättiin Ateenan (1906) ja erityisesti Lontoon (1908) olympialaisten aikaan, ja näkyväksi osaksi sanomalehtiä urheilu tuli 1920-luvulla. Urheilu-uutisten osuus laajeni, kuvat ja otsikot kasvoivat. (Perko 1991, 228–232.) Myös Keski-suomalaisessa annettiin arvoa urheilu-uutisoinnille jo varhain, sillä vuonna 1913 päätoimittajaksi tullut Heikki Hyppönen ymmärsi urheilu-uutisoinnin merkityksellisyyden. Vuonna 1925 Keski-suomalaisen vakituiseksi toimittajaksi palkattiin monialainen kirjoittaja Lassi Schlüter, joka tuli pian tunnetuksi muun muassa urheilupakinoistaan, joita hän kirjoitti nimimerkeillä Tabu ja Puuma. (Kangas 2007, 76, 119.)

Vuoteen 1928 mennessä Keski-suomalainen vakiinnutti paikkansa maakunnan johtavana sanomalehtenä (Kangas 2007, 123). 1930-luvulla investoinnit ja talouspula ajoivat sen kuitenkin taloudelliseen kriisiin, josta lehden pelasti poliittinen kasvojen kohotus. Levikin kasvu ajoittuu nimittäin vuosiin, jolloin Keski-suomalainen muuttui selkeästi maalaisliittolaiseksi lehdeksi. (Emt., 132, 149.)

Jo vuosina 1942 ja 1943 sotauutisten otsikoita oli ryhdytty pienentämään ja uutisointia tasapainottamaan (Kangas 2007, 169–170). Muiden sanomalehtihistorioitsijoiden tapaan Kangas (2007, 178) näkee sotavuosien aikaisen levikin kasvun syyksi sisällön monipuolisuuden – myös kevyttä materiaalia julkaistiin paljon. Kokonaisuudessaan voidaan todeta, että vuosisadan puolivälissä urheilujournalismissa tapahtui sekä määrällistä että laadullista kehitystä. Kun urheilujutut kattoivat vuonna 1950 Keski-suomalaisen palstatilasta 8 prosenttia, oli lukema vuoteen 1960 mennessä

kasvanut 10,7 prosenttiin. (Tommila & Raitio 1979, 259–260.) Keskisuomalaisen urheilusisältö myös monipuolistui:

”Enää ei julkaistu yksinomaan pelkkiä tulosluetteloita vaan selvitettiin laajasti sekä urheilijoiden että kunkin urheilutapahtuman taustaa. Porvarillisissa lehdissä oli omia urheilupakinoitsijoita, jotka käsittelivät pakinoissaan urheilupolitiikkaa, urheilun etiikkaa sekä kulissien takaisia henkilöitä ja tapahtumia.” (Tommila & Raitio 1979, 259.)

Journalistinen eriytyminen alkoi Keskisuomalaisessa 1950-luvun lopulla, kun toimitus jakautui kotimaan osastoon ja ns. yleisten uutisten osastoon, johon kuuluivat urheilu ja ulkomaan uutiset. Alkuvaiheessa sivujako ei ollut yhtä jäsennelty, vaan urheilu-uutiset taitettiin muiden uutisten sekaan ilman osastotunnistetta. Vähitellen uusille työntekijöille alettiin osoittaa aiempaa tarkkarajaisempia toimenkuvia, ja vuonna 1948 kiinnitettiin ensimmäinen urheilutoimittaja Erkki Rautio. 1960-luvun alussa muotoutuivat lopullisesti ulkomaan-, maaseutu-, kaupunki-, urheilu-, kulttuuri- ja talousosastot. Vuonna 1964 Raimo Tuunaisesta tuli urheiluosaston ensimmäinen esimies¹³, ja 1970-luvun puoliväliin mennessä erikoisosastoille annettiin myös vastuu osastonsa taitosta. Samalla ulkoasusta tuli yhä kiinteämpi osa lehden tekemistä ja journalismia, mikä oli huomattavissa sanomalehdistössä laajemminkin: urheilu-uutisten ansiosta journalistinen valokuvaus kehittyi ja alettiin panostaa räväkämpiin taittoratkaisuihin. (Kangas 2007, 218–220; Tommila & Raitio 1979, 80; Tommila & Salokangas 1998, 273; Keränen 1984, 128; Ilkka Kulmalan haastattelu, 2012.)

Keskisuomalaisen urheilujournalismin keskeisiin virstanpylväisiin kuuluvat vuoden 1952 Helsingin olympialaiset. Helsingin olympialaiset antoivat kansakunnalle tunteen ”kehityksestä ja sodanjälkeisen ajan jäämisestä vähitellen historiaan” (Kangas 2007, 205). Kisoja pidettiin Keskisuomalaisessa niin tärkeänä tapahtumana, että pihinä miehenä tunnettu toimitusjohtaja Teuvo Katainen lupasi toimitukselle erikoisresursseja

¹³ Urheilutoimituksen esimiesten sisällöllisiä linjoja esittelen tarkemmin luvussa 4.2.

tapahduman hoitoon. Helsinkiin lähetettiin monta omaa toimittajaa paikan päälle, ja miehitystä vaihdettiin välillä, jotta mahdollisimman moni pääsi kokemaan stadionin tunnelman. Kisoja koskevia uutisia, selostuksia ja pakinoita julkaistiin nelisen sivua joka numerossa kahden viikon ajan, ja jutut olivat aiempaan verrattuna huomattavasti runsaammin kuvitettuja. Tuoreiden kuvien saaminen seuraavan päivän lehteen koettiin niin tärkeäksi, että valokuvat kuljetettiin vesitasolentokoneella Helsingistä Päijänteen rannalle. (Kangas 2007, 205–207; Tommila & Raitio 1979, 260–261.) Ennen kuulumaton käytäntö tämä ei kuitenkaan ollut, sillä Helsingin Sanomat oli kuljettanut kuvia lentokoneella jo vuonna 1928 Amsterdamin kesäolympialaisista (Manninen & Salokangas 2009, 114). Vuoden 1960 Rooman olympialaiset olivat niin ikään tärkeä tapahtuma, sillä enää Keski-suomalaisessa ei tyydytty muiden välittämiin ulkomaantietoihin, vaan lähetettiin oma toimittaja, toimitussihteeri Matti Aittoniemi paikan päälle. (Tommila & Raitio 1979, 87; Kangas 2007, 220.)

1970-luvun jälkipuoliskolla Keski-suomalaisessa aloitettiin järjestelmällinen työ sisältöjen kehittämiseksi. Ohjeeksi annettiin, että toimittajien on keskityttävä ”uutisten hankintaan, taustojen selvittämiseen ja luovaan toimintaan”. Päätoimittajaksi vuonna 1975 tulleen Erkki Laatikaisen kunnianhimoiset sisältötavoitteet saivat tuulta alleen etenkin nuoremman toimittajaväen keskuudessa. Myös nelivärikuvat otettiin käyttöön. (Kangas 2007, 279–283.)

Yhä edelleen vuonna 2013 urheilutoimituksessa työskentelevä Ilkka Kulmala aloitti urheilutoimittajana vuonna 1977 ja työskenteli osastoesimiehenä vuosina 1989–2003 (Kangas 2007, 343). Kuluneen ajan merkittävimpiin muutoksiin on kuulunut ylhäältä päin tulevan kontrollin lisääntyminen ja sivumäärien maltillistuminen. 1970-luvulta 1990-luvun alkuun urheilun sivutilat olivat rajattomat: osasto sai tilaa juuri niin paljon kuin se halusi ja toimintaa leimasi teesi ”kaikki on mahdollista lehteen”. Myös taitto oli hyvin rönsyilevää ja nykynäkökulmasta tarkasteltuna ”järkyttävän näköistä”. (Ilkka Kulmalan haastattelu, 2012.)

1970–90-luvulle oli tyypillistä urheilutoimittamisen viikonloppupainotteisuus: erityisesti maanantain lehdestä jopa puolet saattoi olla urheilusivuja (näin myös Salokangas 1987, 378). 2000-luvun alkuun asti koko urheilutoimitus oli sunnuntaisin töissä. Tilanne siistiytyi kuitenkin vähitellen kahdesta syystä: yhtäältä sunnuntaiurheilu rupesi vähenemään, kun seurat siirsivät tapahtumia tasaisemmin myös viikon muille päiville, toisaalta muut osastot rupesivat valmistelemaan juttuja etukäteen myös maanantain lehteen. (Tommila & Salokangas 1998, 203; Pänkäläinen 1991, 156; Ilkka Kulmalan haastattelu, 2012.) Virtapohja (1999, 7) on selittänyt kehitystä myös sillä, että 1990-lukuun mennessä mediasta oli tullut urheilun kannalta niin tärkeä toimija, että urheilukäytäntöjä oli muokattava mediaa ja julkisuutta silmällä pitäen – siis muun muassa jaettava tapahtumia tasaisemmin viikon kaikille päiville.

Toimituksellinen kontrolli voimistui Keskisuomalaisessa 1990-luvulla. Lama-aikana toimitustyöstä otettiin ”löysät pois”: uusia vakansseja ei enää luotu, ja vanhojen tehoa ja päällekkäisyyttä mietittiin uudelleen. Sivumääriä ruvettiin kontrolloimaan myös urheiluosastolla. (Ilkka Kulmalan haastattelu, 2012.) Nykyinen esimies Ari Mäntylä tuli taloon kesätoimittajaksi vuonna 1990 ja teki määräaikaista sijaisuuksia vuodesta 1992. Urheilutoimituksen esimiehenä Mäntylä aloitti vuonna 2003. (Henkilökohtainen tiedonanto Mäntylältä tekstiviestitse 14.6.2012.)

Toisesta maailmansodasta lähtien urheilun kokonaiskasvu on ollut niin valtavaa, etteivät sanomalehtien urheilutoimitusten ”aika, palstatilat ja asiantuntemus ole riittäneet kuin pienen osan tarkasteluun”. Sanomalehdet ovat ratkaisseet ristiriidan keskittymällä oman alueensa valtalajeihin ja huippu-urheiluun ja valitsemalla tulos- ja urheilijakeskeisen lähestymistavan. (Perko 1991, 256.) On pakko tehdä priorisointipäätöksiä: jotkut urheiluteot katsotaan merkittävämmäksi kuin toiset ja joitakin urheilulajeja suositaan toisten kustannuksella (Virtapohja 1999, 11). Keskisuomalaisen levikkialueen lajikirjoja ja urheilujournalismin toimintaympäristöä kuvaan tarkemmin luvussa 4.3.

Nykyään urheiluosasto vie Keskisuomalaisesta päivittäin 2–6 sivun verran – erikoistapahtumien yhteydessä toisinaan enemmänkin. Ari Mäntylä on edelleen

esimiehenä ja vakituisina urheilutoimittajina ovat Ilkka Kulmalan lisäksi Erkki Kinnunen (vakinaistettu 1983), Heikki Kärki (2008) ja Tommi Roimela (2010)¹⁴. Koko urheilutoimituksen historian ajan – lukuun ottamatta lyhyttä jaksoa 1990-luvun lopulla – urheilutoimitus on koostunut esimiehestä ja neljästä vakitoimittajasta (Ilkka Kulmalan haastattelu, 2012).

4.2 Kolme esimiestä – kolme sisällöllistä linjaa

Jäsennellyimmän kuvan Keskisuomalaisen urheilujournalismin sisällöllisestä historiasta saa tarkastelemalla kolmen esimiehen aikakausia. Ensimmäinen esimies Raimo Tuunainen oli virassa vuodesta 1964 vuoteen 1989, jolloin manttelin peri Ilkka Kulmala. Hän hoiti pestiä 14 vuoden ajan, kunnes esimieheksi vuonna 2003 valittiin edelleen vuonna 2013 tehtävää hoitava Ari Mäntylä. Seuraavassa esittelen kolmen esimiehen aikakausilla vallinneita sisältölinjauksia ja tehtyjä uudistuksia.

Urheilutoimituksen ensimmäinen esimies Raimo Tuunainen oli voimakas ja tiukka persoona, joka ei antanut muiden tulla määräämään itseään. Päätoimittaja Erkki Laatikainen antoi toimintatavalle tukensa, ja ”Rami” sai hoitaa urheiluosaston linjanvedot, eikä muiden tarvinnut siihen puuttua. Tällainen hierarkia on ollut vallalla sanomalehdistössä laajemminkin: urheilutoimitukset ovat alusta alkaen olleet sangen itsenäisiä osastoja, jotka ovat hoitaneet juttutuotantonsa ideoinnista taittoon saakka keskenään. (Ilkka Kulmalan haastattelu, 2012; Keränen 1984, 129.)

Tuunaisen kaudella urheilujournalismi oli tuloskeskeistä, mutta verrattuna muihin sanomalehtiin myös melko modernia. Tuunainen oli journalisti sanan varsinaisessa merkityksessä: vaikka yleinen trendi oli hyvin tuloskeskeinen, hän halusi kurkistaa myös tulosten taakse. Tuunaisen kolumnit, joita vielä tuohon aikaan kutsuttiin pakinoiksi, olivat inhimillisiä ja pohdiskelevia ja niissä nähtiin ihmiset ja ilmiöt tulosten

¹⁴ Vuosiluvut on varmistettu henkilökohtaisin tiedonannoin sähköpostitse 15.10.2012.

takana. Ottelujutut sen sijaan olivat vielä tuohon aikaan kaavamaisia maali-maalilta-selostuksia, jotka aloitettiin tuloksen kertomisella, käytiin ottelu läpi, tarjottiin valmentajan kommentit ja vielä lopuksi kerrottiin parhaina palkitut. 1970–80-luvun taitteessa Kari Ruuska ja Ilkka Kulmala ryhtyivät kuitenkin tietoisesti rikkomaan tätä kaavaa ja pyrkivät kehittämään jutun alkuun räväkämpää otetta. (Ilkka Kulmalan haastattelu, 2012.)

Pääasiallisia juttutyyppejä Tuunaisen aikana olivat ennakkojutut, ottelujutut, uutiset ja pakinat. Myös julkaistujen STT:n juttujen määrä oli valtava; mitään ei haluttu jättää julkaisematta. Sunnuntaisin lehdessä saattoi olla kokonainen sivu pelkkiä ennakkojuttuja seuraavan päivän otteluista ja kilpailuista. (Ilkka Kulmalan haastattelu, 2012.) Kulmala muistelee näin:

”Ennakkojutut olivat typeriä. Lyhyitä äläyksiä tyyliin, että tänään pelataan se ja se ottelu ja tässä vaiheessa joukkueet ovat näillä sijoilla. Jännittävä ottelu tulossa, tulkaa katsomaan. Ne olivat täysin puffeja. Ei niissä ollut edes pelaajahaastatteluita. Kerran kun lehdessä oli taas ollut tällainen sivu, (päätoimittaja) Laatikaisen Eki pyysi Ramin (urheiluosaston esimies Tuunainen) juttusilleen ja sanoi, että näin ei saa jatkossa olla.”

1980–90-lukujen taitteessa urheilujournalismi muuttui nopeasti ja tuli uusia vaatimuksia. Yksilökeskeinen urheilukulttuuri väistyi, kun joukkueurheilu marssi esiin, naisten urheilun arvostus nousi, urheilun ihanteita alettiin kyseenalaistaa ja esimerkiksi doping nousi julkiseen keskusteluun. Samalla urheiluvedonlyönnin näkökulma voimistui journalismissa. (Virtapohja 1999, 14.) Yli-Saunamäki (1999, 32) muotoili lajien moninaistumisen näin: ”yksinäisyyden ja kärsimyksen metsälajit saivat tehdä tilaa värikkäille, trendikkäille ja vauhdikkaille kaupunkilajeille”. Vaikka lajivalikoima kasvoi, Keski-suomalaisessa pidettiin kiinni perinteisistä lajeista, sillä esimies Tuunainen ei ollut järin innostunut uudistamaan linjaansa. Pitkäaikainen esimies väsyi vähitellen miettimään, miten urheilujournalismia pitäisi uudistaa ja halusi siirtyä artikkelitoimittajan tehtäviin. Ilkka Kulmalan vaihtaminen esimiehen tehtäviin vuonna 1989 tapahtui kuin itsestään. (Ilkka Kulmalan haastattelu, 2012.)

1990-luvun lama ravisteli muiden sanomalehtien tapaan myös Keskisuomalaista. Kun levikki kääntyi laskuun, sisältöä oli ryhdyttävä uudistamaan ja kehittämään. Keskeinen linjanveto oli, että Keskisuomalaisen on oltava entistä lähempänä lukijaa. (Kangas 2007, 348.) Myös urheilutoimituksessa alkoi tietynlainen modernisoituminen uuden esimiehen myötä. Omaa, paikallista uutistuotantoa tehostettiin ja ajatus paikallisuuden tärkeydestä alkoi kyteä. Karkea jaottelu oli, että urheilujutuista kolmannes oli paikallista asiaa, kolmannes kansallista ja kolmannes kansainvälistä. Nykypäivään verrattuna keskeinen ero oli siinä, että lukijan ajateltiin tarvitsevan myös kansallista ja kansainvälistä materiaalia aamun sanomalehdestä ja että kaikki, mitä urheilussa päivittäin tapahtuu, on mahdollista lehteen. (Ilkka Kulmalan haastattelu, 2012.)

Kulmalan 14-vuotisella aikakaudella lajivalikoima laajeni ja juttutyyppejä lisättiin. Henkilöhaastatteluiden merkitystä nostettiin voimakkaasti, kun vielä 1980-luvun alussa oli tarvittu erityistapaus ja kansainvälisen tason huippunimi, jotta sellainen tehtiin. Myös taustoittavat jutut ja urheilun talousjutut yleistyivät. (Ilkka Kulmalan haastattelu, 2012.)

2000-luvun alussa lehtiyhteistyö voimistui, internet vakiintui ja urheilutoimituksessa kaivattiin jälleen uusia tuulia. Keskisuomalaisen urheilujournalismi rupesi vaikuttamaan liian tapahtumakeskeiseltä, liian palloilukeskeiseltä ja liian viikonloppukeskeiseltä. Vuonna 2003 Kulmalalle tarjottiin määräaikaista paikkaa Sunnuntaisuomalaisesta, ja esimiehen vaihdos tapahtui jälleen hyvin luontevasti. Varapäätöittäjä Risto Pynnönen piti alusta alkaen selvänä, että Ari Mäntylästä tulisi uusi esimies. (Ilkka Kulmalan haastattelu, 2012; Ari Mäntylän haastattelu, 2012.)

Mäntylä oli edeltäjiinsä verrattuna erilainen esimies paitsi journalistisilta linjauksiltaan myös siviilitaustaltaan. Kun Tuunainen ja Kulmala olivat intohimoisia urheilumiehiä – fanaatikkoja suorastaan – tuli Mäntylä tehtävään ”pikkuisen ulkopuolelta”. Tätä tarvittiin, jotta muutoksesta saatiin riittävän voimakas. Ja niin Keskisuomalaisen urheilujournalismia uudistettiin jälleen ”isolla kädellä ja kertarytinällä”. (Ilkka Kulmalan haastattelu, 2012; Ari Mäntylän haastattelu, 2012.)

Näkyvimpiä muutoksia olivat paikallisuuden lisääntyminen entisestään ja tulossivun pienentäminen tulospalstaksi. Kun sunnuntaityövuoroja vähennettiin, työvoimaa jäi enemmän viikon jokaiselle päivälle, ja lehdessä rupesi olemaan yhä enemmän omia juttuja STT-tuotannon sijaan. Mäntylän teesi oli, että parhaat jutut tehdään päivävuorossa virka-aikana. Koska viikonlopputyötä vähennettiin, samalla jouduttiin rajaamaan, mitä lajeja jatkossa hoidettaisiin. Samalla ottelujutut ja avustajien käyttö vähenivät, ja vierasottelut ruvettiin kännyköiden yleistyttyä hoitamaan haastattelemalla valmentajat puhelimitse. Urheilutoimitus valitsi tiettyjä painopistelajeja viidellä kriteerillä, joita olivat 1. katsojaluvut, 2. lajin kansainvälinen, kansallinen ja paikallinen arvostus, 3. urheilullisuus, 4. yleinen kiinnostavuus ja 5. harrastajamäärä. Jotkut lajit, kuten jääpallo, jäivät vähemmälle mediahuomiolle, eikä uudistusta nielty jupinoita. Vähitellen seurat kuitenkin hyväksyivät käytännön, jossa tehtiin vuoden aikana muutama näyttävämpi juttu sen sijaan, että joka pelistä olisi raapustettu pieni, kuvaton peliselostus. Myös uudistusseulan läpäisseitä otteluraportteja pyrittiin uudistamaan ja löytämään niihin uusia näkökulmia selostavan tyylin tilalle. (Ari Mäntylän haastattelu, 2012.)

Mäntylän kaudella myös tekemisen kulttuuri muuttui. Viikoittaista työtä ryhdyttiin suunnittelemaan aiempaa kauaskatseisemmin ja ajattomia juttuja ruvettiin tekemään jopa viikkojen päähän. Samalla henkilöhaastattelut ovat lisääntyneet, jotta urheilusivuista kiinnostuisivat muutkin kuin urheilufanit. Mäntylän esimieskaudella alettiin panostaa aiempaa enemmän myös kriittiseen otteeseen. Uusi esimies halusi, että urheilua ja urheilijoita silitetään mieluummin vasta- kuin myötäkarvaan, sillä ”lehteä tehdään lukijoille, ei urheilijoille”. (Ari Mäntylän haastattelu, 2012.)

Tätä kirjoitettaessa, vuonna 2013, urheilutoimitus on jälleen uuden edessä. Hankalassa taloustilanteessa, levikkien laskiessa ja sähköisten mullistusten edessä tarvittaisiin taas ”uutta sykäystä” ja ”jatkovaa uusiutumista”. Kulmalan mielestä enää ei kannata tehdä viisivuotissuunnitelmia, vaan journalismin kehittämisestäkin on tullut kvartaalitoimintaa. Mäntylän mielestä sopiva sauma seuraavalle suuremmalle uudistukselle voisi olla, jos Keskisuomalainen siirtyy tabloidiin. (Ilkka Kulmalan

haastattelu, 2012; Ari Mäntylän haastattelu, 2012.) Helmikuussa 2013 Keskisuomalainen kumppanilehtineen (Etelä-Suomen Sanomat, Karjalainen, Savon Sanomat) on teettänyt mahdollisesta tabloidiin siirtymisestä yhteisen esiselvityksen. Päätöstä tabloidiin siirtymisestä yksikään näistä lehdistä ei ole tehnyt. (Varapäätoimittaja Inkeri Pasasen henkilökohtainen tiedonanto 4.2.2013.)

4.3 Katsaus keskisuomalaiseen urheiluelämään kaudella 2012

Maakuntalehden urheilujournalismiin vaikuttaa julkaisuvälineen lokaali luonne, joten ennen kolmeen tutkimustapaukseen perehtymistä alueen nykyisen urheiluelämän lyhyt esittely lienee paikallaan.

Jyväskylässä pelataan vuonna 2012 pääsarjatasolla jääkiekkoa (JYPin miehet ja naiset), jalkapalloa (JJK), salibandyä (Happeen miehet ja naiset), pesäpalloa (Kiri ja Kirittäret), jääpalloa (JPS), koripalloa (HoNsU), amerikkalaista jalkapalloa (Jaguaarit), futsalia (Kampuksen Dynamo) sekä marginaalisempia lajeja, kuten rugbyä ja lacrossea. Laajemmalla levikkialueella vakituisessa uutisseurannassa ovat lisäksi Muuramen Lentopallo (miesten lentopallon Mestaruusliiga), Pihtiputaan Pislaploki (naisten lentopallon Mestaruusliiga), Jämsän Duo (miesten kaukalopalloliiga) sekä Äänekosken Huima (naisten koripallon SM-sarja ja miesten ykkösdivisioona). Myös pääsarjatasoa alempien urheiluseurojen sekä joidenkin juniorijoukkueiden kuulumisia päivitetään lehden sivuilla. Keskisuomalaisen palstoilla näkyvät säännöllisesti JYP-Akatemia (Mestis), JYPin A-nuoret, BC Jyväskylä ja Säynätsalon Riento (miesten koripallon ykkösdivisioona), Kyyjärven Kyky (miesten lentopallon ykkössarja) Lievestuoreen Kisa (miesten ykköspesis), Jyväskylän Pallokerho (naisten jalkapallon ykkösdivisioona) sekä jalkapallon Kakkosen paikallisseurat.

Yksilöurheilulajeista kiinteimmin seurataan yleisurheilua, uintia, mäkihyppyä, hiihtoa, freestyleä, golfia, tennistä ja suunnistusta – paikallisia nimiä ja seuroja mahdollisuuksien mukaan painottaen. Myös ravit näkyvät Killerin raviradan ansiosta

lehdessä tiuhaan. Jokavuotinen huippuhetki Keski-suomalaisen urheilutoimituksessa on lisäksi Jyväskylän MM-ralli, joka ajetaan heinä-elokuun vaihteessa.

Tähän tutkimukseen valitsin caset yleisen kiinnostavuuden (taulukko 1) perusteella sekä tapahtumien paikallista merkittävyyttä painottaen. Mukaan on otettu Rautarinnan (2002, 39) ohjeen mukaisesti myös urheilun vuosikierto, eli eri lajien kilpailukausien ajoittuminen eri vuodenaikoihin, mikä on huomioitava kattavan kuvan saamiseksi.

TAULUKKO 1. KIINNOSTAVIMMAT LAJIT KESKI-SUOMESSA, TOP 8

	Miesten	Naisten	Alle 35-v.	35-44-v.	45-54-v.	Yli 55-v.
1.	Jääkiekko	Jääkiekko	Jääkiekko	Jääkiekko	Jääkiekko	Yleisurheilu
2.	Yleisurheilu	Yleisurheilu	Yleisurheilu	Ralliautoilu	Yleisurheilu	Mäkihyppy
3.	Ralliautoilu	Hiihto	Jalkapallo	Mäkihyppy	Ralliautoilu	Hiihto
4.	Mäkihyppy	Mäkihyppy	Ralliautoilu	Yleisurheilu	Hiihto	Jääkiekko
5.	Hiihto	Ralliautoilu	Hiihto	Hiihto	Mäkihyppy	Ralliautoilu
6.	Jalkapallo	Pesäpallo	Mäkihyppy	Formula 1	Jalkapallo	Jalkapallo
7.	Formula 1	Jalkapallo	Koripallo	Jalkapallo	Moottoripyöräily	Formula 1
8.	Moottoripyöräily	Alppihiihto ja freestyle	Pesäpallo	Moottoripyöräily	Pesäpallo	Pesäpallo

LÄHDE: TIETOYKKÖNEN. MEDIAPANEELI KESÄ-HEINÄKUUN 2011.

TIEDOT JULKAISTU KESKISUOMALAISESSA 8.9.2011 ARI MÄNTYLÄN JUTUSSA "KIEKKO KIINNOSTAA KAIKKIA".

Tietoykkösen tekemän tutkimuksen (Mäntylä 2011) mukaan jääkiekko on Keski-Suomen seuratuin urheilulaji molemmilla sukupuolilla lähes kaikissa ikäluokissa, joten JYPin ottelu valikoitui tutkimuscasiksi kuin itsestään. Hiihto puolestaan oli seuratuimpien yksilölajien joukossa, ja kun SM-hiihdot järjestettiin levikkialueeseen kuuluvalla Keuruulla, oli casevalinta perusteltu sekä tapahtuman vahvan paikallismerkityksen vuoksi että yksilölajien mukaan saamisen näkökulmasta. Kolmanneksi caseksi valikoitui Jyväskylän MM-ralli suur tapahtuman paikallisen erityisluonteen vuoksi. Ralliautoilu on lisäksi Tietoykkösen tutkimuksen mukaan miesten mielestä kolmanneksi kiinnostavin urheilulaji. Naisilla rallit sijoittuivat viidenneksi.

5 URHEILUJOURNALISMI KÄYTÄNNÖSSÄ: KEURUUN SM-HIIHDOT

5.1 Ensimmäisen casen uutisluonne

Ensimmäinen tutkimuscase, eli Keuruun SM-hiihdot, kilpailtiin tammikuun viimeisenä viikonloppuna alkuvuodesta 2012. Keuruu on reilun 10 000 asukkaan kaupunki noin 60 kilometriä Jyväskylästä länteen. Tapahtuma oli paikallisesti merkittävä, sillä se keräsi maakuntaan kaikki lajin kotimaiset kärkinimet kamppailemaan Suomen mestaruuksista. Vaikka kireä pakkanen ja suorat tv-lähetykset verottivat hieman yleisömääriä, tapahtuman järjestelyt vaativat suuren ponnistuksen pieneltä paikkakunnalta, seuralta ja talkoolaisilta. Tapahtuman näkyvyys maakuntalehdessä oli tärkeää, sillä Keski-suomalaisen peitto on Keuruulla edelleen yli 40 prosenttia (Levikintarkastus 2010).

Casevalinta oli sikäli hyvä tämältyyppiseen tutkimukseen, että se oli edustava esimerkki pidemmän urheilu-uutistapahtuman seurannasta. Ennakkotunnelmien rummuttaminen aloitettiin lehdessä jo keskiviikkona 25. tammikuuta, ja viimeiset kisajutut ilmestyivät maanantaina 30. päivä. Varsinaisina kisapäivinä, eli perjantaina, lauantaina ja sunnuntaina, Keuruulta toimitettiin juttuja verkkoon ja printtiin peräti kahden toimittajan voimin.

Viikonlopun haasteellisuutta ei ainakaan helpottanut se, että samaan ajankohtaan osuivat myös taitoluistelun EM-kisat, Keski-Suomen jokavuotinen urheilujuhla, junioreiden yleisurheilun hallikisat sekä normaaliviikonloppujakin ruuhkauttavat palloilukierrokset. Kiireestä huolimatta paikallinen hiihtotapahtuma oli saatava lehteen näyttävästi ja kattavasti, mikä käytännössä tarkoitti sitä, että Ari Mäntylä ja Erkki Kinnunen työstivät Keuruun-jutut reippaalla aikataululla. Tapahtuman kilpailullinen merkittävyys ei ollut urheilutoimituksen esimiehen Ari Mäntylän mukaan niin suuri, kuin palstatila antoi ymmärtää. Kyseessä oli enemmänkin tapahtuman alueellisen merkittävyyden painottaminen ja esilletuonti.

Kysely lähetettiin RAM-panelisteille kilpailun jälkeisellä viikolla perjantaina 3. helmikuuta. Alun perin kyselyn piti lähteä jo keskiviikkona 1. helmikuuta, mutta Tietoykkösen työntekijän työmatkasta johtuen tuli tietokatkos, jonka paikkaaminen vei koko keskiviikon. Onneksemme kysely saatiin kuitenkin lähtemään saman viikon aikana, ja vastaajat saivat vastata kysymyksiin, kun edellisen viikonlopun jutut olivat vielä tuoreessa muistissa. Vastausaikaa panelisteilla oli neljä vuorokautta.

5.2 Vastaajien taustatietoja

Kyselyyn vastasi määrääjassa 593 panelistia, joista 38 prosenttia (n=224) oli miehiä ja 62 prosenttia (n =369) naisia. Liki puolet (44 %) vastaajista oli 50–78-vuotiaita, toiseksi suurin osa (38 %) 30–49-vuotiaita ja loput alle 30-vuotiaita. Vain kolmen vastaajan ikä ei ole tiedossa. Kaikista vastanneista 33 prosenttia ilmoittaa taustatiedoissa olevansa hyvin kiinnostunut urheilusta ja kuntoilusta, 39 prosenttia on jonkin verran kiinnostunut ja 28 prosenttia ei ole kovin kiinnostunut urheilusta. On kuitenkin tärkeää huomata, että taustatiedoissa tätä tiedusteltiin ennen muuta harrastuksiin ja omiin elämänalueisiin liittyvänä kysymyksenä, ei niinkään sanomalehden eri osastojen lukemisen näkökulmasta. Vastauksissa oli kuitenkin selvää korrelaatiota: urheilusta hyvin kiinnostuneista lukijoista puolet lukee joka päivä vähintään yhden urheilujutun alusta loppuun, ja ei-kovin-kiinnostuneista liki puolet ei koskaan lue urheilusivuja. Ainoastaan joka sadas oli erittäin kiinnostunut urheilusta harrastuksena, muttei koskaan lue urheilusivuja.

Ensimmäisenä kysyttiin, kuinka usein vastaajat ylipäätään lukevat Keskisuomalaisen printtilehden urheilujuttuja. Puolet (51 %) vastaajista vähintään silmäilee joka päivä urheilujuttuja. Vajaa neljännes (23 %) lukee joka päivä yhden tai useamman jutun. 9 prosenttia¹⁵ lukee juttuja useita kertoja viikossa, tasan neljännes (25 %) harvemmin ja

¹⁵ Yksinumeroiset numeraalit tavataan suomen kielessä kirjoittaa yleensä kirjaimin, mutta numeroiden ymmärtämisen ja vertailun helpottamiseksi rikon tätä sääntöä tietoisesti.

15 prosenttia vastaajista lue urheilujuttuja koskaan. Alle 30-vuotaiden keskuudessa urheilusivuja luetaan vähiten: tästä ikäryhmästä 27 % ei koskaan lue urheilusivuja ja vain 10 % lukee joka päivä yhden tai useamman jutun alusta loppuun. Yli 50-vuotiailla luvut ovat lähes päinvastoin: 30 % lukee juttuja joka päivä, ja vain 15 % ei koskaan.

Samaa tiedusteltiin ksml.fi-verkkopalvelun kohdalla. Koska Keski-suomalaisen uusi, maksullinen lisäpalvelu nimeltä Digipaketti oli tammikuussa 2012 vielä uunituore ja muodoltaan vakiintumaton, se niputettiin kyselyssä yhteen maksuttoman, kaikille avoimen verkkopalvelun kanssa. Maksullisessa Digipaketissa ei myöskään julkaistu yhtään Keuruun SM-hiihtoja käsittelevää juttua, mikä omalta osaltaan puolsi verkon käsittelemistä yhtenä kokonaisuutena.

Vastaajista vain 11 prosenttia silmäilee tai lukee verkkopalvelun urheilujuttuja päivittäin. Luku koostuu 4 prosentista, joka lukee joka päivä vähintään yhden jutun alusta loppuun ja 7 prosentista, joka silmäilee verkkopalvelua päivittäin. 11 prosenttia käyttää verkkopalvelua useita kertoja viikossa, yli kolmannes (36 %) harvemmin ja peräti 42 prosenttia ei katso verkkopalvelun urheilujuttuja koskaan. Ikäryhmien välillä ei ollut suuria eroja. Harvakseltaan verkkosisältöjä katsoo kaikissa ikäryhmissä 33–42 prosenttia vastaajista, päivittäin vähintään silmäilee 7–12 prosenttia. Sen sijaan urheilun harrastuneisuus ei korreloinut verkkopalvelun urheilujuttujen lukuinnossa: urheilusta hyvin kiinnostuneista peräti 40 % katsoo urheilusisältöjä harvakseltaan ja peräti viidennes ei koskaan. Jonkin verran urheilusta ja kuntoilusta kiinnostuneista 41 % katsoo urheilusisältöjä harvakseltaan ja 42 % ei koskaan. Tästä on vedettävissä se johtopäätös, että kyse ei ole niinkään Keski-suomalaisen verkkourheilusisältöjen kiinnostavuudesta vaan ylipäätään maakunnallisten verkkosisältöjen käyttämisen omaksumisesta. Kuten luvussa 3.3.2 totesin, keskivertosuomalainen käyttää eri viestinten parissa päivästänsä 7,5 tuntia, josta 12 prosenttia internetissä (@Sanomalehtien Liitto 2011). Tuoreehkon ja melko kattavan yleisötutkimuksen (n=993) mukaan eniten käytettyjä verkkosivustoja olivat iltapäivälehdet, Facebook, YLE, Helsingin Sanomat ja MTV3 (Matikainen 2010). Keskivertosuomalainen ei siis

ainakaan vielä käytä kovinkaan montaa minuuttia päivässä maakuntalehtensä verkkosisältöjen parissa.

Kyselyyn vastanneista vain kaksi prosenttia oli ollut paikan päällä seuraamassa Keuruun SM-hiihtoja. Huomattavaa on se, että peräti puolet vastanneista sanoi, ettei tapahtuma kiinnostanut heitä lainkaan; miehistä näin vastasi 43 % ja naisista 58 %. Reilu kymmenes (12 %) vastanneista seurasi tapahtumaa ahkerasti mediasta ja 36 prosenttia jonkun verran.

Suosituimpia medioita SM-hiihtojen seuraamisessa olivat sanomalehti Keski-suomalainen (32 %), television urheilu-uutiset (28 %) ja television erikoislähettykset paikan päältä (25 %). Teksti-tv, radio ja Keski-suomalaisen verkkopalvelu jäivät alle 10 prosenttiin. Liki puolet vastaajista ei seurannut tapahtumaa lainkaan mediasta. Hiihdon SM-kisat kiinnostivat etenkin vanhempia sukupolvia: yli 50-vuotiaista 58 % seurasi tapahtumaa mediasta ahkerasti tai jonkin verran, 30–49-vuotiaista 38 % ja alle 30-vuotiaista 26 %.

5.3 Harvakseltaan urheilujuttuja lukevien näkemyksiä

Vastaajamäärä, liki 600, kuulostaa suurelta, mutta heti alkuun on syytä korostaa, että vastaajista 15 prosenttia ei lue koskaan urheilusivuja ja peräti 42 prosenttia ei katso koskaan verkkopalvelun urheilujuttuja. Harvemmin kuin useita kertoja viikossa urheilujuttuja lukee 25 prosenttia vastaajista ja verkkopalvelun juttuja 36 prosenttia. Näitä vastaajia pyydettiin avoimessa vastauksessa kertomaan, mikseivät urheilujutut kiinnosta heitä. Ylivoimaisesti suosituin perustelu oli se, että urheilu tai penkkiurheilu ylipäättään ei kiinnosta vastaajaa. Kaikista avoimeen kysymykseen vastanneista (n=232) näin kertoi peräti 70 prosenttia.

Muutamissa vastauksissa nousi esille myös se, että panelistit kyllä itse pitävät urheilusta ja etenkin kuntoilusta, mutta toisten urheilu ja sen seuraaminen ei heitä kiinnosta.

Vastaajat perustelivat vastauksiaan muun muassa seuraavasti (joidenkin sitaattien oikeakielisyyttä on korjattu ymmärrettävyyden helpottamiseksi):

Mies, 42 vuotta: *”Olen kuntoilija. En seuraa kilpaurheilua, koska kaupallisuus ja raha ovat tuoneet urheilun pariin paljon siihen kuulumattomia huonoja piirteitä.”*

Nainen, 43 vuotta: *”Urheilu toisten tekemänä ei kiinnosta minua lainkaan. EVVK, itse kyllä liikun paljon, mutta minua ei kiinnosta toisten urheilut. Urheilusivut joutaisivat lehdestä kokonaan pois! Minun kuntoni ei kasva vain katsomalla urheilua tai lukemalla urheilusta uutisia.”*

Nainen, 47 vuotta: *”Olen kiinnostunut ainoastaan kuntourheilusta, urheilujutut keskittyvät kilpaurheiluun ja niiden tuloksiin.”*

Panelisteilta kysyttiin myös, miten sisältöjä pitäisi kehittää, että he kiinnostuisivat urheilujutuista. Tähän kysymykseen sain verrattain vähän vastauksia, sillä kaikista avoimista vastauksista (n=232) vain noin kymmenesosassa puututtiin sisällöllisiin seikkoihin. Osa torppasi kysymyksen vastaamalla, ettei edes sisältöjen kehittäminen vaikuttaisi heidän kiinnostukseensa:

Nainen, 45 vuotta: *”Heh, ei teidän konstit siihen riitä, että kiinnostuisin...”*

Nainen, 22 vuotta: *”Urheilu-uutiset eivät kiinnosta. Sisältöjen kehittäminen ei siihen varmaankaan auta. Toisaalta esimerkiksi eri lajien esittelyt siltä näkökannalta, missä ja miten niitä voisi itse kokeilla, voisivat olla kiinnostavia.”*

Urheilusisältöjen kehittämis ehdotuksissa yleisin vastaus oli monipuolisuuden vaatimus¹⁶. Jääkiekosta ja jalkapallosta kertovia juttuja vieroksuttiin eniten. Mielenkiintoista oli huomata myös se, että osa lukijoista mieltää kuntourheilun ja

¹⁶ Tämä lienee yleistä lukijatutkimuksissa, sillä esimerkiksi Heikkilä, Ahva, Siljamäki & Valtonen (2012, 262–263) saivat omassa kyselyssään samansuuntaisia tuloksia. Yleisö on taipuvainen vastaamaan, että sanomalehden pitäisi tarjota yhtä sun toista enemmän kuin nyt. Spesifien toiveiden ja kehitysideoiden saaminen kysymällä suoraan lukijoilta on siis äärimmäisen hankalaa.

liikunnan urheilujournalismin genreen kuuluviksi. Ammattikunta kuitenkin ajattelee yleensä, että urheilujournalismin kuuluu keskittyä kilpa- ja huippu-urheilun uutisointiin ja että kuntoilujutut kuuluvat lehden muille osastoille. Myös teoreetikot (ks. mm. Hemánus 1983, 44) ovat perinteisesti olleet sitä mieltä, että urheilujournalismin suhde kuntourheiluun on etäinen. Esimerkiksi Keski-suomalaisessa vapaamuotoisemmat liikuntatapahtumat esitellään useimmiten Tänään-ajankohtaissivuilla. RAM-panelistit antoivat muun muassa tällaista palautetta:

Nainen, 30 vuotta: *”Liikaa samoja aiheita (jäähkiekkoa yms.). Erilaisista lajeista voisi olla juttua sekä nuorista urheilijoista. Monipuolisempaa!”*

Nainen, 61 vuotta: *”Haluaisin tasapuolisuutta, eli pienemmistäkin urheilukilpailuista tuloksia ja onnistumisia. Vammaisurheilusta liian vähän tuloksia ja tietoa urheilijoista.”*

Nainen, 33 vuotta: *”En ole kiinnostunut urheilun seuraamisesta. Oikeastaan mikään laji ei kiinnosta. Toisaalta taas liikuntaan ja terveyteen liittyvät jutut kiinnostavat.”*

Nainen, 49 vuotta: *”Liikuntajuttuja luen mielelläni. Lajijuttuja: sukeltaminen, laskettelu, pesäpallo, uinti, vesijumppa, kahvakuula, kuntosali, hiihto, moottorikelkkailu, keilailu, tankotanssi, kiipeily, köysilaskeutuminen jne.”*

Nainen, 68 vuotta: *”Haluaisin kuntoilusta, naisten voimistelusta, tenniksestä ja ikääntyneiden kunnon hoidosta enemmän juttuja.”*

Edellisten kaltaisissa palautteissa voidaan nähdä yhtymäkohtia Hujasen väitöstyöhön (2007), jossa tutkittiin sanomalehtien ei-tilaajia. Kuten sanomalehtien ei-tilaajien myös urheilusivujen ei-lukijoiden on hankalaa yksilöidä toiveitaan tai ylipäätään käydä sisältökeskustelua. Usein tällaisille lukijoille olisi tarpeellista saada lehdestä käytännön hyötyä omaan elämään, mikä näkyy muun muassa kuntourheilujuttujen toivomisena. (Vrt. Hujanen 2007, 192–193.) Hyödyllisyyden vaatimus nousi esille jo varhaisimmassa median käyttötarkoitustutkimuksissa 1900-luvun puolivälissä, kun Amerikassa tutkittiin, *miksi* ihmiset ylipäätään käyttävät joukkoviestimiä. Tutkimuksissa todettiin, joskin televisioon keskittyen, että tullakseen suosituksi tietyn mediatuotteen on luotava

todellinen, toimiva suhde ihmisten arkielämään ja sen ongelmiin. (Kunelius 2004, 114–116.) Hujanen (2007, 192–193) teki samansuuntaisia havaintoja omassa tutkimuksessaan: ei-tilaajat kaipasivat omaan elämänpiiriin liittyviä juttuja, joista olisi konkreettista hyötyä. Tämän pro gradun tulokset vaikuttavat näiltä osin samankaltaisilta: urheilusivujen ei-lukijat lukisivat sivuja oletettavasti hanakammin, jos siitä olisi heille jotain arkielämän hyötyä.

Kuntourheilun esiinnousu urheilujournalismin yhteydessä on myös sikäli kiinnostava piirre, että kyse on vanhasta dilemmasta, jota pohdittiin jo Reporadion aikaan. Television ohjelmaneuvosto linjasi vuonna 1966, että Yleisradion olisi pantava ”riittävä paino sellaisille ohjelmille, jotka ovat omiaan edistämään kansalaisten harrastusta liikunta- ja kuntourheilua kohtaan”. (Salokangas 1996, 242.) Kuitenkin nykyään, puoli vuosisataa myöhemmin, ajatellaan yleisesti, ettei kuntoilun edistäminen kuulu urheilujournalismin tärkeimpiin tehtäviin. Vuorinen (2007) tutki pro gradussaan sanomalehtien urheilutoimitusten esimiehiä urheilujournalismin kehittäjinä ja kysyi muun muassa, miten he määrittelevät nykyaikaisen urheilujournalismin tehtävät. Vastaukset tiivistyivät neljään päätehtävään, joita olivat: 1. urheilun tapahtumien ennakoiminen, 2. urheilun ilmiöiden taustoittaminen, 3. lukijoiden viihdyttäminen ja 4. urheilusta osana yhteiskuntaa kertominen. Toki kuntoilujuttujen voidaan ajatella kuuluvan lukijoita viihdyttävään funktoon, ja näin joissain lehdissä ajatellaankin (ks. mm. Vuorinen 2007, 51), mutta valtavirtakäsitys on, myös Keskisuomalaisessa, että urheilusivujen tulee keskittyä huippu-urheiluun. Kuntoilujuttuja ei yksinkertaisesti tällä hetkellä mahdu maakuntalehtien urheilusivuille (Malinen 2011, 64).

Keskisuomalaisen tapa kirjoittaa ja käsitellä aiheita sai muutamilta vastaajilta sapiskaa. Yksi vastaaja nosti esille tietyn ”toimituksellisen vivahteen”, jonka tyyli tökkii häntä. Tarkemmin hän ei kuitenkaan osannut eritellä tuon vivahteen tunnusmerkistöä. Yhdessä vastauksessa moitittiin lisäksi kielioppivirheitä. Kolme panelistia moitti Keskisuomalaisen urheilujournalismia kokonaisuudessaan:

Nainen, 20 vuotta: *”Keskisuomalaisessa olevat urheilujutut ovat eilisiä. Luen reaaliaikaisempaa tietoa muista medioista.”*

Mies, 57 vuotta: *”Pitäisi olla kirjoitettu eri tavalla – ei asiaa seuraavaan tyyliin. Vrt. kenkä teki sitä ja tätä.”*

Nainen, 61 vuotta: *”Minua ei kiinnosta urheilujournalismi. Se ei ole analysoitua, kiinnostavaa eikä selittävää. Se vain kysyy, että miltä nyt tuntuu.”*

Harvemmin urheilusivuja lukevien vastauksissa kehuja saivat suur tapahtumiin liittyvät urheilujutut, henkilökuvat ja paikalliset aiheet. Urheilusivuja lukemattomia saattavat kiinnostaa urheiluun liittyvät ihmiset, vaikkei itse urheilu olisikaan heidän mielestään kiinnostavaa. Henkilöjuttujen ja paikallisten aiheiden kiinnostavuuteen ei-lukijoiden keskuudessa on päädytty myös aiemmissa tutkimuksissa (esim. Hujanen 2007, 194). Yksi vastaaja muotoili asian näin:

Nainen, 39 vuotta: *”Urheilu sinänsä ei kiinnosta minua – urheilijoiden tarinat ovat kiinnostavia, eivät suoritukset.”*

Verkkopalvelun urheilujuttujen lukemattomuuden yleisin syy oli vastauksissa se, että vastaaja joko ei ole kiinnostunut urheilusta ja/tai ei lue muutenkaan verkkolehtiä. Verkkojuttujen sisältöä avoimissa vastauksissa ei kommentoitu lainkaan.

Kun kysyin lomakkeella päivä päivältä, mitkä SM-hiihto-aiheiset jutut vastaaja oli lukenut kyseisen päivän lehdessä, joka päivä vähintään 65 prosenttia lukijoista oli väistänyt kaikki hiihtojutut. Suurimmillaan luku oli maanantain lehden kohdalla: silloin 70 prosenttia lukijoista ei ollut lukenut yhtäkään hiihtojuttua. Tulos oli samankaltainen verkkopalvelun kohdalla: peräti 75 prosenttia vastaajista ei ollut lukenut yhtäkään Keuruun SM-hiihtoja käsittelevää juttua Keskisuomalaisen verkkopalvelusta.

5.4 Printtilehden luetuimmat ja kehutuimmat jutut

Vastaajilta tiedusteltiin aluksi, mitä hiihtoaiheisia juttuja he ylipäättään olivat lukeneet. Juttujen lukemisen lisäksi kysyttiin, mikä oli vastaajien mielestä koko aihekokonaisuuden paras juttu. Tuohon kysymykseen kaikista kyselyyn vastanneista (n=593) jotakin sanallista vastasi 210 henkilöä. Huomattavaa on kuitenkin se, että heistä noin puolet ei osannut valita parasta juttua, vaan vastasi esimerkiksi ”ei mikään” tai ”en osaa sanoa”.

TAULUKKO 2. TOP 10 LUETUIMMAT JUTUT SM-HIIHDOISTA

	%*	KPL**	JULKAISUPV
Mitali karahti kolariin (juttu miesten takaa-ajokisasta ja kainalojuttu Ville Nousiaisesta)	23	11	29.1.2012
Hiihtäminen on ihanaa (Silja Tarvosen haastattelu ja faktalaatikko)	22	13 ¹	26.1.2012
Vaikene jo, taivaan tykki (Ratamestari Erkki Virkalahden haastattelu)	22	7	25.1.2012
Edessä heti aivan armoton sekuntitaistelu (Haastattelu Krista Lähteenmäen ennakkotunnelmista.)	19	5	27.1.2012
Pentsisen mitalitoive ei ole haihattelua (Anssi Pentsisen haastattelu)	18	1	26.1.2012
Jippii, jälleen kultaa (juttu naisten takaa-ajokisasta sekä kainalojutut Tarvosesta, Sarasoja-Liljasta ja Mäkisestä)	17	5	29.1.2012
Uutuutena SM-historian ensimmäinen prologi (Uutinen kisatyyppistä ja tietografiikka)	17	1	25.1.2012
Kommentti: SM-hiihdot tarjolla Jyväskylään (toimittaja Ari Mäntylän mielipidejuttu)	17	8 ²	30.1.2012
Uudessa roolissa ei vieroitusoireita (Pikkuhaastattelu kommentaattoriksi siirtyneestä Pirjo Murasesta.)	16	3	27.1.2012
Letkajenkkaa lauantaina (juttu miesten prologikisasta ja kainalojuttu Matti Heikkisestä)	16	3	28.2.2012

*NÄIN MONTA PROSENTTIA VASTANNEISTA (N=593) VASTASI LUKENEENSA JUTUN.

**NÄIN MONESSA VASTAUKSESSA (N=210) KYSEINEN JUTTU MAINITTIIN PARHAAKSI JUTUKSI.

¹NÄISTÄ KOLMESSA VALITTIIN PARHAAKSI KAIKKI SILJA TARVOSESTA KERTOVAT JUTUT.

²NÄISTÄ YHDESSÄ VALITTIIN PARHAAKSI KAIKKI KOMMENTTIJUTUT.

Pitkän hiihtoviikonlopun luetuimpia juttuja (taulukko 2) olivat *Mitali karahti kolariin* (23 % kaikista vastaajista oli lukenut), hiihtäjä Silja Tarvosen haastattelu otsikolla *Hiihtäminen on ihanaa* (22 %) sekä ennakkojuttu *Vaikene jo, taivaan tykki* (22 %).

Avoimissa vastauksissa, joissa sai perustella omasta mielestään viikonlopun parhaan jutun valintaa, hiihtäjä Silja Tarvosen (13 mainintaa parhaaksi jutuksi) haastattelu keräsi seuraavanlaisia kehuja:

Nainen, 26 vuotta: *”Silja Tarvosen haastattelu oli kiinnostavin, koska siinä oli taustaa urheilijasta ja hänen elämästään eikä vain tapahtumakuvausta.”*

Mies, 72 vuotta: *(Se oli) ”juttu joka antaa uskoa siihen, että jokaisella urheilijalla on mukavia hetkiä, joiden eteen kannattaa tehdä töitä olan takaa”.*

Nainen, 41 vuotta: *(Paras juttu oli...) ”Hiihtäminen on ihanaa, koska siihen voin samastua ajatuksena täysin. Hiihto on itselleni parasta liikuntaa ja stressinpoistoa”.*

Tarvosen haastattelua kehuittiin myös siksi, että se nosti esille kangasniemeläisen urheilijan ja juttu oli vastaajien mielestä hyvin tehty. Peräti 11 mainintaa parhaaksi jutuksi keräsi *Mitali karahti kolariin*, jota kehuittiin muun muassa tarttuvasta, kiinnostavasta otsikoinnista ja hyvästä kuvasta. Vastaajat perustelivat valintaansa parhaaksi jutuksi näin:

Mies, 69 vuotta: *(Paras juttu oli...) ”Mitali karahti kolariin. Asiallisen inhimillinen”.*

Mies, 51 vuotta: *(Paras juttu oli...) ”Mitali karahti karille! Siinä oli tramatiikkaa!”.*

Nainen, 49 vuotta: *(Paras juttu oli...) ”Mitali karahti kolariin. Katsoin kisan. Etsin taustaa tapahtuneelle”.*

Mies, 32 vuotta: *”Draama tekee aina hyvää jutulle.”*

Nainen, 65 vuotta: *”Mitali karahti kolariin oli hyvin kirjoitettu, siinä kuvailtiin harmitusta, jonka pystyi aistimaan jutusta!”*

Kolmanneksi eniten paras juttu -mainintoja (8 kpl) sai Ari Mäntylän kommenttijuttu *SM-hiihdot tarjolla Jyväskylään* (17 % luenut). Sitä kiiteltiin kiinnostavasta otsikosta, positiivisesta aiheesta sekä varteenotettavista mielipiteistä. Ratamestari-Virkalahden

haastattelua (7 mainintaa parhaaksi jutuksi) keuhuttiin puolestaan siitä, että päähenkilö on heille henkilökohtaisesti tuttu henkilö (2 vastauksessa) sekä näin:

Mies, 42 vuotta: ”*Juttu oli urheilupaikkojen valmistelusta, taustaa itse kilpailuun. Ja mielenkiintoinen juttu.*”

Mies, 52 vuotta: ”*On hienoa, että talkoohenkeä arvostetaan.*”

Mies, 64 vuotta: ”*Ennakkojuttuja on kiva lukea. Tulosjututkin ovat sinänsä hyviä, mutta yleensä tulee selailtua valikoivasti, kun varsinaiset tulokset ovat jo selvillä, yleensä nähnyt/kuullut muussa mediassa tulokset, ja tulostuettelo on yleensä vielä lehdessä.*”

Kelpo lukijakunnan (yli 15 prosenttia kaikista vastaajista) olivat saaneet myös ennakkouutinen kisatyypistä *Uutuutena SM-historian ensimmäinen prologi*, Anssi Pentsisen ennakkohaastattelu, Krista Lähteenmäen ennakkohaastattelu, pikku-uutinen kommentaattoriksi siirtyneestä Pirjo Murasesta, *Letkajenkkaa lauantaina*, eli juttu miesten prologikisasta sekä *Jippii, jälleen kultaa*, eli juttu naisten takaa-ajokisasta. Näitä juttuja keuhuttiin avoimissa vastauksissa muun muassa näin:

Nainen, 40 vuotta: ”*Krista on henkilönä uusi ja mielenkiintoinen.*”

Mies, 45 vuotta: (*Paras juttu oli...*) ”*Krista Lähteenmäen haastattelu. Mielenkiintoinen tulevaisuuden lupaus*”.

Nainen, 50 vuotta: (*Paras juttu oli...*) ”*Uudessa roolissa ei vieroitusoireita, en tiennyt asiasta, joten tieto oli uusi ja mielenkiintoinen*”.

Mies, 29 vuotta: ”*Pirjo Murasen haastattelu oli sopivan lyhyt ja napakka.*”

Muutamissa vastauksissa mainittiin myös, että Pentsinen, Tarvonen, Lähteenmäki tai heidän vanhempansa olivat vastaajan tuttuja, minkä takia jutut kiinnostivat. *Letkajenkkaa lauantaina* -juttua keuhuttiin humoristisuudesta ja siitä, että se oli hyvin kirjoitettu. *Jippii, jälleen kultaa* -juttu keräsi kiitosta hehkutuksestaan ja siitä, että juttu toimi kansallisen itsetunnon kohottajana.

Erityismaininnan ansaitsee myös maanantaina 30. tammikuuta lehdessä ollut *Ruut Sariolan vauhti yllätys kaikille* -juttu, joka käsitteli naisten parisprinttiä. Vaikka jutun oli lukenut vain 11 prosenttia kaikista vastaajista, se sai 5 paras juttu -mainintaa. Juttua kehuuttiin muun muassa näin:

Nainen, 36 vuotta: *(Paras juttu oli...) "Ruut Sariolan kultavauhti yllätys kaikille – ei niinkään sen takia, että juttu oli parhaiten kirjoitettu. Miusta oli vain hienoa lukea, että tällainen "tuntemattomuus" pistää konkareille kamppoihin. Siitä tuli hyvä mieli itsellekin!"*

Mies, 75 vuotta: *"Juttu miellytti minua, koska hiihtäjä oli suurelle yleisölle täysin tuntematon."*

Nainen, 75 vuotta: *"Juttu kolahti minuun. Kiva, että löytyy uusia nuoria hiihtäjiä, ehkä tämä lisää innostusta ensi talvea ajatellen."*

Mies, 72 vuotta: *"Oli mainiota ottaa esille hyvin, hyvin myönteisesti tulokashiihtäjän onnistuminen. Tämmönen innostaa tallaajaa."*

Kiintoisa detalji oli myös se, että vaikka avoimessa kysymyksessä kysyttiin, mikä edellä luetelluista hiihtojutuista oli paras, kaikista kysymykseen jotain sanallista vastanneista (n=210) peräti 11 vastaajaa piti parhaana taitoluistelija Kiira Korvesta kertanutta juttua, jota ei edes mainittu vastausvaihtoehdoissa. Tämä toki kertoo myös siitä, että kysymyksenasettelu olisi voinut olla täsmällisempi.

5.5 Verkkolehden katsotuimmat ja kehuetuimmat sisällöt

Verkkolehden kohdalla vastaajat eivät olleet kovin innokkaita perustelijoita, sillä kaikista vastaajista (n=593) vain 126 vastasi jotain sanallista kysymykseen siitä, mikä verkkolehden sisällöistä oli paras. Lisäksi näistä peräti 77 vastauksessa ei otettu minkäänlaista kantaa paremmuuteen, vaan sivuutettiin kysymys vastauksilla, kuten ”en seuraa hiihtoa” tai ”en ole katsonut urheilujuttuja verkkosivuilta koskaan”. Näin ollen tilastollista analyysiä sisältöjen suosioista on mahdotonta tehdä. Vastauksia voidaan kuitenkin käyttää suuntaa-antavina, laadullisina maistiaisina yleisön mielipiteistä.

TAULUKKO 3. VERKKOLEHDEN SUOSITUIMMAT SISÄLLÖT

	%*	KPL**	JULKAISUPV
Juttu: Saarinen kompuroi kultansa hopeaksi	11	5	27.1.2012
Juttu: Lähteenmäki voitti naisten prologin Keuruulla	10	5	27.1.2012
Juttu: Krista kukisti Saarisen loppukirissä	10	12	28.1.2012
Juttu: Sariola ja Roponen saavoivat parisprintin ykkösiksi	9	4	29.1.2012
Juttu: SM-kullat täpärästi Lähteenmäelle ja Nousiaiselle	9	1	28.1.2012
Juttu: Keski-Suomesta kolme joukkuetta viestifinaaliin	7	5	29.1.2012
Kuvasarja: Keuruun SM-hiihdot lauantaina	6	1	28.1.2012
Juttu: Parisprintti nosti Sariolan parrasvaloihin	6	3	29.1.2012

*NÄIN MONTA PROSENTTIA VASTANNEISTA (N=593) VASTASI KATSONEENSA SISÄLLÖN.

**NÄIN MONESSA VASTAUKSESSA (N=126) KYSEINEN JUTTU MAINITTIIN PARHAAKSI SISÄLLÖKSI.

Ylivoimaisesti eniten paras sisältö -mainintoja, 12 kappaletta (taulukko 3), keräsi nettijuttu *Krista kukisti Saarisen loppukirissä*. Sen oli lukenut joka kymmenes vastaajista. Juttua keuhuttiin yllättäväksi ja kiinnostavaksi. Vastauksia perusteltiin myös näin:

Mies, 51 vuotta: (*Paras sisältö oli...*) ”*Krista kukisti Saarisen. Valtakausi on vaihtumassa hiihdossa.*”

Nainen, 44 vuotta: (*Paras sisältö oli...*) ”*Krista kukisti Saarisen, sillä hiihtäjien paremmuus vaihtuu aina uusien tulijoiden myötä.*”

Tätä havaintoa lukuunottamatta verkkosisältöjen suosiota on hankalaa eritellä tarkemmin, sillä sisältöjen luettavuudessa ei ollut suuria eroja (6–11 %), ja avoimen kysymyksen paras sisältö -perustelut olivat sisällöllisesti hyvin köyhiä. Vain muutamissa vastauksissa otettiin kantaa juttujen sisältöön tai tyyliin:

Nainen, 61 vuotta: (*Paras sisältö oli...*) ”*Keski-Suomen kolme joukkuetta viestifinaaliin. Juttu kiinnostaa siksi, että viestijoukkueessa oli mukana tuttuja ihmisiä.*”

Mies, 28 vuotta: *(Paras sisältö oli...)* ”Keski-Suomesta kolme joukkuetta viestifinaaliin. Ytimekäs ja hyvin kirjoitettu juttu.”

Mies, 56 vuotta: *(Paras sisältö oli...)* ”Saarinen kompuroi. Tekstistä kävi mielestäni hyvin ilmi kisassa tapahtuneet käänteet kepeästi kerrottuna.”

Mies, 72 vuotta: *(Paras sisältö oli...)* ”Parisprintti nosti... Miellytti kirjoittajan käyttämä selostustyyli.”

Oleellisimmat tulokset ovat tämän tutkimuksen kannalta ne, että korkeimmillaankin vain kymmenisen prosenttia kaikista vastaajista lukee verkossa olevia urheilujuttuja ja että peräti 75 prosenttia ei koskaan katso urheiluun liittyviä verkkosisältöjä – edes kuvasarjoja. Vaikka kuvasarjoihin on Keski-suomalaisen verkkopalvelussa pyritty panostamaan, SM-hiihto-aiheinen kuvasarja keräsi vain yhden vaivaisen paras sisältö - maininnan.

5.6 Kriittistä palautetta saaneet jutut ja sisällöt

Kysymykseen huonoimmasta printtilehden hiihtoaiheisesta jutusta sain kaikenkirjavia vastauksia (n=174), joista vain 30:ssa todella otettiin kantaa huonoimpaan juttuun. Ylivoimaisesti yleisimpiä vastauksia olivat, ettei vastaaja osannut nimetä huointa juttua tai ettei hän ylipäätään lue urheilujuttuja. Mahtui mukaan myös kekseliäämpiä ei-vastauksia:

Mies, 47 vuotta: ”Huonoimpia olivat jutut, joita en lukenut lainkaan.”

Mies, 61 vuotta: ”Ei mikään ollut mielestäni huono. Ei ole huonoja juttuja, sehän riippuu meistä lukijoista, että mikä kiinnostaa ja sillä perusteella koetaan hyväksi tai huonoksi. KS:n urheilutoimittajat ovat minusta ammattitaitoisia ja monipuolisia kirjoittajia.”

Mies, 26 vuotta: ”Kaikki yhtä lailla turhaa palstatilan tuhlausta.”

Mies, 36 vuotta: *”Missään jutuihin ei ollut uudenlaista näkökulmaa hiihtoihin. Vain hiihtäjien ennakkotunnelmia tai tuloksia kisasta. Tai sitten otsikot eivät vastanneet sisältöä.”*

Eniten huonoin juttu -mainintoja (6 kpl) sai *Letkajenkkaa lauantaina*. Perusteluissa juttua kritisoitiin ”päivänselvän” asian toistamisesta ja tylsystä kirjoitustyylistä, mikä sikäli oli kiinnostava löydös, että sama juttu keräsi aiemmassa kysymyksessä kehuja nimenomaan hyvästä kirjoitustyylistä ja humoristisuudesta. Toiseksi eniten kritisoitiin *Kolmena päivänä noin 4 000 katsojaa* -pikkujuttua, joka kertoi tapahtumajärjestelyistä maanantaina 30. tammikuuta. Se sai 4 mainintaa huonoimmaksi jutuksi, mutta perustelujen sisältö oli kovin köyhä. Ari Mäntylän kommentit saivat huonoin juttu -mainintoja kolmessa vastauksessa. Vastauksia perusteltiin näin:

Mies, 28 vuotta: *”Hän kirjoittaa hyviä urheilujuttuja, mutta kommentti-kohdat ovat harvinaisen tylsiä. Ei jaksa lukea.”*

Nainen, 69 vuotta: *(Huonoin juttu oli...) ”kommentti SM-hiihdot tarjolla Jyväskylään. Ennakointi siitä, missä seuraavat kisat pidetään, ei minua ainakaan kiinnosta”.*

Niin ikään kolme huonoin juttu -mainintaa sai *Pakkanen haittasi menoa* -pikkujuttu keski-suomalaisien hiihtäjien menestyksestä ja *Vaikene jo, taivaan tykki* -ennakojuttu. Molempia moitittiin turhasta sääspekuloinnista:

Mies, 69 vuotta: *(Huonoin juttu oli...) ”Pakkanen haittasi menoa. Ainahan niin käy, kun on kylmää.”*

Mies, 72 vuotta: *(Huonoin juttu oli...) ”Vaikene jo, taivaan tykki. Luonto on luonto hiihtokisojenkin kohdalla. Ei niitä säitä ihminen säätele.”*

Nainen, 41 vuotta: *(Huonoin juttu oli...) ”Vaikene jo, taivaan tykki – lumentulosta ei juuri jaksa lukea.”*

Yhtä tai kahta huonoin juttu -mainintaa sai useampi muukin juttu. Sisällökkäintä kritiikkiä tarjosivat seuraavat vastaukset:

Nainen, 49 vuotta: *(Huonoin juttu oli...)* ”Saarinen hiihtää kahdesti. Saarinen ja Saarisen tekemiset kyllästyttävät. SM-kisoissa pitäisi esitellä muidenkin kuin maajoukkueen hiihtäjien osaamista ja elämää.”

Nainen, 50 vuotta: *(Huonoin juttu oli...)* ”varmaan ne, jotka jäivät lukematta, siksi ettei enää kiinnostanut, kun olin jo saanut tiedon tv:stä. Esim. Mitali karahti kolariin.”

Nainen, 49 vuotta: *(Huonoin juttu oli...)* ”Mitali karahti kolariin. Matti Heikkinen nostettu jalustalle ja samalla vähätellään toisten suorituksia. Mitalit jaettiin kolmelle hiihtäjälle siitä huolimatta, että Heikkinen ei ollut mitalistien joukossa.”

Mies, 29 vuotta: *(Huonoin juttu oli...)* ”Ilveksen ote mitalista... Kautta linjan ehkä aavistuksen turhan pitkiä juttuja. Asian saa varmasti tiivistettyä ja jaettua useampaan lyhyempään eri otsakkeiseen juttuun.”

Mies, 69 vuotta: *(Huonoin juttu oli...)* ”Pentsisen mitalitoive ei haihattelua. Turhaa jossittelua.”

Myös verkkosisältöihin liittyen vastaukset (n=108) olivat hyvin sirpaleisia. Juttuja kommentoitiin yleisellä tasolla muun muassa näin:

Mies, 41 vuotta: ”Voittajan kuvalla ja kommenteilla (tai paikallisvärillä) ei voi mennä pahasti harhaan. Tietysti olisi mukava, jos voittaja ja paikallinen olisivat samat henkilöt.”

Ainoastaan vaivaisissa 16 vastauksessa todella vastattiin kysymykseen siitä, mikä oli verkkopalvelun kehnoin sisältö. Kahden kärki oli selvä: *Saarinen kompuroi kultansa hopeaksi* keräsi 7 huonoin juttu -mainintaa ja *Sariola ja Roponen saavoivat parisprintin ykkösiksi* viisi. Juttuja moitittiin muun muassa liian pitkiksi ja otsikointia tylsäksi, mutta kokonaisuudessaan perustelut huonommuudelle jäivät erittäin kevyiksi ja lyhyiksi.

5.7 Kuinka pitkän askeleen aamu oli jäljessä?

Panelisteilta kysyttiin, oliko printtilehdessä sellaista asiasisältöä, jonka vastaaja oli saanut jo edellisenä iltana sähköisistä medioista. Kaikista kysymykseen jotakin sanallista vastanneista (n=142) neljännes (24 %) vastasi selkeästi ”ei”, hieman suurempi

osuus (27 %) vastasi selkeästi ”kyllä” ja loput 49 % väisti kysymyksen vastaamalla jotain muuta kuin mitä kysymyksessä kysyttiin. Kiintoisa yksityiskohta oli, että peräti kolme vastaajaa kertoi, ettei käytä lainkaan sähköistä mediaa. Sähköisen ja printtimedian päällekkäisyyksistä panelistit kertoivat muun muassa näin:

Mies, 60 vuotta: *”Ainahan näin käy joukkuelajien ja mm. ravien osalta, mutta lehdestä voi tarkistaa yksityiskohtia ja saada (toivottavasti) reilusti värillisten lasien kautta kommentteja tapahtuneesta. Kotikylän lehden tulee avoimesti ja varauksetta tukea paikallisia joukkueita ja urheilijoita, niin tekevät muutkin.”*

Mies, 70 vuotta: *”Osin oli samaa tietoa, mutta ei lisä pahaa tee. Uutisointi oli erinomaista.”*

Mies, 51 vuotta: *”Palloilukierrosten tulokset ja kommentit.”*

Mies, 35 vuotta: *”Ohjelmat, jotka katsoo televisiosta ja sitten kohokohdat ovat kertauksena seuraavan päivän lehdessä.”*

Nainen, 52 vuotta: *”Keuruun SM-hiihdot ja Kiira Korven EM-mitali. Yleensäkin kaikki tulokset, joita kuulee edellisenä iltana tv:n Urheiluruudusta tai erikoislähetyksistä.”*

Nainen, 40 vuotta: *”Eiköhän kaikki tuommoiset ole jo aiemmin netissä, jos haluaa katsella.”*

Nainen, 46 vuotta: *”Urheilutulokset katson yleensä TV:n urheiluohjelmista ja sitten luen vielä tarkemmin lehdestä.”*

Mies, 56 vuotta: *”Lehti tulee vasta iltapäivällä, joten kaikki uutiset tulee luettua Iltalehden tai Ilta-Sanomien nopeilta verkkosivuilta tai TV:stä.”*

Nainen, 40 vuotta: *”En tiedä, sillä katson niin vähän urheilu-uutisia sähköisestä mediasta. Tosin veikkaan, että ison osan jutuista olisin saanut, niin halutessani, nopeammin sähköisen median kautta.”*

Tämän jälkeen kysyttiin, tarjosivatko sanomalehden jutut kuitenkin jotain uutta, lukemisen arvoista sisältöä ja jos kyllä, millaista. Tähän kysymykseen sain 66 vastausta, joista peräti 13 panelistia (20 %) oli sitä mieltä, että sanomalehti ei tarjonnut lisäarvoa

sähköisten medioiden jälkeen. Suurempi osa (36 % = 24 panelistia) oli kuitenkin päinvastaisella kannalla, ja koki saaneensa myös aamun sanomalehdestä lukemisen arvoista sisältöä. Perusteluissa lisäarvoa koettiin saatavan esimerkiksi seuraavista:

Nainen, 52 vuotta: ”Haastatteluita ja kisatunnelmaa. Erityisesti kiinnostaa keski-suomalaisten menestys. On mukavaa, kun lehdessä on heistä erikoishaastatteluja ja juttuja.”

Mies, 56 vuotta: ”Paperilta näkee tekstin paremmin ja pystyn helpommin eläytymään tapahtumiin.”

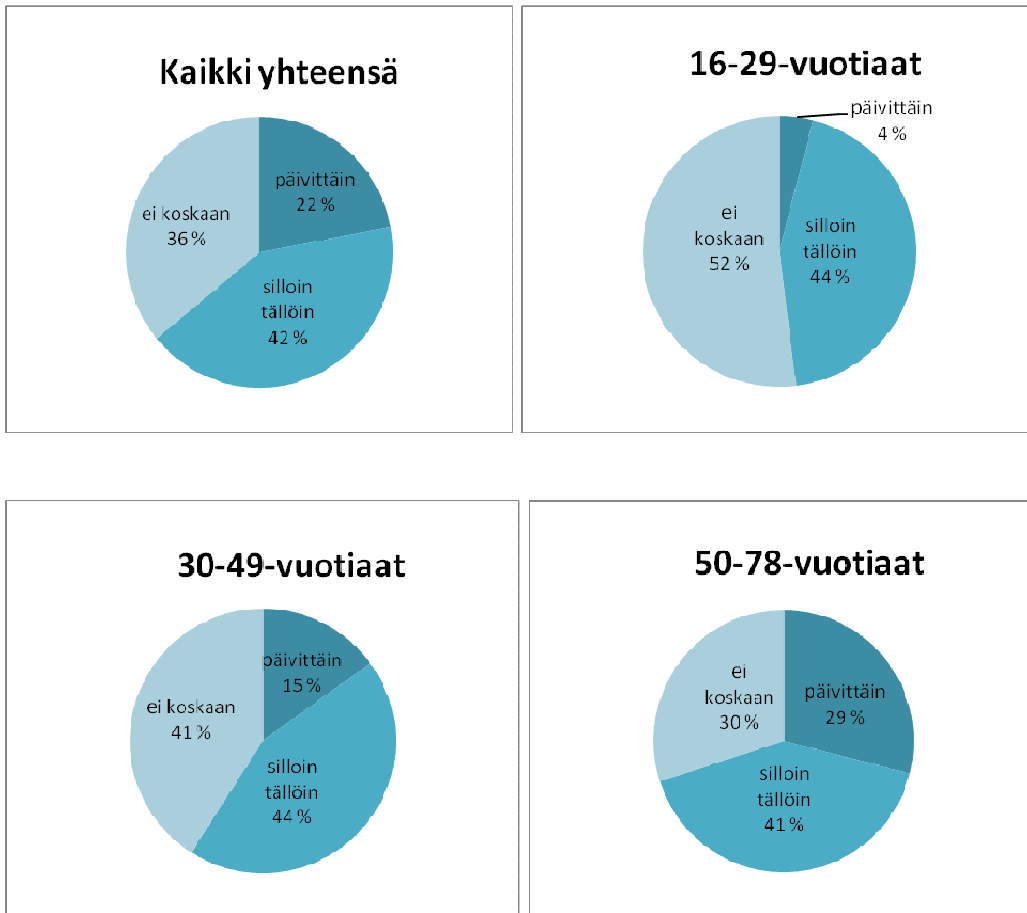
Nainen, 46 vuotta: ”Onhan niissä tarkempaa tietoa, taustoja jne.”

Mies, 28 vuotta: ”KSML:n jutut tarjoavat pääsääntöisesti aina uutta ja täydentävää tietoa.”

Nainen, 71 vuotta: ”Kyllä, juuri tunnelmia, ei vain tuloksia ja tarjosivat myös syitä menestymiseen tai menestymättömyyteen – siis lihaa luille.”

Nainen, 75 vuotta: ”Kyllä, sai kaikessa rauhassa lukea ja kyllä siinä toimittajien erilaiset painotukset näkyivät. Nämä täydentävät toisiaan sopivasti.”

Koska oli odotettavissa, että juuri tulosuutisoinnissa lukijat kokevat suurinta päällekkäisyyttä, panelisteilta kysyttiin, kuinka usein he lukevat printtilehden tulospalstaa, johon kootaan päivittäin hyvin tiiviiseen, listamaiseen muotoon urheilutuloksia ja -tilastoja. Päivittäin sitä lukee reilu viidennes (22 %), silloin tällöin 42 % ja ei koskaan 36 % (kuvio 3). Ikäryhmittäin lukuaktiivisuudessa on kuitenkin suuria eroja. Silloin tällöin silmäilevien osuus on kaikissa ikäryhmissä samansuuntainen (41–44 %), mutta ääripäissä erot ovat selviä. Nuoret lukevat tulospalstaa harvakseltaan: alle 30-vuotiaista sitä lukee päivittäin vain 4 % vastaajista ja yli puolet ei koskaan. Yli 50-vuotiaista taas kolmannes lukee tulospalstaa päivittäin ja vain kolmannes ei koskaan. Koska erot ikäryhmien välillä ovat näin suuria ja lukijakunta uudistuu tulevina vuosikymmeninä, on aiheellista ennustaa, että tämä juttutyyppi lienee tulevaisuudessa ensimmäisten joukossa vaakalaudalla.



KUVIO 3. Tulospalstan lukuaktiivisuus ikäryhmittäin

Kuitenkaan urheilutoimittajat eivät ole järin innostuneita karsimaan lehteen painettavia tuloksia. Erityisesti Tommi Roimela ja Erkki Kinnunen (haastattelu, 2011) korostavat, että edelleen on hengissä sukupolvi, jolle paperilehteen painetut tulokset ovat erittäin tärkeitä. Esimies Mäntylä (haastattelu, 2011) muistuttaa, että tulospalstan uutiskriteerejä olisi mietittävä entistä tarkemmin. Roimela olisi valmis jopa lisäämään tulosten määrää:

”Varsinkin paikallisia tuloksia pitäisi pyrkiä saamaan enemmänkin lehteen. Tällaisissa paikallisissa, pienemmissä tapahtumissa tuloksen löytäminen netistä voi olla aika hankalaakin. Silloin se (tulosten painaminen lehteen) on puolusteltua. Tulospörssi näppärästi myös kokoaa edellisen päivän urheilut yhteen. Sen takia myöskään sen jutun ei tarvisi olla niin tulosomainen.”

Perusidealtaan urheilutulosten julkaiseminen seuraavan päivän paperilehdessä on verrattavissa taloussivujen pörssitaulukoihin, joista Vehkoo (2011, 209) kirjoittaa näin:

”Jos jotakin on tehty 50 vuotta, se ei ole syy jatkaa sen tekemistä. –– Voi olla, että verkon nopeus ja jatkuva päivittyminen tekee jonkin sanomalehden osan kokonaan tarpeettomaksi. Miksi lehdet edelleen painavat päivän pörssitaulukoita? Eivätkö niistä kiinnostuneet hanki saman tiedon tuoreempaa netistä? Kuinka monta tilaajaa sanomalehti menettäisi, jos se lakkauttaisi pörssisivunsa?”

Koska vanhimmasta lukijakunnasta, yli 50-vuotiaista, tulospalstaa lukee päivittäin tai silloin tällöin peräti 70 prosenttia, ei aika ihan vielä taida olla kypsä palstan lakkauttamiselle. Muutaman vuoden kuluttua tilanne voi kuitenkin olla jo toinen.

5.8 Palautetta toimittajien mielipidejutuista

Yksittäisten juttujen arvioinnin lisäksi kysyin vielä kokoavampia kysymyksiä Keuruun SM-hiihtojen uutisoinnista. Ensimmäiseksi tiedustelin, mitä mieltä lukijat olivat toimittajien kirjoittamista kommenttijuista, sillä kuten luvussa 3.4 totesin, kommentoiva sisältöaines on yksi tunnusomaisista piirteistä modernille urheilujournalismille (näin myös Malinen 2011, 77–29). Muun muassa tällä kysymyksellä oli mahdollista selvittää, onko tarjottu sisältö modernimpaa kuin yleisö haluaisi lukea ja kokeeko yleisö saavansa kommentteista lisäarvoa, kuten asiaa toimituksessa ajatellaan.

SM-hiihtojen yhteydessä kommenttijuja julkaistiin yhteensä kolme: Erkki Kinnusen *Tervetullut uusi mestari* (28.1.2012), Ari Mäntylän *Prologille ja takaa-ajolle peukkaa* (29.1.2012) sekä niin ikään Mäntylän *SM-hiihdot tarjolla Jyväskylään* (30.1.2012). Vastaajilta kysyttiin, mitä mieltä he olivat kommenttijuista, ja jotakin sanallista vastasi yhteensä 133 henkilöä. Heistä kuitenkin vain 64 otti selkeästi kantaa kysyttävään asiaan, eikä vastannut esimerkiksi ”ok” tai ”en lukenut kommenttijuja”. Sisällökkäistä vastauksista selkeä enemmistö (83 %) tarjosi positiivista palautetta. Kommentteja keuhuttiin muun muassa asiallisiksi, asiantunteviksi ja mielenkiintoisiksi. Myös tällaista palautetta annettiin:

Nainen, 30 vuotta: *(Kommenttijatut ovat...)* ”hyviä, etenkin jos niissä on pohdiskeleva ote.”

Mies, 71 vuotta: *”Kommenttijatut ovat aina tarpeellisia, vaikka niiden näkemykset ovatkin subjektiivisia.”*

Nainen, 70 vuotta: *”Hyvät kommentit miellyttävät, mutta sitten on myös tylsiä, mitäänsanomattomia itsestäänselvyyksiä.”*

Nainen, 50 vuotta: *”Kommenttijuista pidän, koska ne antavat uutta näkökulmaa ja mielipiteitä ehkä vähän eri näkökulmasta, ne kiinnostavat aina.”*

Mies, 26 vuotta: *”Kommenttijatut ovat usein parasta varsinkin, jos on hyvä toimittaja, koska niissä on enemmän vapautta ottaa kantaa ja käsitellä asioita.”*

Mies, 72 vuotta: *”Tarpeellisia, antaa sivilisäystä varsinaiseen tekstiin. Näkyy olevan nykyisin yleistä kaikissa lehdissä. Aloitti vissiin Hesari. Saisi olla kireämpääkin arvostelua kommentteissa.”*

Valtaosa vastaajista koki siis saavansa selvää lisäarvoa kommenttijuista. Harvoissa negatiivisissa palautteissa juttuja moitittiin asenteellisiksi, tarpeettomiksi ja spekulatiivisiksi. Muutamissa vastauksissa huomautettiin myös, että urheiluasioita ei sovi tarkastella liian kotiseuturomanttisesti, siis ”kotiin päin vetäen”.

5.9 Kokonaisvaltaista palautetta urheilutoimitukselle

Vastaajilta kysyttiin lopuksi kokonaisvaltaista palautetta Keuruun SM-hiihtojen uutisoinnista. Pääosin palaute oli positiivista ja ”jatkakaa samaan malliin” -henkistä. Toki mukaan mahtui myös sellaisia vastaajia, joita hiihto ei kiinnosta lainkaan ja joiden mielestä koko tapahtuman olisi voinut jättää uutisoimatta kokonaan. Muutama ehdotti myös koko urheilusivujen lakkauttamista. Yleisesti ottaen yleisö oli kuitenkin tyytyväinen, että paikallisesti järjestetty, mutta valtakunnallisestikin merkittävä hiihtotapahtuma huomioitiin lehdessä laajasti. Esimerkiksi tällaista palautetta annettiin:

Nainen, 33 vuotta: ”Hyvä, että maakunnan tapahtuma seurattiin hyvin ja uutisoitiin isosti. On mukava katsella kuvistakin, näkykö tuttuja.”

Nainen, 67 vuotta: ”Uutisointi oli mielestäni asiallista. On oikein huomioida oman seudun urheilijoita, vaikka he eivät ennakkosuosikkeja olisikaan.”

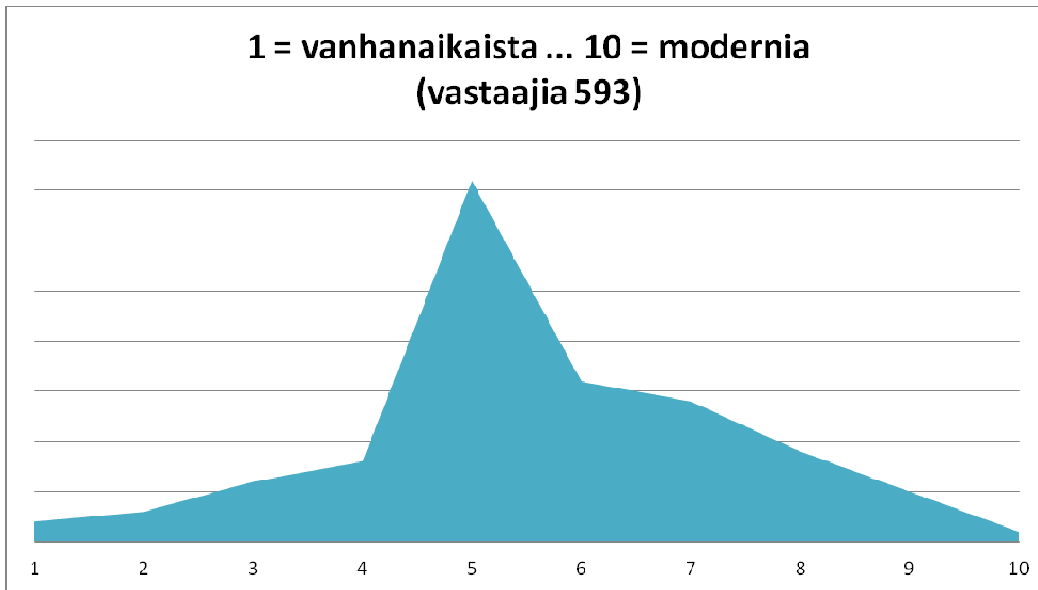
Nainen, 41 vuotta: ”Voisiko joskus kirjoittaa yllättävämistäkin aiheista, esim. yleisöhaastatteluja tai vaikka urheilijoiden huoltojoukkoja jututtaen?”

Mies, 36 vuotta: ”Ampareista löytyy nopeammin tuloksia ja mielenkiintoisempia juttuja tapahtumasta. Sen jälkeen ei enää kiinnosta katsoa mitä KSML kisoista kirjoittaa.”

Mies, 26 vuotta: ”Paljon juttuja, ehkä jopa liikaa tapahtuman yleiseen kiinnostavuuteen nähden. Ihan laadukkaita kuitenkin, paljon taustoja yms.”

Mies, 72 vuotta: ”Uutisointi oli ihan ok. Olihan teitä toimittajia siellä ilmeisesti enemmän kuin tavallisesti. Johan se edellytti kunnollista journalismia eikä STT:n kopiointia.”

Vastaajilta kysyttiin myös, mitä mieltä he ovat Keskisuomalaisen urheilujournalismista kokonaisuudessaan (kuvio 4). Kysymys toteutettiin janana, jossa vastaaja liikutti kursoria ääripäiden ”moderni” ja ”vanhanaikainen” -välillä. Vanhanaikainen oli janassa kohdalla 1 ja moderni kohdalla 10. Vanhanaikaiseksi (arvosana 1–3) Keskisuomalaisen urheilujournalismin arvioi 11 % vastaajista, keskivälille (arvosana 4–6) sen arvioi selvä enemmistö (60 %) ja moderniksi (arvosana 7–10) kokonaisuuden arvioi 29 % vastaajista. Ikäryhmien välillä ei ollut suuria eroja. Moderniksi urheilujournalismin arvioi kaikissa ikäryhmissä 26–31 prosenttia vastaajista ja vanhanaikaiseksi 16–11 prosenttia. Vaikka erot eivät ole suuria, aineistosta voidaan todeta, että vanhempi lukijakunta pitää Keskisuomalaisen urheilujournalismia hieman modernimpana kuin alle 30-vuotiaat. Vastaavasti isompi osa (16 %) alle 30-vuotiaista pitää sitä vanhanaikaisena, kun yli 50-vuotiaista näin ajattelee 11 %.



KUVIO 4. Mielenpitoja Keski-suomalaisen urheilujournalismista

Sen, että näin suuri osa (60 %) liu'utti kursorin janan keskiosaan (arvosanat 4–6), voidaan tulkita kertovan, että Keski-suomalaisen urheilujournalismi on juuri sopivan modernia: ei liian vanhanaikaista, muttei liian kokeilevaakaan. Toisaalta on huomioitava myös se, että kysymys on hyvin abstrakti ja kenties vaikeasti hahmotettavissa – ja ellei vastaajalla ole selkeää mielenpitoa, hän on kenties taipuvainen vastaamaan ”jotain siltä väliltä”. Kuten Heikkilä, Ahva, Siljamäki ja Valtonen (2012, 264) ovat osuvasti todenneet, journalismin ominaisuuksien arvosteleminen ei ole kuluttajalle yhtä helppoa kuin jogurtin tai kirveen onnistuneisuuden puntaroiminen. Etenkin sisältöjä harvakseltaan lukevien on vaikeaa yksilöidä toiveitaan tai ylipäättään käydä sisältökeskustelua (Hujanen 2007, 192–193). Kuitenkin se, että näin moni on liu'uttanut kursorin arvosanojen 6–8 kohdalle kertoo siitä, että iso osa yleisöstä pitää Keski-suomalaisen urheilujournalismia enemmän modernina kuin vanhanaikaisena.

Aivan viimeiseksi vastaajilta kysyttiin vielä, mitä aiheita he toivoisivat Keski-suomalaisen urheilutoimituksen käsittelevän nykyisten lisäksi. Sain kysymykseen 246 vastausta. Eniten juttuja toivotaan lisää junioriurheilusta (32 mainintaa) sekä kunto- ja terveysliikunnasta (31). Myös alemmista sarjatasoista, etenkin oman maakunnan

alueella, toivotaan enemmän asiaa lehteen (29 mainintaa). Lukuisia yksittäisiä mainintoja saivat myös moottoriurheilu (13), ratsastus ja hevosurheilu (8), veteraaniturheilu (7) sekä vammaisurheilu (6). Myös taustoista, urheilijoiden elämästä, valmennuksesta, rahoituksesta ja korruptiosta sekä urheilun etiikasta haluttaisiin lukea lisää. Myös tällaisia juttuja haluttaisiin lisää:

Mies, 58 vuotta: *”Suunnistus, hiihdon, hölkän, kävelyn ja maratonin massatapahtumat.”*

Nainen, 68 vuotta: *”Paikallisten urheilijoiden mutta myös eri toimijoiden (valmentajien, seuratoimihenkilöiden) haastatteluja. Myös juttuja juniorijoukkueista.”*

Mies, 25 vuotta: *”Enemmän lumilautailua ja newschool-hiihtoa. Sille on iso skene jyväskylässä ja hiihto on menneen vuosituhaten lumia. Sama koskee mäkihyppyä, katsokaa vaikka harrastajamäärien kehitystä.”*

Nainen, 58 vuotta: *”Haluaisin normaalien ihmisten, lasten, nuorten, työikäisten ja senioreiden arkiliikunnasta raportteja, käytännön vihjeitä, tietoa osallistumismahdollisuuksista.”*

Nainen, 43 vuotta: *”Kaikkia ihmisiä koskevaa terveysliikuntaa. Kaiken ei tarvitse olla huippu-urheilua koskevaa, sillä paljon tärkeämpää olisi niiden ohella/sijaan pitää yllä/herätellä ihmisten kiinnostusta yleensäkin liikkumista koskien.”*

Nainen, 49 vuotta: *”Ehkäpä jotain tosi harvinaisia lajeja voisi joskus esitellä – varsinkin jos niissä keskisuomalaista menestystä! Melko surkuhupaisaa on ollut parina viime vuonna huomata, että esim. Päijänne-purjehdusta ei ole noteerattu mitenkään, vaikka liittyy kyllä tänne seudulle hyvinkin!”*

Nainen, 67 vuotta: *”Rallia, aivan tavallisten lajin harrastajien näkökulmasta, eri-ikäisiä, eri-tasoisia harrastajia koko levikkialueelta.”*

Nainen, 49 vuotta: *”Itse urheilun lisäksi myös taustan tekemiset kiinnostaisivat (valmentaja, huolto, perhe, ystävät). Koko paletti esille.”*

Nainen, 19 vuotta: *”Marginaalilajeista ja eläinurheilusta olisi mukava lukea juttuja, koska (massa)urheilu ei kiinnosta. Mielellään sellaisia artikkeleja, joissa näkyy toimittajan perehtyminen asiaan. On huvittavaa lukea juttuja esim. eläinurheilusta, kun silmään pistää toimittajien jäätävä kokemattomuus ja osaamattomuus.”*

Nainen, 51 vuotta: ”Sitä lätkää löytyy ihan tarpeeksi. Ehkä voisi tehdä infosarjaa urheilulajeista: miten on syntynyt, missä, milloin jne. Urheilulajeja maailmasta löytyy, joten mukana voisi olla eksoottisempiakin lajeja ja ehkä jostain joku voi saada kipinän uuteen lajiharrastukseen.”

Nainen, 35 vuotta: ”Ratsastusta. Raviurheilua kyllä toivotetaan, mutta koulu- ja esteratsastus jää usein huomiotta ja joutuu verkosta niitä etsimään. Tykkään kuitenkin lukea enemmän paperiversiota.”

Mies, 26 vuotta: ”Eri lajien juniorityö, miten huippuja tehdään vai syntyykö niitä järjestelmän ansiosta vai siitä huolimatta? Syvällisemmät urheilijan henkilökuvat kiinnostavat, jos taustalla on mielenkiintoista tarinaa. Vaikuttaako sosiaalinen tausta/vanhempien tuki siihen, ketkä nousevat huipulle, hukataanko Suomessa lahjakkuuksia?”

Yksittäisten laji- tai urheilutyypin mainintojen lisäksi yleisin vastaus oli jälleen monipuolisuuden ja tasapuolisuuden vaatimus, eli että lukijat toivoisivat lisää juttuja marginaalisemmistakin lajeista. Usein monipuolisuuden toiveeseen liittyi valtalajien karsastaminen. Kiintoisaa on, että vaikka jääkiekko on Keski-Suomen seuratuin urheilulaji (ks. luku 4.3), sillä on myös vankka vastustajakuntansa. Peräti 16 vastaajaa ehdotti, että jääkiekon ja JYPin palstatilaa pitäisi vähentää.

6 URHEILUJOURNALISMI KÄYTÄNNÖSSÄ: JYPIN PUDOTUSPELIT

6.1 Toisen casen uutisluonne

Toinen tutkimuscase, jääkiekon SM-liigan pudotuspelit, alkoivat maaliskuussa 2012. Tämän tutkimuksen polttopisteeseen valittiin JYPin puolivälieräsarja Porin Ässiä vastaan. Juuri puolivälieräsarjan valitsin hyvin pragmaattisin perustein: jos olisin suunnitellut tutkivani välieriä, mutta JYP olisikin pudonnut jatkosta puolivälierissä, olisin joutunut lopulta vaihtamaan casen toiseen lajiin.

Jääkiekon valinta yhdeksi tutkimuscaseksi oli alusta alkaen selviö, sillä se on Keski-Suomen seuratuin urheilulaji molemmilla sukupuolilla lähes kaikissa ikäluokissa.¹⁷ Toisena valintakriteerinä ollut paikallinen merkittävyys täyttyi myös kirkkaasti, sillä JYP kerää illasta toiseen Hippokselle ylivoimaisesti suurimmat katsojaluvut muihin urheilulajeihin verrattuna. Tämä näkyy myös lehden sivuilla: jääkiekko saa kaikista yksittäisistä urheilulajeista selvästi eniten palstatilaa. Vaikka lajin suurta näkyvyyttä kritisoidaan jatkuvasti, on sen yleinen kiinnostavuus maakunnassa sitä luokkaa, että urheilutoimituksella on vankat perusteet journalististen arvovalintojensa tueksi. Jääkiekon journalistinen merkittävyys on yleisemminkin tunnustettua: esimerkiksi urheilujournalismista väitöskirjan kirjoittanut Virtapohja (1999, 12) arvottaa jääkiekon SM-liigan median kannalta tärkeimmäksi palloilusarjaksi.

Koska tavoitteena oli valita kolme erityyppistä casea tutkimuksen kohteeksi, JYP on perusteltu tyyppiesimerkki jatkuvasta, päivittäisestä uutisseurannasta. Jos Keuruun SM-hiihdot on kotimainen, paikallinen kärkitapahtuma ja MM-ralli kansainvälinen, paikallinen kärkitapahtuma, edustaa JYPin puolivälieräsarja urheilujournalismin peruskauraa: otteluraportointia ennakkojuttuineen, analyyseineen ja kolumneineen.

¹⁷ Tietoykkösen tekemää tutkimusta eri urheilulajien kiinnostavuudesta Keski-Suomessa esittelen tarkemmin luvussa 4.3 Katsaus keskisuomalaiseen urheiluelämään kaudella 2012.

Pudotuspelisarjan seuraaminen oli siksi mielekästä, että se avaa otteluraportoinnin käytäntöjä ja tapoja yksittäistä ottelua kattavammin ja luotettavammin. Jottei tutkittava ajanjakso olisi kuitenkaan venynyt liian pitkäksi, rajasin casen kahteen ensimmäiseen puolivälierään. Jos olisin tutkinut koko ottelusarjaa, ensimmäisistä otteluista olisi tutkimushetkellä kulunut jo yli kaksi viikkoa, jolloin vastaajien olisi ollut vaikeampaa palauttaa mieleensä kysyttävät seikat. Aineiston rajaussyistä jätin pääosin kysymysten ulkopuolelle muista seuroista kuin JYPistä kertoneet jääkiekon pudotuspelijutut. Ne niputettiin kysymykseen numero 17 (ks. liite 3): ”Luitko sanomalehdestä ja/tai verkkopalvelusta muiden SM-liigajoukkueiden kuin JYPin pudotuspelikuulumisia? Mitkä jutut jäivät mieleesi?”

JYPin puolivälieräsarja on edustava esimerkki pidemmän uutistapahtuman seurannasta kahdella eri tasolla: yhtäältä lehti seuraa JYPin kautta kokonaisuudessaan syksystä kevääseen, toisaalta myös pariviikkoinen puolivälieräsarja voidaan nähdä erillisenä uutistapahtumana. Ensimmäiset ennakkojutut julkaistiin torstaina 22. maaliskuuta ja viimeiset tähän tutkimukseen huomioidut jutut olivat lehdessä sunnuntaina 25. maaliskuuta, kun toinen puolivälierä oli pelattu lauantaina. Myös välipäivinä julkaistiin tunnelmointijuttuja ja näkökulmia.

Jos Keuruun SM-hiihdot on esimerkki riuskalla työtahdilla tempaistusta uutistapahtumasta, JYPin pudotuspelit on rauhallisemmin toteutettu kokonaisuus. Ennakkojutut ja välianalyysit kirjoitetaan päivävuorojen aikana ilman minuuttiaikataulua. Lisäksi kotipeleihin lähetetään peräti kaksi toimittajaa: kun toinen hoitaa pelaajahaastattelut ja kommentoinnin, toinen saa keskittyä rauhassa ottelujutun kirjoittamiseen. Näin toimittiin esimerkiksi torstaina 22. maaliskuuta, kun JYP pelasi ensimmäisen puolivälierän Ässiä vastaan. Ilkka Kulmala hoiti otteluraportoinnin, ja Heikki Kärki haastatteli pelaajat ja kirjoitti kommenttijutun.

Kysely lähetettiin RAM-panelisteille keskiviikkona 28. maaliskuuta. Vastausaikaa panelisteilla oli neljä vuorokautta.

6.2 Vastaaajien taustatietoja

Kyselyyn vastasi määräajassa 527 panelistia, joista 38 prosenttia (n=199) oli miehiä ja 62 prosenttia (n=328) naisia. Tuskin on silkkää sattumaa, että prosenttiosuudet olivat täsmälleen samat kuin Keuruun SM-hiihtojen yhteydessä, vaikka vastaajia oli 66 vähemmän. Yksi syy lienee se, että kyselyhin on todennäköisesti vastannut paljon samoja ihmisiä: sellaisia panelisteja, jotka haluavat kertoa mielipiteensä nimenomaan urheilusivuista. Tämän selityksen puolesta puhuu myös se, että ikäjakauma oli lähes täsmälleen sama kuin edellisessä kyselyssä: liki puolet (43 %) vastaajista oli 50–78-vuotiaita, 38 prosenttia 30–49-vuotiaita ja loput 19 prosenttia alle 30-vuotiaita. Samasta syystä en enää erittele tarkkoja prosenttiosuuksia siitä, kuinka moni vastanneista ilmoitti taustatiedoissa olevansa kiinnostunut urheilusta ja kuntoilusta. Jo edelliscasen tulosten yhteydessä tuli todetuksi selvä korrelaatio urheilun harrastamisen ja urheilusivujen lukemisen yhteydessä. Urheilusta hyvin kiinnostuneista lukijoista puolet lukee joka päivä vähintään yhden urheilujutun alusta loppuun, ja ei-kovin-kiinnostuneista liki puolet ei koskaan lue urheilusivuja.

Aluksi kysyttiin, kuinka usein vastaajat lukevat Keski-suomalaisen printtilehden urheilujuttuja. Lukemat vastasivat edellisen casen tuloksia: Tasan puolet vastaajista joko silmäilee tai lukee juttuja joka päivä. 7 prosenttia lukee juttuja useita kertoja viikossa, reilu neljännes (28 %) harvemmin ja 15 prosenttia ei koskaan lue urheilusivuja. Ei liene yllätys, että naiset lukevat urheilusivuja miehiä harvemmin: viidennes (21 %) naisista ei koskaan lue urheilujuttuja Keski-suomalaisista, miehistä joka kymmenes (9 %). Ensimmäisen casen tapaan myös tämä kysely osoitti, että vanhemmat ikäryhmät lukevat urheilusivuja nuorempiaan innokkaammin. Sama kysymys kysyttiin ksml.fi-verkkopalvelun¹⁸ kohdalla. JYPin pudotuspeleistä ei ollut

¹⁸ Selvyyden vuoksi käytän myös tämän casen yhteydessä kokoavaa nimitystä ksml.fi-verkkopalvelu tai verkkopalvelu, vaikka jääkiekkoihmiset jutut on verkkopalvelussa koottu Kiekko-Keski-suomalainen-erikoissivustoksi.

yhtään juttua maksullisen Digipaketin puolella, joten jälleen niputin Digipaketin yhteen maksuttoman, kaikille avoimen verkkopalvelun kanssa. Jälleen lukemat olivat hyvin lähellä edelliscasen tuloksia: 12 prosenttia silmäilee tai lukee verkkopalvelun urheilujuttuja päivittäin, joka kymmenes (9 %) käyttää verkkopalvelua useita kertoja viikossa, reilusti yli kolmannes (37 %) harvemmin ja lähes puolet (42 %) ei koskaan. Miehet lukevat verkkopalvelun urheilujuttuja selvästi naisia ahkerammin: miehistä 17 prosenttia vähintään silmäilee palvelua päivittäin, naisista näin tekee vain 6 prosenttia. Miehistä vajaa kolmannes (28 %) ei koskaan katso verkkopalvelun urheilujuttuja, naisten kohdalla sama lukema on peräti 58 prosenttia. Ikäryhmien välillä erot lukuahkeruudessa olivat huomattavasti pienemmät erot kuin paperilehden kohdalla: kaikissa ikäryhmissä verkkoa vähintään silmäilee päivittäin 11–14 prosenttia vastaajista.

Jälleen toistui sama havainto, jonka tein jo ensimmäisen casen yhteydessä: urheilun harrastuneisuus ei korreloi verkkopalvelun urheilujuttujen lukuinnossa yhtä vahvasti kuin paperilehden urheilusivuilla. Urheilun ja kuntoilun harrastamisesta erittäin kiinnostuneista nimittäin peräti 64 prosenttia katsoo verkkopalvelun urheilujuttuja harvemmin tai ei koskaan. Melko kiinnostuneiden kohdalla sama lukema on 84. Yhtäältä syyksi voidaan nähdä se, että verkkosisältöjen käyttöä ei ylipäätään ole vielä omaksuttu, mutta mahdollisesti myös se, että verkkopalvelun jutut keskittyvät vielä paperilehteäkin voimakkaammin huippu- ja tulosurheiluun, eikä siitä välttämättä koeta saatavan kimmoketta omalle urheiluharrastukselle. Tätä väitettä en kuitenkaan tämän aineiston perusteella pysty varmaksi perustelemaan, vaan kyseessä on mutu-tuntumalla tehty arvio.

Kyselyyn vastanneista 7 prosenttia oli ollut paikan päällä katsomassa JYPin pudotuspelejä ja lisäksi seurasi niitä mediasta. Prosentti oli paikan päällä katsomassa, mutta ei seurannut pudotuspelejä mediasta. Yli puolet (58 %) seurasi pudotuspelejä mediasta ahkerasti (21 %) tai jonkin verran (37 %), vaikkei ollutkaan paikan päällä.

Kun Keuruun SM-hiihdot eivät kiinnostaneet lainkaan peräti puolta vastaajista, JYPin pudotuspelien kohdalla vastaava luku oli vain 35 prosenttia. Miehistä neljännessä (25

%) pudotuspelit eivät kiinnostaneet lainkaan, naisista näin vastasi 45 prosenttia. Kuitenkin kun kysyttiin, mistä medioista panelistit seurasivat pudotuspelejä, miehistä vain 23 prosenttia sanoi, ettei seurannut niitä mistään mediasta. 2 prosenttia vastaajista ei siis sanojensa mukaan ollut lainkaan pudotuspeleistä kiinnostunut, mutta seurasi niitä kuitenkin jostain mediasta. Naisten vastauksissa ei ollut näiltä osin ristiriitaa. Tämä saattaa johtua siitä, että miehet seuraavat naisia enemmän teksti-tv:tä ja television urheilu-uutisia ja törmäävät ikään kuin väkisin jääkiekkouutisointiin, vaikkeivät olisi siitä erityisen kiinnostuneita.

Ikäryhmittäin löytyi selviä eroja. Nuorimmassa ikäluokassa (alle 30-vuotiaat) näkyi polarisaatiota: innokkaimpia jääkiekon kuluttajia (paikan päällä katsomassa ja seurasi ahkerasti mediasta) oli ikäluokasta 12 prosenttia, mutta yli puolta (51 %) pudotuspelit eivät kiinnostaneet lainkaan. Vanhemmissa ikäluokissa suurin osa ei ollut paikan päällä, mutta seurasi pudotuspelejä ahkerasti (22–23 %) tai jonkin verran (35–40 %) medioista.

Suosituimpia medioita JYPin pudotuspelien seuraamisessa olivat television urheilu-uutiset (45 %), sanomalehti Keskisuomalainen (42 %), teksti-tv (24 %) ja radio (21 %). Kun Keuruun SM-hiihtoja seurasi television erikoislähetyksen välityksellä neljännes (25 %) vastaajista, oli sama luku jääkiekon kohdalla vain 10 prosenttia. Tämä selittynee sillä, että hiihdot tulivat Ylen maksuttomalta kanavalta, kun taas jääkiekon televisiointi on siirtynyt enimmiltä osin maksukanavien lähetyksiin. Keskisuomalainen taas on jääkiekkouutisoinnissa peräti 10 prosenttiyksikköä suositumpi media kuin hiihtojen aikaan. Yksi syy lienee se, että Keskisuomalainen on tietoisesti panostanut jääkiekkouutisointiin: JYPin tarinaa seurataan tiiviisti läpi kauden ja yleisö tietää odottaa melko laajamittaista juttua jokaisesta yksittäisestä ottelusta.

Ksml.fi-verkkopalvelua käytiin katsomassa innokkaammin ennen tai jälkeen ottelun (11 %) kuin sen aikana (4 %). Jääkiekkoa seurataan verkkopalvelusta siis jonkin verran innokkaammin kuin hiihtoa, josta kertoviin sisältöihin oli tutustunut alle 10 prosenttia vastaajista.

6.3 Printtilehden luetuimmat ja kehutuimmat jutut

Vastaajilta tiedusteltiin aluksi, mitä jääkiekkoaiheisia juttuja he ylipäätään olivat lukeneet. Juttujen lukemisen lisäksi kysyttiin, mikä oli vastaajien mielestä koko aihekokonaisuuden paras juttu. Tuohon kysymykseen kyselyyn vastanneista (n=527) jotakin sanallista vastasi 197 henkilöä. Heistä liki puolet (46 prosenttia = 91 vastaajaa) ei osannut valita parasta juttua, vaan vastasi esimerkiksi ”kaikki”, ”ei mikään” tai slang-ilmauksen ”evvk”, joka tarkoittaa ”ei vois vähempää kiinnostaa”.

TAULUKKO 4. TOP 10 LUETUIMMAT JUTUT PUDOTUSPELEISTÄ

	%*	KPL**	JULKAISUPV
Vatases vaatimattomuus naurattaa jo joukkuekavereitakin (kainalojuttu Sami Vatases poikkeuksellisesta lahjakkuudesta)	31	37	25.3.2012
”Ässät ei horjuta meitä henkisesti”, Vatanen vakuuttaa (juttu puolivälierien välipäivästä)	25	2	24.3.2012
Kauden parempi startti (otteluraportti ensimmäisestä puolivälierästä JYP-Porin Ässät)	25	1	23.3.2012
Haaveilija palasi kiekkokartalle (henkilöjuttu JYPin Riku Heleniuksesta)	24	25	22.3.2012
Herkkä saa olla, muttei yliherkkä (uutisen takana -ennakkojuttu alkavista pudotuspeleistä)	23	7	22.3.2012
Seppo Mäkelä takaisin, vaati Jonne Virtanen (kainalojuttu tuomarinlinjasta ja Virtases kommentit torstain pelistä)	23	4	23.3.2012
Annos jypiläistä viisautta (otteluraportti toisesta puolivälierästä Porin Ässät-JYP)	23	12	25.3.2012
Hyvää yötä, Herra Patasydän? (toimittaja Ilkka Kulmalan kommentti)	19	5	24.3.2012
Mitä seuraavaksi tapahtuu? (toimittaja Heikki Kärjen kommentti)	17	0	23.3.2012
Keskustellen kohti finaalia (toimittaja Heikki Kärjen kolumni)	15	0	22.3.2012

*NÄIN MONTA PROSENTTIA VASTANNEISTA (N=527) VASTASI LUKENEENSA JUTUN.

**NÄIN MONESSA VASTAUKSESSA (N=197) KYSEINEN JUTTU MAINITTIIN PARHAAKSI JUTUKSI.

Luettuus-käyrä oli melko tasainen: eniten luettu juttu *Vatases vaatimattomuus naurattaa jo joukkuekavereitakin* oli houkutellut 31 prosenttia vastaajista lukemaan sen, kun vähiten luetulla jutullakin *Keskustellen kohti finaalia* lukema oli peräti 15 prosenttia (taulukko 4). Edelliseen caseen verrattuna on oleellista huomata, että SM-hiihtoiheisia juttuja julkaistiin paperilehdessä yhteensä 27 (ks. taulukko 2 alaluvussa 5.4), kun

jääkiekko-otannassa sama luku oli vain 10. Ehkä osittain tästä johtuu myös se, että hiihtokyselyssä ”paras juttu” -vastauksissa oli huomattavasti enemmän hajontaa kuin jääkiekon kohdalla. Toisesta casesta löytyi nimittäin kaksi ylivoimaisesti eniten kehuttua juttua, *Vatasen vaatimattomuus naurattaa jo joukkuekavereitakin (peräti 37 paras juttu -mainintaa)* ja Riku Heleniuksen henkilöhaastattelu *Haaveilija palasi kiekkokartalle (25 mainintaa)*. Vertailun vuoksi mainittakoon, että hiihtokyselyssä eniten paras juttu -mainintoja saanut juttu sai niitä vain 13. Yksi selitys löytynee ainakin siitä, että jääkiekkojutut ylipäättään olivat luetumpia kuin hiihtojutut: JYP-jutuista peräti 7 keräsi yli 20 prosentin lukijakunnan, kun hiihtojutuista tähän ylsi vain 3 juttua, vaikka tarjonta yksittäisen viikonlopun aikana oli huomattavasti laajempaa. Voidaan siis perustellusti todeta, että jääkiekkojutut (ainakin näin pudotuspelivaiheessa) keräävät kelpo lukijakunnan oli aihe ja näkökulma mikä tahansa.

Luetuin ja kehuin juttu oli nuoresta lahjakkuudesta Sami Vatasesta kertonut pienehkö kainalojuttu, jossa kerrattiin Vatasen ilmiömäisiä otteita pudotuspeleissä. Otsikon mukaisesti näkökulma oli se, että vaikka Vatanen on harvinaisen loistava pelaaja, hän pitää sympaattiseen tapaansa jalat maassa. Juttua kehuin siitä, että se oli sopivan lyhyt, mukavaa luettavaa, hauska ja viihdyttävä. Myös erilainen näkökulma sai kiitosta. Lisäksi juttua kehuin näillä sanoin:

Mies, 65 vuotta: *(Paras juttu oli...) ”Vatasen vaatimattomuus. Kovin en ole kiinnostunut jääkiekosta, mutta tuo mainio juttu vain sivusi itse väkivaltaurheilun hikistä tunnelmaa.”*

Nainen, 51 vuotta: *”Ihanaa, kun oli niin ymmärrettävää tekstiä myös sellaiselle lukijalle, joka ei ole niin urheilusta kiinnostunut.”*

Mies, 28 vuotta: *”Hyvin kirjoitettu poikkeus normaaliin uutispuuroon.”*

Mies, 44 vuotta: *”Oli niinkö joukkueen sisältä, eikä pelkästään toimittajan ajatelmia.”*

Selkeästi tätä kyseistä juttua kehuneiden lisäksi 4 vastaajaa kertoi, että heitä kiinnostavat oikeastaan kaikki Sami Vatasta käsittelevät jutut, koska kyseessä paikallinen, nuori lupaus.

Kiintoisa detalji on, että kaksi eniten kehuja saanutta juttua olivat hyvin erityyppisiä. Vatasesta kertonut kainalojuttu oli 1 500 merkin pätkä, jota ei ollut edes taitettu mitenkään erityisen näyttävästi. Sen sijaan toiseksi eniten kehuja sai *Haaveilija palasi kiekkokartalle*, joka oli osaston avausjuttu ja isosti taitettu yli 5 000 merkin henkilöhaastattelu. Sen oli lukenut 24 prosenttia vastaajista ja sitä keuhuttiin syvällisyydestä, taustoittavuudesta, tunteikkuudesta sekä seuraavista seikoista:

Nainen, 40 vuotta: ”Kiva lukea henkilökuvaa ja hieman syvällisempää juttua urheilutapahtumajuttujen vastapainona.”

Nainen, 46 vuotta: ”Juttu antoi hyvin humaanit kasvot jäätävän ammattimaiselle veskarille, jonka kasvoja ei pelissä tai yleensä jutuissa näe.”

Mies, 19 vuotta: ”(Paras juttu oli...) Haaveilija palasi kiekkokartalle, koska se oli mielenkiintoinen juttu tietystä henkilöstä ja hyvää pohjustusta alkaviin playoff-otteluihin.”

Mies, 26 vuotta: ”(Paras juttu oli...) Haaveilija palasi kiekkokartalle. Hyvä haastattelu, se antoi uutta tietoa ja vaikutti avoimelta, lisäksi se vältti tyypillisimmät kliseet pudotuspelien alla.”

Kolmanneksi eniten paras juttu -mainintoja sai otteluraportti otsikolla *Annos jypiläistä viisautta* (12 mainintaa). Jutun oli lukenut 23 prosenttia vastaajista ja sitä keuhuttiin hyvin kirjoitetuksi, joukkueen tunnetilaan paneutuvaksi ja taustoittavaksi. Myös tällaisia kommentteja annettiin:

Mies, 60 vuotta: ”Juttu kertoi paitsi ottelun tuloksen hieman poikkeavasti sen taustoja ja sivujuonteita.”

Nainen, 67 vuotta: ”Jutussa korostettiin sitä, että on tärkeää toimia rauhallisesti, kurinalaisesti ja kärsivällisesti, eikä mennä mukaan tappeluihin.”

Nainen, 70 vuotta: *(Paras juttu oli...) ”Annos jypiläistä viisautta. Siinä korostuu jääkiekossa tarvittava maltti ja viisaus.”*

Nainen, 61 vuotta: *”Juttu oli niin hyvin kirjoitettu, että tuli tunne, että on paikan päällä katsomassa, (urheiluhengen tuntu). Lisäksi otsikko ja jutun sisältö vastasivat toisiaan.”*

Lisäksi kolmessa vastauksessa nostettiin esille se, että parhaiten mieleen jäivät sunnuntaipäivän jutut *Annos jypiläistä viisautta* ja *Vatasen vaatimattomuus naurattaa joukkuekavereitakin* ennen muuta siksi, että ne julkaistiin sunnuntain lehdessä, minkä vuoksi niihin oli enemmän aikaa syventyä.

Mainitsemisen arvoista on myös se, että Ilkka Kulmalan kirjoittamat näkemykselliset jutut keräsivät niin ikään erityiskehuja. Uutisen takana -ennakkojuttu *Herkkä saa olla, muttei yliherkkä* keräsi 7 paras juttu -mainintaa, ja kommenttijuttu *Hyvää yötä, herra Patasydän?* sai 5 mainintaa. Lisäksi peräti 7 vastauksessa keuhuttiin tavalla tai toisella kokonaisvaltaisemmin Ilkka Kulmalan kirjoituksia. Vastajaat kirjoittivat muun muassa näin:

Nainen, 41 vuotta: *(Paras juttu oli...) ”Herkkä saa olla, muttei yliherkkä. On aina terveellistä, kun machourheilun yhteydessä puhutaan tunteista.”*

Nainen, 23 vuotta: *(Paras juttu oli...) ”Herkkä saa olla, muttei yliherkkä. Otsikko koukuttaa. Kerrankin jotain muuta kuin pelkkiä tuloksia!”*

Nainen, 50 vuotta: *”Ilkka Kulmalan kirjoitukset osuvat napakasti, pidän hänen tyylistään.”*

Nainen, 43 vuotta: *”En yleensä lue urheilujuttuja, mutta Kulmalan juttuja olen joskus lueskellut niiden tasokkuuden vuoksi.”*

Nainen, 34 vuotta: *”Yleensä ottaen kolumnit, haastattelut ja oheisjutut kiinnostavat enemmän kuin otteluraportit, sillä ottelutapahtumat tiedän muutenkin paikan päällä oltuani tai radiosta kuunneltuani. Ilkka Kulmalan kirjoitustyylistä ja ajatuksista pidän erityisesti.”*

Nainen, 65 vuotta: *(Paras juttu oli...) ”Hyvää yötä herra Patasydän. Ilkka Kulmalan jutut sisältävät AINA mielenkiintoisen näkökulman ja ennen kaikkea omaperäisen!”*

Nainen, 67 vuotta: *”Ilkka Kulmalan ja Heikki Kärjen kolumnit ovat aina ykkösluokan tekstiä!”*

6.4 Verkkolehden katsotuimmat ja kehuimmat sisällöt

Kuten aiemmassakin tapauksessa, JYPin pudotuspelienkään yhteydessä vastaajat eivät olleet järin innokkaita suitsuttamaan verkkolehden sisältöjä. Kaikista vastaajista (n=527) jotain sanallista kysymykseen siitä, mikä verkkolehden sisällöistä oli paras, vastasi vain 119 henkilöä. Hiihtojen aikaan vastaava lukema oli 126 – siitäkkin huolimatta, että JYP-aiheiset verkkolehden sisällöt ylipäätään olivat suositumpia kuin hiihtoaiheiset (ks. taulukot 3 ja 5). Lisäksi näistä 119 vastauksesta vain 44:ssä otettiin kantaa sisältöjen paremmuuteen (hiihtojen kohdalla vastaava lukema oli 77). Jälleen on siis todettava, että määrällisiä yleistyksiä vastauksista ei voida tehdä, mutta suuntaa-antavina mielipidemaisina vastaukset puoltavat paikkaansa.

JYP-aiheisten verkkojuttujen luettuudessa ei ollut suuria eroja (taulukko 5) ja peräti 8 juttua oli saavuttanut vähintään 10 prosentin lukijakunnan. Tästä on pääteltävissä, että se joukko, joka jääkiekkoaiheista verkkosisältöä ylipäätään kuluttaa, katsoo mieluummin lähestulkoon kaiken tarjolla olevan sisällön. Loput, peräti 74 prosenttia vastaajista, ei sen sijaan katsonut lainkaan jääkiekkoaiheisia verkkosisältöjä. Erityisen yllättävää – ja kenties hieman huolestuttavaakin toimituksen näkökulmasta – on, että verkkovideon kertoi katsoneensa vain 2 prosenttia vastaajista. Samoin Tuomas Heikkilän (Keskisuomalaisen jääkiekkoavustaja) blogiin oli kurkistanut vain 5 prosenttia vastaajista.

TAULUKKO 5. VERKKOLEHDEN SUOSITUIMMAT SISÄLLÖT

	%*	KPL**	JULKAISUPV
Juttu: Halssilan pyssymies riehui Porin illassa	13	8	24.3.2012
Juttu: JYP-ratkaisija: "Konnasta sankariksi on lyhyt matka"	12	2	24.3.2012
Juttu: Niin paljon ketutti, etten jutellut kenellekään	12	9	23.3.2012
Juttu: Pudotuspelit alkoivat – halli ei täyttynyt – miksi?	12	8	23.3.2012
Juttu: Nöyrä JYP haki voiton Porista	11	5	24.3.2012
Juttu: Vähän maaleja ja harvinaista suitsutusta	10	0	24.3.2012
Juttu: Tappeluita vai taitokiekkoa	10	2	24.3.2012
Juttu: Jonne Virtanen: "Nyt voi taas sikailla rauhassa"	10	3	23.3.2012

*NÄIN MONTA PROSENTTIA VASTANNEISTA (N=527) VASTASI KATSONEENSA SISÄLLÖN.

**NÄIN MONESSA VASTAUKSESSA (N=119) KYSEINEN JUTTU MAINITTIIN PARHAAKSI SISÄLLÖKSI.

Kun verkkosisältöjä tarkastellaan suosituimmuusjärjestyksessä, erottuu joukosta selvä kolmen kärki. 8 tai 9 paras juttu -mainintaa olivat saaneet Sami Vatasesta kertonut *Halssilan pyssymies riehui Porin illassa*, Harri Pesosen haastattelu otsikolla *Niin paljon ketutti, etten jutellut kenellekään* ja katsojalukuihin paneutunut *Pudotuspelit alkoivat – halli ei täyttynyt – miksi?* Pyssymies-juttua kehuttiin erityisesti iskevästä otsikoinnista. Myös näin vastaajat perustelivat sen valintaa parhaaksi jutuksi:

Nainen, 54 vuotta: ”*Kaikki, mitä Vatasesta kirjoitetaan, on parasta, koska mieskin on paras.*”

Nainen, 38 vuotta: ”*Jutut, joissa on Vatanen, kiinnostaa aina.*”

Mies, 44 vuotta: (*Paras juttu oli...*) ”*Halssilan pyssymies. Itsekin vuosia Halssilassa asuneena tuntui mukavalta. Ei niitä Halssilan miehiä hirveästi urheilusivuilla ole loistanut.*”

Pudotuspelien avauskierroksen katsojalukuja vertaillut juttu miellytti yleisöä sen vuoksi, että aihe oli keskusteluttanut lukijoita muutenkin. Juttua kehuttiin kiinnostavaksi ja vastausta perusteltiin näin:

Mies, 52 vuotta: *(Paras juttu oli...)* ”Pudotuspelit alkoivat, halli ei täyttynyt... Joo, sitä saa, mitä tilaa.”

Mies, 43 vuotta: *(Paras juttu oli...)* ”Pudotuspelit alkoivat, miksi halli ei täyttynyt. Tätä pohdimme paluumatkalla autossa. Olivatko muka lipun hinnat kovat?”

Mies, 69 vuotta: ”Hyvä kysymys. Olisiko syynä lippujen hinnat tai saatavuus?”

Harri Pesosen haastattelua kehuittiin kivasti, hyvin ja elävästi kirjoitetuksi sekä tunteisiin meneväksi. Yhdessä vastauksessa mainittiin lisäksi, että kaikki Harri Pesosta koskeva kiinnostaa, koska kyseessä on tuttu keskisuomalainen mies. Lisäksi vastaajat perustelivat näin:

Nainen, 41 vuotta: *(Paras juttu oli...)* ”Niin paljon ketutti. Huvittaa aina tuo tunnekuuhu, mikä urheilijalle voi tulla.”

Nainen, 61 vuotta: ”Tässä on tuotu yksittäisen pelaajan tuntemus aidolla tavalla jutuksi.”

Nainen, 28 vuotta: ”Otsikko veti puoleensa!”

Ylivoimaisen kolmen kärjen takana neljänneksi suosituin juttu (5 mainintaa) oli *Nöyrä JYP haki voiton Porista*. Juttua kehuittiin pääasiassa siitä, että se esitteli perusjyppiläistä asennetta ja peliajatusta. Lisäksi juttu oli yhden vastaajan mielestä ”ytimestä ja sopivan mittainen”. Se, että juuri tämä juttu päätyi kehuimpien joukkoon, on sikäli kiintoisaa, että kyseessä oli STT:n tiivis peliraportti, johon sisältyi päävalmentaja Jyrki Ahon lyhyt kommentti. Juttu oli siis juuri sitä peruskauraa, jota lukijan voisi olettaa löytävän muistakin viestimistä – ei siis sitä paikallista, omaa, lisäarvoa tarjoavaa tuotantoa, jota yleisökin vastauksissaan pääosin preferoi.

Yksittäisiä kehuja sai myös Jonne Virtasesta kertonut juttu. Lisäksi yksi vastaaja kehuu ylipäättään Tuomas Heikkilän jääkiekkokirjoituksia ”sikähyviksi” ja toinen vastaaja kehuu, että ”videot ovat aina hyviä”. Kaksi vastaajaa antoi kunniaa verkkopalvelun ennakkojutuille ja perusteli näin:

Mies, 19 vuotta: *”Otteluennakot ovat olleet hyviä ja mielenkiintoisia, joten olen lukenut ne aina ennen peliä. Ennakot eivät tule lehteen, mutta lähes kaikki muu sisältö tulee ainakin jossain muodossa.”*

Mies, 26 vuotta: *”Otteluennakot sopivat hyvin nettiin ja usein niitä tulee luettua jostain pelipäivänä.”*

6.5 Kriittistä palautetta saaneet jutut ja sisällöt

Kysyin vastaajilta, mikä oli jääkiekkoaiheisista paperilehden jutuista heidän mielestään huonoin. Jotain sanallista kysymykseen vastasi 164 henkilöä, mutta heistä peräti 139 vastasi ”en osaa sanoa” tai ”en lukenut juttuja”. Vaikuttaa siis siltä, että sisällökkään kriittisen palautteen antaminen on yleisölle vielä vaikeampaa kuin perustellun positiivisen kehuun muodostaminen.

Yksittäisten juttujen saamat moitteet jäivät niin hajanaisiksi huomautuksiksi, että sen suurempia linjanvetoja huonoimmiksi koetuista jutuista on mahdotonta vetää. Niissä harvoissa vastauksissa, joissa kriittistä palautetta pyrittiin perustelemaan, annettiin moitteita mitäänsanomattomuudesta, ennalta-arvattavuudesta, huonosta kirjoitustyylistä, hajanaisuudesta ja tavanomaisuudesta. Kiintoisaa on myös se, että Ilkka Kulmala, joka keräsi vuolaita kehuja parasta juttua tiedusteltaessa, omaa myös vankan vastustajakuntansa. Muun muassa näin vastaajat kirjoittivat:

Mies, 47 vuotta: *(Huonoin juttu oli...) ”Hyvää yötä herra Patasydän. En oikein pidä ko. toimittajan tyylistä, menee jatkuvasti vähän yli.”*

Mies, 39 vuotta: *”Suunnilleen kaikki Ilkka Kulmalan jutut ovat huonoja. Miksi hänen pitää väkisin tunkea jokaiseen juttuun kaiken maailman shaissea?! Urheilu on urheilua, turha siitä mitään taidetta on yrittää tehdä.”*

Myös verkkosisältöihin liittyvä kritiikki oli kovin sirpaleista. Sain kysymykseen kehoimmasta verkkosisällöstä 103 vastausta, joista vain viidenneksestä oli ammennettavissa jotain sisällökästä. Vaikka hedelmällisiä vastauksia oli niukalti, oli

vastauksista löydettävissä kaksi yhteneväistä linjaa. *Halssilan pyssymies riehui Porin illassa* ärsytti neljää vastaajaa, koska otsikko oli ”mauton”. Myös näin moitittiin:

Mies, 65 vuotta: ”*Jos ei aivan moraaliton, niin ainakin arveluttava otsikko!*”

Nainen, 61 vuotta: ”*Henkilökohtaisesti haluaisin, että urheilujutuissa ei olisi mainintaa pyssymiehistä tai oikeusmurhista. Urheilusta pitää kirjoittaa urheiluun liittyvillä sanakuvilla. Ei pyssyistä ja murhista.*”

Toinen useampaakin vastaajaa ärsyttänyt seikka oli väkivalta-aiheinen jääkiekkouutisointi ja epäurheilijamaisuuksien korostaminen. Myös tuomarilinjan kyseenalaistaminen oli parin vastaajan mielestä turhaa. Lisäksi kaksi vastaajaa ei pitänyt Tuomas Heikkilän (Keskisuomalaisen jääkiekkoavustaja) kirjoittamista jutuista.

Yleisemmällä tasolla toivottiin blogeihin ja videoihin parempaa linkitystä (yksi vastaus) ja valitettiin, ettei Jonne Virtasen videohaastattelu latautunut koneelle (yksi vastaus). Lisäksi yksi vastaaja oli sitä mieltä, että kiekkotoimittajat eivät saisi olla ”liikaa omien puolella”.

6.6 Kuinka pitkän askeleen aamu oli jäljessä?

Sähköisen ja printtimedian päällekkäisyyden selvittämiseksi panelisteilta kysyttiin, oliko paperilehdessä sellaista asiasisältöä, jonka vastaaja oli saanut jo edellisenä iltana sähköisistä medioista. Kaikista kysymykseen jotakin sanallista vastanneista (n=122) reilu neljännes (28 %) vastasi selkeästi ”ei”, selvästi suurempi osuus (36 %) vastasi ”kyllä” tai ”osittain kyllä” ja loput 36 % ei ottanut kantaa. Hiihtoihin verrattuna päällekkäisyyttä koettiin olevan selvästi enemmän: hiihtojen aikaan ”kyllä” vastasi vain 27 prosenttia. Jääkiekkokyselyssä useimmin päällekkäisyyttä koettiin olevan tulosuutisoinnin osalta. Panelistit kertoivat sähköisen ja printtimedian päällekkäisyyksistä muun muassa näin:

Mies, 60 vuotta: ”*Aktiivisena teksti-tv:n seuraajana useimpien palloilusarjojen tulokset saan online, siis jääkiekko, lentopallo, jalkapallo jne.*”

Nainen, 38 vuotta: ”Ottelujen tulokset olivat tiedossa, mutta tarkemman pelikulun ja kommentit tulee luettua lehdestä.”

Mies, 41 vuotta: (Päällekkäistä sisältöä olivat...) ”ainakin tulokset ja pöytäkirjamerkinnyt”.

Nainen, 47 vuotta: ”Kaikki itseäni kiinnostavat urheilutulokset näen muista medioista.”

Nainen, 41 vuotta: ”Kyllä kiinnostavat urheilujutut tulee katsottua netistä tai tv:stä suorana.”

Mies, 51 vuotta: ”Kaikki sanomalehden jututhan ovat vanhaa.”

Mies, 26 vuotta: ”Otteluraportin tiedot saa yleensä edellisenä iltana SM-liigan otteluseurannasta tai teksti-tv:ltä.”

Mies, 59 vuotta: ”Aika monissa jutuissa on osittain samaa tietoa.”

Mies, 46 vuotta: ”Monetkin (jutut sisälsivät päällekkäistä tietoa), koska seuraan teksti-tv:tä ja iltapäivälehtien nettiversioita.”

Nainen, 69 vuotta: ”JYPin ottelutuloksia kuulin Radio Suomen Urheiluradiosta.”

Tämän jälkeen kysyttiin, tarjosivatko sanomalehden jutut kuitenkin jotain uutta, lukemisen arvoista sisältöä ja jos kyllä, millaista. Sain kysymykseen 56 vastausta, joista 9 prosenttia (5 panelistia) oli sitä mieltä, että sanomalehti ei tarjonnut lisäarvoa sähköisten medioiden jälkeen. Huomattavaa on, että hiihtojen kohdalla sama lukema oli peräti 20 % (= 13 panelistia). Jääkiekkokyselyssä 62 prosenttia koki saavansa lisäarvoa printtilehdestä ja vajaa kolmannes (29 %) jotain sanallista vastanneista ei osannut tai halunnut vastata varsinaiseen kysymykseen. Sanomalehden koettiin syventävän, taustoittavan, monipuolistavan, täsmentävän sekä tarjoavan enemmän valmentajien ja pelaajien kommentteja. Yksi vastaaja kertoi myös, että koska paperilta on helpompi lukea, kokonaisuus hahmottuu paremmin. Myös omien pelaajien valokuvista koettiin saatavan lisäarvoa (yksi maininta). Panelistit kertoivat lisäksi näin:

Mies, 50 vuotta: ”Verkkosisältö silmäillään nopeasti ja paperiversio luetaan tarkemmin, jos kiinnostaa ja on aikaa – eli lehden jutut tarjoavat uutta.”

Mies, 60 vuotta: ”Jutut luen nimenomaan siksi, että ne kertovat tarinan tuloksen ympärille ja niiden tulee olla vähän kotiinpäin kallellaan!”

Nainen, 34 vuotta: ”Kyllä (tarjosivat uutta, lukemisen arvoista sisältöä), koska jutuissa on yleensä myös valmentajien ja pelaajien kommentteja, selityksiä pelitapahtumille (loukkaantumiset yms.), otteluvalvojien kommentteja tuomareiden tekemisiin tms.”

Mies, 39 vuotta: ”No joo, luen otteluraportit joka tapauksessa, vaikka ne eivät tarjoaisikaan mitään uutta. Tosin sanomalehtien otteluraportteja ei usein tunnista otteluraportteiksi – ymmärrän tämän toisaalta sähköisen median nopeuden vuoksi, mutta olisi ihan mukavaa, kun näissä raporteissa vähän edes avattaisiin otteluita. Kaikilla ei nimittäin ole edelleenkään nettiä käytettävissään.”

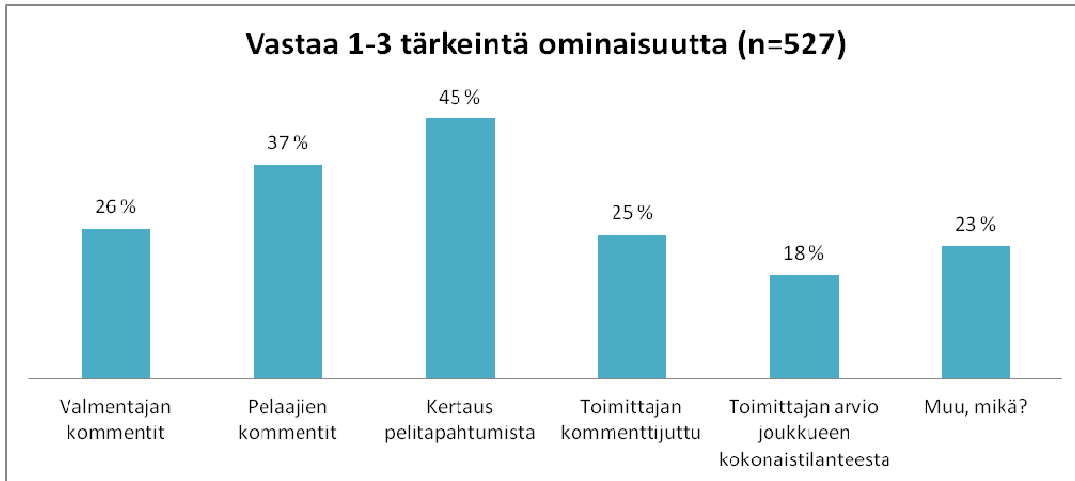
Mies, 26 vuotta: ”Otteluraportit ovat olennaisia, kunhan toimittaja pystyy antamaan oman näkemyksen pelistä tai yleensäkin jotain muuta kuin maalien syntyajat yms. faktat.”

Nainen, 29 vuotta: ”Jutussa saattaa olla uusia näkökulmia tai tietoja, joita muusta mediasta saamassani tiedossa ei ollut. Ja onhan se aina mielenkiintoista kuulla paikallisen lehden näkökulman otteluihin.”

6.7 Millainen on hyvä otteluraportti?

Koska otteluraportoinnin tapa on yksi keskeisiä eroja vanhan polven ja modernin urheilujournalismin välillä (ks. alaluku 3.4), panelisteilta kysyttiin, mitä he pitävät otteluraportin tärkeimpinä ominaisuuksina. Modernin otteluraportin tunnusmerkkeihin kuuluu yksittäisen ottelun sijoittaminen laajempaan kontekstiin. Steenin (2008, 83–84) mielestä otteluraportissa onnistuminen riippuu usein ennakkotyöstä. Kontekstointia voi hänen ehdotuksensa mukaan tehdä esimerkiksi historiallisesta näkökulmasta (joukkueiden aiemmat kohtaamiset), päähenkilöiden kautta (loukkaantumiset yms.) tai tilastoiden valossa. Kiintoisaa on, että vaikka alan tutkijat ja ammattikunta ovat sangen yksimielisiä siitä, että selostavan otteen tulisi vähentyä, yleisö pitää pelitapahtumien kertausta edelleen otteluraportin tärkeimpänä

ominaisuutena (kuvio 5). TOP 3 -ominaisuuksiin sen sijoitti liki puolet (45 prosenttia) vastaajista.



KUVIO 5. Otteluraportin tärkeimmät ominaisuudet

Toiseksi tärkeimpänä ominaisuutena pidetään pelaajien kommentteja, jotka sijoitti TOP 3:een 37 prosenttia panelisteista. Valmentajan kommentteja arvostetaan yli 10 prosenttiyksikköä vähemmän (26 % vastaajista), mikä on sikäli tärkeä huomio, että edelleen monet peliselostukset ovat hyvin valmentajakommenttilähtöisiä. Tästä on vedettävissä se johtopäätös, että otteluraporteissa olisi syytä painottaa yhä enemmän pelaajien kommentteja ja jättää valmentajan jorinat vähemmälle huomiolle. Lisäksi journalistisista ihanteista huolimatta tämän kyselyn perusteella selostavaa tyyliä olisi syytä jopa jossain määrin lisätä.

Toimittajan kommenttijuuttu TOP3-ominaisuuksiin listasi neljännes vastaajista ja toimittajan arviota joukkueen kokonaistilanteesta kaipaava 18 prosenttia panelisteista. Nämä ovat sikäli yllättävän matalia lukuja, että toimituksen sisällä juuri näkemyksellisyyttä ja analyttisyyttä pidetään otteluraportoinnin tärkeimpinä ominaisuuksina, mikä tuli ilmi toimittajien teemahaastatteluissa. Tommi Roimela (haastattelu, 2011) kuvaili modernia, hyvää otteluraporttia näin:

”Siinä pyritään löytämään yksittäisestäkin pelistä yksittäinen näkökulma, jolla siihen otteluun syöksytään, ettei lähdetä sen tuloksen kautta. Joskus toki se tuloskin voi olla se näkökulma, mutta tämmöisestä hyvin perinteisestä minuutti–minuutilta-uutisoinnista pitää päästä pois. Vaikka pyrkimys on mennä uudempaan ja modernimpaan suuntaan, turhan usein sitten kuitenkin ne perusrutiinit tulee vastaan. En ole ihan tyytyväinen lehden panokseen, kun sitten kuitenkin ollaan turhankin usein aika perinteisiä.”

Tästä vastauksesta on löydettävissä potentiaalinen selitys yllättäville kyselytuloksille. Koska ihanteista huolimatta käytännön työtavat ovat usein perinteisiä, yleisö on tottunut perinteisiin otteluraportteihin ja kaipaa erityisesti pelitapahtumien kertausta sekä pelaajien ja valmentajien kommentteja. Koska tarjonta ohjaa kysyntää myös joukkoviestinnän kulutuksessa (mm. Kunelius 2004, 103), yleisön ei voi olettaa kaipaavan näkemyksellisiä otteluraportteja ennen kuin niitä todella tarjotaan heille riittävän sinnikkäästi ja säännöllisesti.

Vajaa neljännes (23 %) vastaajista listasi otteluraportin ominaisuuksien TOP3:een annettujen vaihtoehtojen lisäksi kohdan ”muu”. Avoimia vastauksia kertyi yhteensä 97, mutta niissä vain 18:ssa vastattiin varsinaiseen kysymykseen. Yhdeksän panelistia piti otteluraportin tärkeimpänä ominaisuutena ottelun tulosta, jaettuja sarjapisteitä tai tilastoja. Yksi nimesi tärkeimmäksi tiedoksi yleisömäärän. Lisäksi vastattiin näin:

Nainen, 34 vuotta: ”Pitäisi pystyä tasapainottelemaan sen suhteen, että on tarjota jotakin niille, jotka ovat olleet itse katsomassa peliä (enemmän kommentteja ja taustoja) ja niille, jotka eivät ole olleet (myös ottelun tapahtumat pääpiirteissään).”

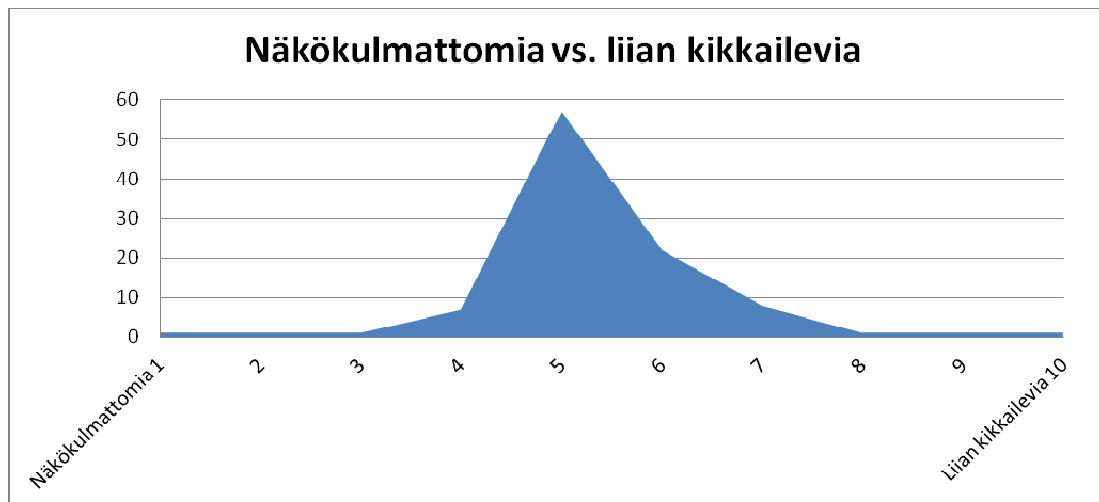
Nainen, 23 vuotta: (Kaipaisin...) ”Jotain uutta. Mitkä filikset -vastaus on kaikilta enemmän tai vähemmän sama.”

Muutama – urheilua todennäköisesti seuraamaton – panelisti lähti vastauksissa lisäksi hassuttelulinjalle ja toivoi, että otteluraportit olisivat mahdollisimman lyhyitä, veisivät mahdollisimman vähän tilaa lehdestä ja olisivat mahdollisimman helposti ohitettavissa.

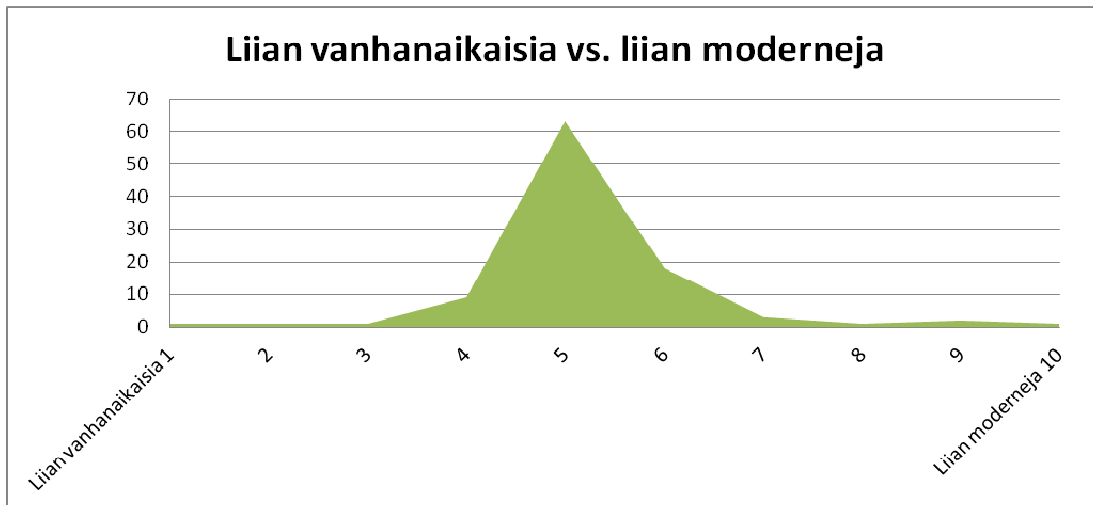
Panelisteilta kysyttiin myös, mitä mieltä he kokonaisuudessaan ovat Keski-suomalaisen otteluraportteista (kuviot 6a ja 6b). Ensimmäisen janan ääripäissä olivat määreet

”näkökulmaton” ja ”liian kikkaileva”, ja toisen ”liian vanhanaikainen” ja ”liian moderni”. Näkökulmattomaksi (arvosanat 1–3) otteluraportit tuomitsi 3 prosenttia vastanneista ja liian kikkailevina (arvosanat 7–10) niitä piti 11 prosenttia. Sille välille (arvosanat 4–6) kursorin liu’utti peräti 86 prosenttia vastaajista. Liian vanhanaikaisiksi (arvosanat 1–3) otteluraportit arvioi 3 prosenttia vastanneista ja liian moderneiksi (arvosanat 7–10) 7 prosenttia vastanneista. Jälleen huima enemmistö, peräti 90 prosenttia, jätti kursorin janan keskivaiheille arvosanojen 4–6 kohdalle.

Vaikka ylivoimainen enemmistö (86 % ja 90 %) liu’utti kursorin janojen keskivaiheille, ääripäiden välillä oli selkeä ero. Otteluraportit arvioitiin liian kikkaileviksi (11 %) tai liian moderneiksi (7 %) selvästi useammin kuin näkökulmattomiksi (3 %) tai liian vanhanaikaisiksi (3 %). Kun edellä tuli todettua vielä se, että pelitapahtumien kertausta kaivataan nykyistä enemmän, on perusteltua esittää, että otteluraporttien modernisaatiossa olisi syytä hiljentää tahtia.



KUVIO 6a. Mielipiteitä Keski-suomalaisen otteluraporteista



KUVIO 6b. Mielenpitoja Keski-suomalaisen otteluraportista

Se, että kuviot ovat lähes identtiset, voi kertoa yhtäältä siitä, että Keski-suomalaisen otteluraporttien modernisointi on onnistunut. Niissä on näkökulmaa, muttei ole sorruttu liikaan kikkailuun, ja moderniusastekin on sopiva. Skeptinen tutkijanmieleni ei kuitenkaan malta olla pyörittelemättä sellaista vaihtoehtoa, että kuviot ovat liiankin identtiset. Kysymys on voinut olla liian abstrakti ja rivilukijalle vaikea hahmottaa. Erityisen vaikea kysymys lienee niille, jotka eivät urheilusivuja yleensäkin lue, sillä sisältöjä harvakseltaan lukevien on vaikeaa käydä sisältökeskustelua tai yksilöidä toiveitaan (Hujanen 2007, 192–193). Tämän skeptisemmän arvion puolesta puhuu myös se, ettei ikäryhmien välillä ollut vastauksissa kuin minimaalisia eroja.

6.8 Seurataanko maakuntalehdestä muidenkin liigaseurojen pelejä?

Ikuisuus kysymyksiin kuuluu se, riittääkö, että maakuntalehti seuraa vain JYPin edesottamuksia, vai pitäisikö Keski-suomalaisen tarjota kattava kuva koko SM-liigan tilanteesta. Tätä tiedusteltiin avoimella kysymyksellä (ks. liite 3, kysymys 17): ”Luitko sanomalehdestä ja/tai verkkopalvelusta muiden SM-liigajoukkueiden kuin JYPin pudotuspelikuulumisia? Mitkä jutut jäivät mieleesi?”

Jotakin sanallista vastanneista (n=213) selvä enemmistö (69 %) vastasi, ettei lue koskaan muiden kuin JYPin kuulumisia. Läpinäkyvyyden nimissä on kuitenkin korostettava, että heidän joukossaan on myös niitä, jotka eivät lue koskaan mitään jääkiekkoihaisia juttuja Keskisuomalaisesta – ei sen enempää JYPistä kuin muistakaan liigaseuroista kertovia, mikä hieman vääristää kokonaiskuvaa. Kolmannes (31 %) jotakin sanallista vastanneista vastasi lukevansa muiden liigaseurojen kuulumisia säännöllisesti tai silloin tällöin. Ylivoimaisesti eniten oltiin kiinnostuneita Helsingin paikallisparista HIFK–Jokerit (20 mainintaa), ja toiseksi eniten Keskisuomalaisen lukijoita kiinnosti Kuopion KalPa (7 mainintaa). Muut seurat keräsivät yksittäisiä mainintoja. Moni mainitsi lukevansa muiden seurojen jutut vain silmäillen, kevyesti tai otsikkotasolla, tai tarkistavansa vain tulokset seuraavan päivän lehdessä.

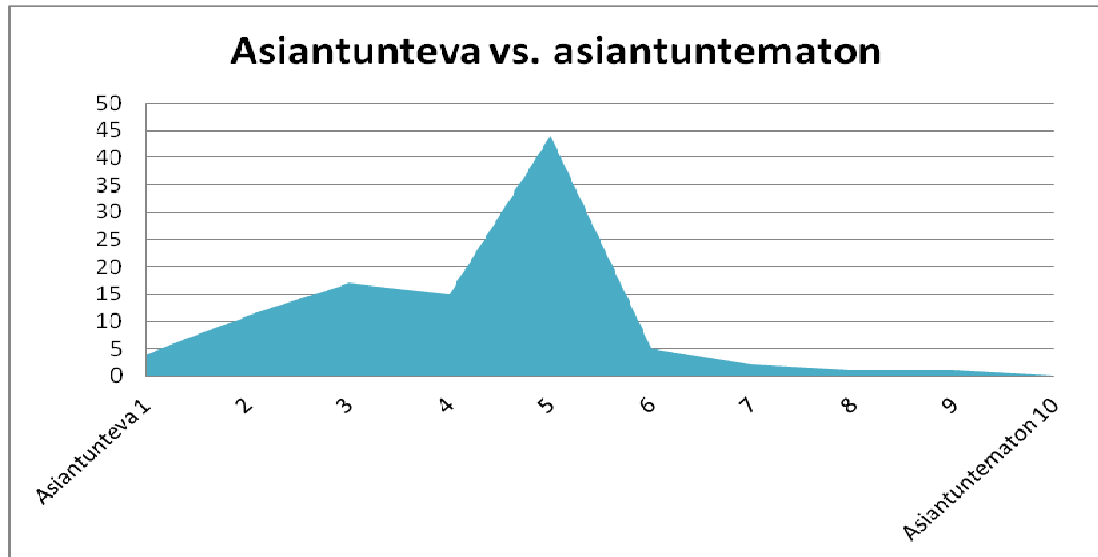
Yhteenvedon voidaan todeta, että muiden SM-liigaseurojen ottelujuttujen julkaisemista on syytä harkita jatkossa tarkkaan, koska niiden lukijakunta ei ole kovin suuri (koko vastanneesta panelistijoukosta n=527 vain 12 %). Erityistapauksissa – kuten jos pudotuspeleissä on niinkin herkullinen pari kuin HIFK–Jokerit – muidenkin otteluiden kertaaminen on perusteltua, mutta enimmiltä osin lyhyt tuloskooste riittäisi pitämään lukijat tyytyväisinä.

6.9 Kokonaisvaltaista palautetta urheilutoimitukselle

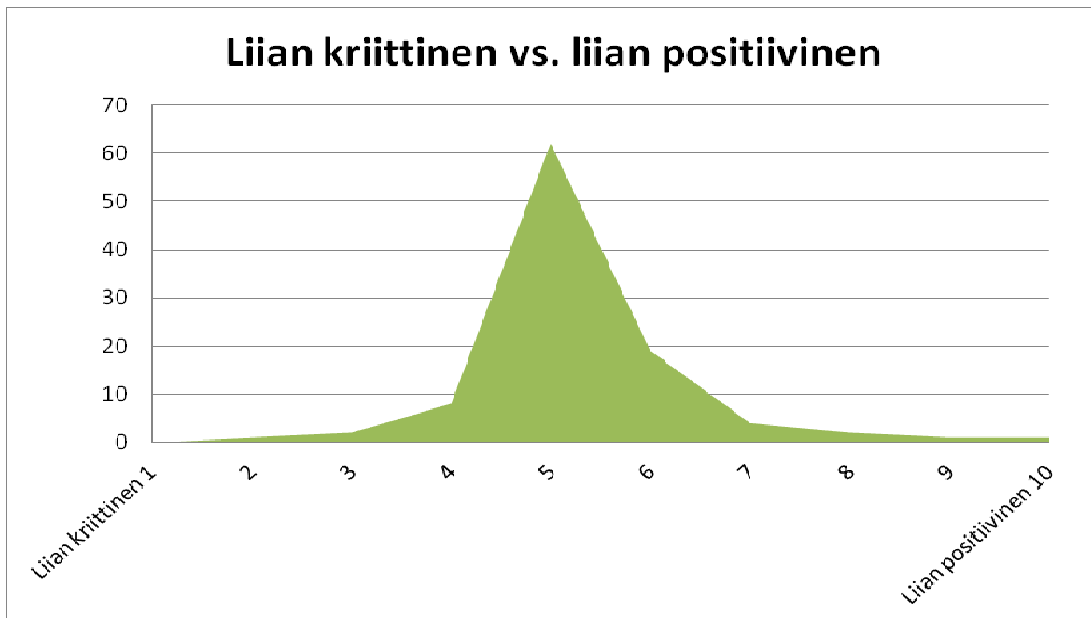
Lopuksi kysyin, mitä mieltä lukijat ovat Keskisuomalaisen urheilutoimittajien tavasta kirjoittaa. Yleisesti ottaen yleisö pitää urheilutoimittajien kirjoitustyyliä asiantuntevana (kuviot 7a ja 7b). Jälleen iso osa vastaajista (64 %) liu’utti cursorin janan keskivaiheille, mutta silti reilu kolmannes (32 %) oli sitä mieltä, että kirjoitustapa on asiantunteva (arvosanat 1–3). Vain 4 prosenttia vastanneista piti toimittajia asiantuntemattomina (arvosanat 7–10).

Näkökulmia pidetään enemmän liian positiivisina (8 prosenttia vastanneista antoi arvosanan 7–10) kuin liian kriittisinä (3 prosenttia antoi arvosanan 1–3) – ero on kuitenkin tilastollisesti tarkasteltuna melko pieni. Jälleen suuri enemmistö, peräti 89

prosenttia jätti kursorin janan keskivaiheille¹⁹, joten yleisö on joko erittäin tyytyväinen nykyiseen linjaan tai ei osaa ilmaista täsmällisesti sisältötoiveitaan.



KUVIO 7a. Mielipiteitä Keski-suomalaisen tavasta kirjoittaa



KUVIO 7b. Mielipiteitä Keski-suomalaisen tavasta kirjoittaa

¹⁹ Tähän ilmiöön liittyviä spekulatioita ja ongelmia olen esittänyt alaluvuissa 5.9 ja 6.7.

Viimeiseksi pyydettiin vielä kokonaisvaltaista palautetta Keski-suomalaisen urheilutoimitukselle JYPin pudotuspelien siihenastisesta hoitamisesta. Jotakin sanallista kysymykseen vastanneista (n=153) puolet (51 %) oli ”jatkakaa samaan malliin” -linjoilla. Tarjontaa kehuttiin hyvin toimitetuksi, monipuoliseksi, riittäväksi ja kiinnostavaksi. Lisäksi vastaajat antoivat muun muassa tällaista palautetta:

Nainen, 67 vuotta: *”KSML:n urheilutoimitus saa täydet 10 pistettä!!!”*

Mies, 19 vuotta: *”Uutisointi on ollut riittävän laajaa, tuoretta ja asiantuntevaa. Jatkakaa samaan malliin!”*

Nainen, 56 vuotta: *”Loistavaa, Suomen parasta pudotuspeliuutisointia. Jatkakaa samaan malliin.”*

Mies, 60 vuotta: *”Hyvin menee – jatkakaa reippaasti puna-musta-valkoisin lasein.”*

Nainen, 69 vuotta: *”JYP on tärkeä paikallisesti ja kannatan, että lehti on aktiivinen (kuten olikin nyt erityisesti) ja faneille se on tärkeää, hyvä näin.”*

Nainen, 54 vuotta: *”Keski-suomalaisen urheilutoimitus on valtakunnan eliittiä – kiitos Ilkka Kulmalan ja vähän jo Heikki Kärjenkin. Ihan parasta ja luen aina kaikki jutut.”*

Nainen, 34 vuotta: *”Mielestäni on onnistuttu hyvin, eli uutisointi on ollut asiallista ja informatiivista. Liikaa hehkutusta ei ole ainakaan tähän mennessä ollut, mikä on ihan hyvä, sillä varmasti monia myös ärsyttää, jos jääkiekko vie liikaa tilaa uutisoinnissa.”*

Nainen, 37 vuotta: *”Hyvää uutisointia: positiivista, mutta sopivasti kriittistä.”*

Nainen, 65 vuotta: *”Paikallislehden paras puoli on paikallisuus. Puolueellisuus, omien puolta pitäminen on sallittua jopa suotavaa!”*

Mies, 43 vuotta: *”Hyviä ovat (jutut) olleet, lyhyitä, napakoita ja uusista kulmista asiaa. Ei liian rypyytsaisia juttuja...”*

Nainen, 61 vuotta. *”Useimmissa jutuissa näkee, että toimittajat on seuranneet jypiläisiä pidempään ja pystyvät tekemään syväanalyyskejä. Mutta on joitain pieniä juttuja, joissa asiat ovat hajallaan.”*

Jotakin sanallista vastanneista viidennes (20 %) ei osannut vastata kysymykseen ja vajaa kolmannes (29 %) esitti kehitysehdotuksia, joista ylivoimaisesti yleisin oli pyyntö vähentää jääkiekkouutisointia. Joissain vastauksissa ehdotettiin urheilusivujen muuttamista maksulliseksi lisäliitteeksi tai oltiin valmiita lakkauttamaan urheil uutisointi kokonaan. Jääkiekkojuttujen sisältöön paneutuneissa vastauksissa tehtiin muun muassa tällaisia kehitysehdotuksia:

Mies, 26 vuotta: *”Ehkä vielä enemmän voisi tilaisuuden tullen käsitellä hieman syvällisemmin peliä, kuten roolitus, taktikat yms. Jääkiekko on kuitenkin niin suosittua Suomessa, että peruskatsojakin ymmärtää siitä tarpeeksi, jotta voi keskittyä niin sanotusti syvällisempiin asioihin. Jos toimittajilla riittää näkemystä ja asiantuntemusta, niin tällaisia asioita voisi hyvin käsitellä.”*

Mies, 47 vuotta: *”Voisi esitellä pelaajia ja heidän ajatuksiaan välipäivinä, kun muut vielä pelailevat välieräpaikoista. Näin pysyisi pudotuspelifilillä.”*

Nainen, 33 vuotta: *”Katsojan näkökulma paremmin esiin.”*

Mies, 43 vuotta: *”Mielenpitoita esiin tuomaritoiminnasta ja vastustajan räpäleistä.”*

Nainen, 47 vuotta: *”Pieni kotiinpäin veto on aina paikallaan, mutta omien mielistely ei kiinnosta. Enemmän analyysia!”*

Mies, 69 vuotta: *”Hieman voisi sitä kotijoukkueen paatosta vähentää.”*

Mies, 50 vuotta: *”Ihan hyvää kirjoittelua, mutta jotenkin pitäisi päästä tyypillisestä urheilutoimittajuudesta eroon.”*

Kiintoisaa on, että moitteet ovat osin ristiriidassa kehujen kanssa. Yhtäältä voimakasta paikallisuutta ja ”puna-musta-valkoisin lasein katsomista” pidetään Keski-suomalaisen valttikorttina, toisaalta osa lukijoista kaipaisi tasapuolisempaa lähestymistapaa. Samoin osa toivoo vanhakantaisempaa pelitapahtumien kertausta, osa kaipaa lisää syväanalyysiä laajemmassa mittakaavassa.

7 URHEILUJOURNALISMI KÄYTÄNNÖSSÄ: MM-RALLI

7.1 Kolmannen casen uutisluonne

Kolmas tutkimuscase, MM-ralli, ajettiin elokuun ensimmäisenä viikonloppuna 2012. MM-ralli oli luonteva valinta tutkimuscasejen joukkoon, sillä ralleissa käy vuosittain noin 80 000 katsojaa²⁰, eli kyseessä on Jyväskylän suurin vuosittainen urheilutapahtuma. Myös urheilullinen merkitys on kiistaton – onhan Jyväskylän ralli MM-sarjan osakilpailu. Yleiseltä kiinnostavuudeltaankin ralliautoilu sopii tutkimuscaseksi, sillä keski-suomalaiset miehet rankkaavat ralliautoilun kolmanneksi kiinnostavimmaksi urheilulajiksi, naisilla sijoitus on viides.²¹

Journalistisesta näkökulmasta MM-ralli on oiva tutkimuscase sen ainutlaatuisen uutisluonteen vuoksi. MM-ralli on ainoa vuotuinen urheilutapahtuma, josta on aiempina vuosina julkaistu oma erillinen ennakkoliitteensä päälehden välissä. Kesä 2012 oli pariinkymmeneen vuoteen ensimmäinen, kun erillistä liitettä ei julkaistu, joten jo tämän yksittäisen, suuren uudistuksen vastaanoton selvittäminen oli mielekästä.

Casejen heterogeenisyyden kannalta MM-ralli oli perusteltu valinta siksi, että se on uutistuotannon intensiivisyydessään omaa luokkaansa. Harvassa muussa tapahtumassa toimittajat ja valokuvaajat painavat 15-tuntista työpäivää. Silti kisapäivinä lehdissä näkyi enää jäävuoren huippu – suurin journalistinen ponnistus tehtiin ennakkopakettiin.

²⁰ Lukema käy ilmi Keski-suomalaisessa 25.2.2011 julkaistusta jutusta *Päivä Lahdessa tehnee loven ravintoloiden tuottoihin*, jonka kirjoittivat Outi Laatikainen ja Eeva Salminen. Jutussa kerrotaan, että Tietoykkösen haastattelututkimuksen mukaan vuoden 2008 MM-ralleissa kävi 80 000 katsojaa, joista 65 000 kävi erikoiskokeilla.

²¹ Tietoykkösen tekemää tutkimusta eri urheilulajien kiinnostavuudesta Keski-Suomessa esittelen tarkemmin luvussa 4.3 Katsaus keski-suomalaiseen urheiluelämään kaudella 2012.

Koska MM-ralli oli kolmesta casesta sekä sivu- että juttumäärältään suurin niin verkossa kuin paperilehdessäkin, jouduin rajaamaan aineistoa raa'alla kädellä jo kyselylomaketta tehdessä. Elokuun ensimmäisenä päivänä julkaistu ennakkopaketti oli seitsensivuinen, joten ei ollut työergonomisesti järkevää kysellä sivu sivulta ja juttu jutulta edelliscasejen tapaan juttujen luettua. Niputin koko ennakkopaketin yhteen kysymykseen, jolla selvitettiin, mistä ennakkojutusta yleisö piti eniten ja mistä vähiten. Varsinaisten tapahtumapäivien (2. elokuuta – 5. elokuuta) lehtiä tutkin edelliscasejen tapaan juttu jutulta ja sivu sivulta. Aineiston rajaamiseksi otin kyselyyn mukaan ainoastaan urheilusivuilla olleet rallijutut – en siis kotimaan sivujen rötös- tai muita tapahtumauutisia.

Myös ksml.fi-verkkopalvelua²² tehtiin rallien aikaan erityisen suurella volyymilla – sitä tuottamaan palkattiin erikseen freelance-toimittaja – joten senkin tutkiminen tiivistetympin oli järkevää ja välttämätöntä.

Keuruun SM-hiihtojen ja JYPin pudotuspelien tapaan myös MM-rallissa on kyse pitkähkön uutistapahtuman seurannasta ennakkojutuista jälkijuttuihin. Rallien journalistinen erityisluonne on siinä, että suurin osa toimitustyöstä tehdään jo ennen tapahtumaa: ralliliitteen ja nykyisten ennakkopakettien sivujen toimittaminen on suurin työ koko tapahtuman uutisoinnissa. Itse kilpailun uutisointi tapahtuu viikonlopun aikana omalla painollaan verrattain pienellä porukalla. Kisajuttujen niukkuuteen vaikutti myös se, että yhtä aikaa MM-rallin kanssa olivat käynnissä Lontoon olympialaiset, eli urheilusivuille oli vielä tavallistakin enemmän juttutunkua ja karsintaa jouduttiin tekemään erityisen ronskisti.

²² Selvytyksen vuoksi käytän myös tämän casen yhteydessä kokoavaa nimitystä ksml.fi-verkkopalvelu tai verkkopalvelu, vaikka ralliaiheiset jutut on verkkopalvelussa koottu Neste Oil Ralli 2012 -erikoissivustoksi. Kaupallista sponsoria korostavan sivuston nimen valintaa on lehtitalossa perusteltu sillä, että Google-haut tavoittaisivat ksml.fi-palvelun mahdollisimman hyvin.

Viimeiset ralliaiheiset jutut julkaistiin sunnuntaina 5. elokuuta, ja kysely lähetettiin RAM-panelisteille torstaina 9. elokuuta. Vastausaikaa panelisteilla oli edelliscasejen tapaan neljä vuorokautta.

7.2 Vastaajien taustatietoja

Kyselyyn vastasi määrääjassa 531 panelistia, joista 63 prosenttia (n=336) oli naisia ja 37 prosenttia (n=195) miehiä. Kaikissa kolmessa casessa selvä enemmistö (62–63 prosenttia vastaajista) oli naisia, mikä osaltaan selittää sitä, että etenkin avoimissa vastauksissa näkyi kaikkien tapausten kohdalla se, että iso osa vastanneista ei lue aktiivisesti urheilusivuja. Miehetän tunnetusti ovat naisia innokkaampia ja ahkerampia urheilun ja urheilujournalismin kuluttajia (ks. esim. luvut 6.2 ja 8.1.1).

Myös vastaajien ikäjakauma vastasi edellisiä caseja. Rallikyselyssä liki puolet (45 %) vastaajista oli 50–78-vuotiaita (edelliscaseissa 44 % ja 43 %), 38 prosenttia oli 30–49-vuotiaita (myös molemmissa edelliscaseissa saman verran) ja 17 prosenttia oli alle 30-vuotiaita (edelliscaseissa 18 % ja 19 %).

Ensimmäiseksi kysyttiin jälleen, kuinka usein vastaajat lukevat Keskisuomalaisen printtilehden urheilujuttuja. Lukemissa oltiin hyvin lähellä edelliscasejen vastauksia: vajaa puolet (48 %) joko silmäilee tai lukee juttuja joka päivä, 6 prosenttia lukee juttuja useita kertoja viikossa, kolmannes (31 %) harvemmin ja 15 prosenttia ei koskaan. Myös aiempi havaintoni siitä, että miehet lukevat urheilusivuja naisia ahkerammin, toistui. Aiempien tapausten tapaan myös tämä kysely osoitti, että vanhemmat ikäryhmät lukevat urheilusivuja nuorempiaan innokkaammin. Yli 50-vuotiaista reilu neljännes (27 %) lukee urheilusivuja päivittäin, kun alle 30-vuotiaista näin tekee vain 8 prosenttia. Vastaavasti yli 50-vuotiasta vain 9 prosenttia ei koskaan lue urheilusivuja, kun alle 30-vuotiailla sama lukema on 28 prosenttia.

Samaa tiedusteltiin ksml.fi-verkkopalvelusta. Kuten ei ollut SM-hiihdoista eikä jääkiekon pudotuspeleistäkään, myöskään MM-rallista ei ollut yhtään juttua maksullisen

Digipaketin puolella, joten jälleen niputin Digipaketin yhteen maksuttoman, kaikille avoimen verkkopalvelun kanssa. Jälleen lukijoiden vastaukset olivat linjassa aiempien tulosten kanssa: 12 prosenttia silmäilee tai lukee verkkopalvelun urheilujuttuja päivittäin, joka kymmenes (10 %) käyttää verkkopalvelua useita kertoja viikossa, reilu kolmannes (35 %) harvemmin ja liki puolet (43 %) ei koskaan. Koska kolme casea ajoittuivat ajallisesti ympäri vuotta ja kyselyt tehtiin hyvin erityyppisten urheilutapahtumien yhteydessä, tulokset ovat laajemmaltikin yleistettävissä. Vaikka kyse on tapaustutkimuksista, yleisemmälläkin tasolla voitaneen todeta, että liki puolet (42–43 %) Keski-suomalaisen lukijoista ei koskaan katso verkkopalvelun urheilusisältöjä. Joka päivä niitä katsoo tai silmäilee 11–12 prosenttia lukijoista. Ikäryhmien välillä ei ollut kovin suuria eroja minkään casen yhteydessä, mutta sukupuolien välillä kuilu oli sitäkin suurempi. Kasvattaakseen urheiluaiheisen verkkosisällön lukijakuntaa Keski-suomalaisen kannattaisi siis panostaa naisia kiinnostavaan urheilusisältöön, mitä pohdin tarkemmin tutkielman loppuluvussa.

Kyselyyn vastanneista 15 prosenttia oli ollut paikan päällä katsomassa MM-rallia. Lukema on sikäli poikkeuksellisen suuri, että JYPin pudotuspelejä seurasi paikan päällä 7 prosenttia vastaajista ja Keuruun SM-hiihtoja vain vaivaiset 2 prosenttia. Vajaa kymmenes (9 %) ei ollut MM-rallissa paikan päällä, mutta seurasi sitä kuitenkin ahkerasti mediasta. Suurin osa (41 %) ei ollut paikan päällä, mutta seurasi rallia jonkin verran mediasta. Yleiseltä kiinnostavuudeltaan Jyväskylän MM-ralli oli siis jääkiekon pudotuspelien kanssa samaa luokkaa: molemmissa kyselyissä 35 prosenttia vastaajista sanoi, ettei tapahtuma kiinnostanut heitä lainkaan. SM-hiihtojen kohdalla näin vastasi puolet panelisteista.

Suosituimpia medioita MM-rallin seuraamisessa olivat television urheilu-uutiset (36 %), radio (34 %), sanomalehti Keski-suomalainen (33 %), television erikoislähetys (20 %), teksti-tv (18 %) ja Keski-suomalaisen verkkopalvelu (15 %). Keski-suomalaisen verkkopalvelua käytettiin siis yhtä innokkaasti jääkiekon pudotuspelien ja rallien

seuraamiseen, mutta selvästi vähemmän SM-hiihtojen yhteydessä.²³ Radio taas oli erityisen suosittu media rallien aikana – todennäköisesti Ylen toimittaman Ralliradion ansiosta. 6 prosenttia seurasi ralleja lisäksi sosiaalisesta mediasta ja saman verran muista verkkomedioista. Kolmannes (31 %) ei seurannut MM-rallia lainkaan mediasta.

Kolmannessa osassa vastaajille annettiin mahdollisuus myös avoimeen ”muu, mikä”-vastaukseen²⁴, johon yleisin vastaus oli rallien oma kansainvälinen sivusto www.wrc.com. Tämän tyyppisten ei-journalististen uutislähteiden käyttö lieneekin kasvamaan päin, kun urheiluliitot ja -seurat panostavat yhä voimakkaammin omiin tiedotuskanaviinsa.

7.3 Lukijoiden mielipiteitä ennakkopaketista

Tutkimusvuonna Keski-suomalaisen ralliurtoisoinnissa toteutettiin näkyvä muutos, kun vuosikymmenten ajan julkaistu erillinen ralliliite lopetettiin ja tiivistetty ennakkopaketti siirrettiin päälehden urheilusivuille. Kyse oli johtoportaan päätöksestä, josta urheilutoimituksen esimies Ari Mäntylä ei ollut hyvillään. Hänen mielestään ralliliite oli tunnettu brändi, jonka julkaisemista olisi kannattanut jatkaa. Näkemyserojen vuoksi tutkimuksessa tiedusteltiin, mitä mieltä yleisö on: lukeeko se ennakkopaketin mieluummin erillisestä liitteestä, päälehden urheilusivuilta vai onko asialla ylipäättään väliä (ks. liite 4, kysymys nro 5).

Kaikista vastanneista (n=531) yli puolet (53 %) vastasi, ettei heille ole väliä, ovatko ennakkopaketit erillisessä liitteessä vai päälehden urheilusivulla. Kuitenkin heistä, kenellä oli selvä mielipide asiaan, isompi osa (26 %) kaipaa liitettä. Vain joka

²³ Eri lajien välisiä mediankäyttöeroja vertailen tarkemmin luvussa 3.3.2 Miten urheilujournalismia kulutetaan.

²⁴ Tästä valinnasta lisää luvussa 2.5.1 Aineiston hankinnan ongelmat.

kymmenes (9 %) lukee ennakkojutut mieluummin päälehden urheilusivuilta. 12 prosenttia ei osannut sanoa, mitä mieltä on.

Ikäryhmien ja sukupuolten välillä oli hienoisia eroja. ”Ei väliä” vastasi 51–55 prosenttia kaikista ikäluokista, mutta ääripäissä oli näkyvämpiä eroja. Erillistä liitettä kaipaavat eniten 30–49-vuotiaat (31 %), toiseksi eniten yli 50-vuotiaat (26 %) ja vähiten alle 30-vuotiaat (16 %). Miehet (37 %) haluavat liitettä enemmän kuin naiset (20%). Päälehden sivuilta rallijuttuja luetaan mieluiten yli 50-vuotiaiden keskuudessa, mutta heistäkin vain 13 prosenttia valitsi päälehden urheilusivut erillisen rallilehden sijaan. Lukemissa voi toki olla kyse siirtymävaiheen vastarinnasta, mutta kokonaismielipiteessä erot (26 % vs. 9 %) ovat kuitenkin niin selviä, että tulevina vuosina on syytä vielä harkita palaamista erilliseen liitteeseen.

Koska rallicasen yhteydessä juttuja julkaistiin selvästi enemmän kuin edellisissä tapauksissa, jo kyselylomaketta tehdessä oli oiottava muutama mutka suoraksi. Esimerkiksi ennakkopaketin luettuutta tutkittiin vain laadullisesti, joten päälehden sivuilla 1.8.2012 julkaistusta ennakkopaketista pyydettiin palautetta kolmella kysymyksellä (ks. liite 4, kysymykset 6–8). Ensin kysyttiin, mikä ennakkohaastatteluista oli vastaajien mielestä paras, mikä huonoin ja lopuksi pyydettiin mielipiteitä ennakkopaketin grafiikoiden hyödyllisyydestä.

Kysymykseen parhaasta ennakkohaastattelusta sain 318 sanallista vastausta, joista yli 70 prosentissa ei otettu kantaa juttujen paremmuuteen. Vaikka kysymyksen kannalta sisällökkäitä vastauksia oli sangen vähän (92 kpl), löytyi vastauksista selvä kahden kärki. Ylivoimaisesti suosituin juttu oli kannonkoskelaisen Mikko Hirvosen haastattelu, joka sai 36 paras juttu -mainintaa. Toiseksi suosituin oli Alavuden Urheiluautoilijoita edustavan Jari-Matti Latvalan -haastattelu (21 mainintaa). Vastauksista nousi esiin se, että paras juttu valittiin suurimmilta osin sen perusteella, kuka kuskeista sattuu olemaan vastaajan henkilökohtainen suosikki tai erityisen kiinnostava tyyppi. Paremmuutta määritteli siis enemmänkin juttuaihe kuin näkökulma tai kirjoitustyyli. Yksi vastaaja tiivistä asetelman näin:

Nainen, 49 vuotta: *(Paras ennakkohaastattelu oli...)* ”Latvala, joka kiinnostaa, koska hän on suosikkini. Kyse ei ole niinkään siis journalismin tasosta.”

Hirvosen kiinnostavuutta perusteltiin myös sillä, että hänellä oli rallissa aitoja pärjäämismahdollisuuksia ja hän on keskisuomalainen ”oman kylän poika”. Vastaajat perustelivat vastauksiaan myös näin:

Nainen, 57 vuotta: ”Mikko Hirvosen poikamainen innostus kotiralliin tuli hyvin esille ja rallityön vaativuus sekä Jyväskylän osakilpailun kunnioitus rallaajien keskuudessa, erityisesti myös Ouninpohjan paluu. Myös muut jutut olivat informoivia ja tekivät kuljettajista inhimillisiä mukavalla tavalla.”

Nainen, 65 vuotta: *(Paras ennakkohaastattelu oli...)* ”Mikko Hirvosen haastattelu, koska hän on niin valoisa tyyppi ja siksi suosikkini!”

Mies, 65 vuotta: *(Paras ennakkohaastattelu oli...)* ”Latvala. Hän uhkui voitontahtoa osittaista ylivoimaa vastaan. Ylivoima oli kuitenkin liian suuri...”

Nainen, 50 vuotta: *(Paras ennakkohaastattelu oli...)* ”Jari-Matti Latvalan. Jotenkin vaan kosketti eniten ja avasi miehen ajatuksia parhaiten.”

Nainen, 61 vuotta: ”Latvalan ja Ketomaan haastatteluissa oli tiivistetysti kerrottu ralliin liittyvistä oleellisista asioista. Siksi pidän niitä parhaina juttuina. Hirvosta sympatiseeraan siksi, että hän on Keski-Suomen oma poika. Hirvosen jutussa olisi mielestäni pitänyt pitäytyä Jyväskylän ralleihin liittyvissä asioissa. Tästä haastattelusta tuli sellainen kuva, että tämäkin urheilumuoto on kovaa peliä, eikä rehtiä kilpailua.”

Kolmanneksi eniten paras ennakkohaastattelu -mainintoja (14 kpl) sai ranskalaisen Sebastien Loebin haastattelu ja neljänneksi norjalaisen Petter Solbergin (11 kpl) juttu. Vastauksissa näkyi monipuolisuuden vaatimus: yhtäältä kiiteltiin, että myös ulkomaalaisia huippunimiä oli haastateltu, toisaalta mainittiin, että vain suomalaisten tai erityisesti suomalaisten kuskien haastattelut kiinnostivat.

Seuraavaksi kysyttiin, mikä ennakkohaastatteluista oli huonoin. Sain kysymykseen edellistä kysymystä vähemmän sanallisia vastauksia (n=263) ja vielä vähemmän sisällökkäitä vastauksia, joita oli vain parisenkymmentä. Kaikki haastattelut saivat

muutamia huonoin juttu -mainintoja, mutta perusteluja ei kerrottu nimeksikään. Vastauksissa korostui jälleen se, että kyse oli enemmänkin lukijan suhteesta kohteena olleeseen haastateltavaan kuin tapaan ja tyyliin, jolla juttu oli toteutettu. Muun muassa tällaista palautetta annettiin:

Nainen, 35 vuotta: *"Mielestäni kaikki olivat samalla tyylillä toteutettuja, asiallisia kuitenkin myös pintaa syvemmälle raapivia ja hyviä."*

Nainen, 50 vuotta: *"Ehkä ulkomaalaisten ihmisten haastattelut olivat hieman hatarampia, vaikka yhteinen kieli olisikin löytynyt."*

Mies, 67 vuotta: *"Jostain syystä Ketomaa ei kiinnosta. Olisiko ns. ainainen lupaus?"*

Mies, 54 vuotta: *(Huonoin ennakkohaastattelu oli...) "Loeb. Pelkästään ennakkoasenne oli se, että lopussa löppi aina voittoa."*

Nainen, 50 vuotta: *(Huonoin ennakkohaastattelu oli...) "Sebastian Loeb. Ei vaan jaksanut kiinnostaa tarpeeksi, kun jokaisessa mahdollisessa lehdessä oli hänestä juttua."*

Lopuksi ennakkopaketista kysyttiin vielä, mitä mieltä lukijat olivat ennakkopaketin grafiikoista, jotka julkaistiin ennakkopaketin yhteydessä liittyen rallin reittiin, aikatauluun, osanottajiin sekä MM-sarjan kokonaistilanteeseen. Yksi vastaaja oli sitä mieltä, että aikataulu oli tänä vuonna hankala löytää, minkä hän kertoi edellisen kysymyksen yhteydessä.

Varsinaisessa kysymyksessä tiedusteltiin, pitivätkö lukijat grafiikoita hyödyllisinä ja ottivatko he ne jopa talteen, jotta voisivat katsoa niitä läpi ralliviikonlopun. Reilu puolet (54 %) ei osannut vastata kysymykseen, mutta mielipiteen omanneista vastaajista selvä enemmistö (39 %) piti grafiikoita hyödyllisenä ja vain 7 prosenttia oli sitä mieltä, ettei niistä ollut hyötyä. Vastaajista 29 prosenttia katsoi grafiikat kertaalleen, piti niitä hyödyllisenä, mutta ei ottanut talteen. 10 prosenttia otti ne jemmaan ja katsoi useasti. Erityisesti yli 50-vuotiaat pitivät grafiikoita hyödyllisinä: heistä 15 prosenttia otti ne talteen ja lisäksi 33 prosenttia katsoi kertaalleen ja piti hyödyllisinä. Miehet (49 %)

pitivät naisia (34 %) useammin grafiikoita hyödyllisinä – tässä voi kuitenkin olla kyse enemmänkin rallien kiinnostavuuseroista sukupuolten välillä kuin siitä, että miehet pitäisivät naisia enemmän graafisista esityksistä.

7.4 Printtilehden luetuimmat jutut

Ennakkopaketin kartoittamisen jälkeen vastaajilta tiedusteltiin, mitä ralliaiheisia juttuja he lukivat Keskisuomalaisesta tapahtuman aikana. Koska kolmesta casesta rallien yhteydessä juttuja julkaistiin määrällisesti ylivoimaisesti eniten, kysymyksenasettelussa oli hieman oiottava mutkia suoraksi. Tämän vuoksi juttukohtaisia kehuja pyydettiin vain ennakkohaastatteluista, mutta ei enää tapahtuman aikaisista jutuista. Tämän valinnan tein sillä perusteella, että kuten edellä esitin, ennakkopaketin muotoa ja sisältöä on pohdittu hiljattain toimituksen sisällä, minkä vuoksi sen tarkempi kartoittaminen oli mielekästä.

Kuten edellisissäkin caseissa, myös MM-rallien kohdalla tiedusteltiin päivä kerrallaan ralliaiheisten juttujen luettuutta (taulukko 6). Neljän päivän aikana (2.–5.8.2012) ralleista julkaistiin yhteensä 22 erikokoista juttua, jotka keräsivät 6–30 prosentin lukijakunnan. SM-hiihtojen kohdalla lukijakunta oli 7–23 prosenttia ja JYPin pudotuspelijutuilla 15–31 prosenttia. Lajien väliset erot luettuudessa noudattelevat siis hyvin pitkälti lajien yleistä kiinnostavuutta Keski-Suomessa (tästä lisää luvussa 4.3). Molemmilla mittareilla tarkasteltuna jääkiekko on seuratuin laji.

Ralliviikonlopun luetuin juttu oli päätöspäivän jälkeen julkaistu juttu rallin lopputuloksista *Loebia vastaan ei riitä edes erinomainen ajo*. Koska se erottui selvästi luetuimpana juttuna, on tästä pääteltävissä, että sellaisetkin lukijat, jotka eivät muuten lukeneet lainkaan ralliaiheisia juttuja, saattoivat silti lukea loppuyhteenvedon MM-rallin tuloksista päätöspäivän jälkeen. Voidaan siis todeta, että vaikka modernissa urheilujournalismissa pyritäänkin irti tuloskeskeisestä urheilu-uutisoinnista, myös tuloslähtöisille jutuille on edelleen vankka lukijakunta sanomalehden tilaajien joukossa. Tätä ajatusta tukee myös se, että toiseksi luetuin juttu oli heti avauspäivän jälkeen

julkaistu *Loeb karkasi liian kauas*, joka niin ikään kertoi rallin kokonaistilanteesta – siis tuloksista.

TAULUKKO 6. TOP 10 LUETUIMMAT JUTUT MM-RALLISTA*

	%**	JULKAISUPV
Loebia vastaan ei riitä edes erinomainen ajo (juttu rallin lopputuloksista)	30	5.8.2012
Loeb karkasi liian kauas (juttu Jyväskylän rallin kokonaistilanteesta avauspäivän jälkeen)	27	3.8.2012
Voitosta päätetään Citroenillä (juttu rallin kärkitaistelusta)	22	4.8.2012
Latvalta ei löydy vastusta Citroenille (Jari-Matti Latvalan haastattelu)	18	4.8.2012
Loeb saa peräänsä suomalaiskaksikon (juttu ja grafiikka lähtöjärjestyksestä)	18	2.8.2012
En pysty kiusaamaan nuorempiani, nauraa rallikonkari (Sebastian Lindholmin haastattelu)	15	2.8.2012
Autot vaihtuvat mutta Loebin ylivalta kestää (Ari Mäntylän kolumni)	15	5.8.2012
Nikaralle paha takaisku heti alkuun (Jarkko Nikaran haastattelu)	14	3.8.2012
Hakemista, vaikeuksia ja hurja ilmalento (Jari-Matti Latvalan haastattelu)	13	5.8.2012
Ei kilpailu vaan tapahtuma (Heikki Kärjen kolumni)	13	4.8.2012

*TAPAHTUMAN AIKAISET JUTUT. ENNAKKOPAKETTIJUTTUJA EI OLE HUOMIOITU LUKUIHIN.

**NÄIN MONTA PROSENTTIA VASTANNEISTA (N=531) VASTASI LUKENEENSA JUTUN.

Huomattavaa on, että sijoille 4–10 sijoittuneet jutut mahtuvat luettuutensa perusteella vain 5 prosenttiyksikön sisälle. Tästä on pääteltävissä, että tiiviisti ralleja seuraava lukijakunta lukee kaiken, tai ainakin suurimman osan, mitä ralleista Keskisuomalaisessa kirjoitetaan.

Kiinnostava havainto on myös se, että vaikka modernin urheilujournalismin ihanteisiin kuuluu, että kommentoivan aineksen osuutta pyritään kasvattamaan (ks. luvut 3.3.1 ja 3.4), eivät mielipidejutut yllä luetuimpien tai kehuimpien juttujen kärkikastiin. SM-

hiihtojen aikaan paras kommenttijuttu ylsi vasta kahdeksannelle sijalle. JYPin pudotuspeleistä kertonut uutisen takana -juttu²⁵ oli viidenneksi luetuin juttu, mutta varsinaiset kolumnit ja kommentit ylsivät vasta sijoille 8–10 MM-rallien kohdalla kommentoivat jutut päätyivät luettuuksijoille 7. ja 10. Vastausta kysymykseen, miksi näin on, tämä aineisto ei kuitenkaan valitettavasti tarjoa.

7.5 Lukijoiden mielipiteitä ralliaiheisestä ksml.fi-verkkopalvelusta

Kolmesta casesta eniten juttuja julkaistiin rallien yhteydessä myös verkkopalvelussa, joten myös siltä osin kysymyksenasettelua oli hieman yksinkertaistettava edelliscaseihin verrattuna. Tämän vuoksi juttujen vastaanottoa ja luettuuksia ei tutkittu juttu jutulta, vaan yhdellä kokoavalla kysymyksellä: ”Ksml.fi-verkkopalvelun ralliaiheisilta erikoissivuilta löytyi juttu jokaiselta erikoiskokeelta, EK-reittien esittelyt, historiallisia lehtileikkeitä, kuvasarjoja sekä linkit kuljettajien Twitter-tileihin. Mitä mieltä olit tästä kokonaispaketista?” Sain kysymykseen kolmisensataa sanallista vastausta, mutta jälleen kerran iso osa, liki 80 % vastauksista, oli ”en lukenut” tai ”en osaa sanoa” -tyyppisiä. Varsinaisia moitteita kokonaispaketti ei kuitenkaan saanut kuin aivan muutamassa yksittäisvastauksessa. Sen sijaan yleisin perustelu lukemattomuudelle oli se, ettei ralliautoilu tai urheilu ylipäättään kiinnostanut vastaajaa. Panelistit kertoivat muun muassa näin:

Mies, 71 vuotta: *”Turhaa haaskausta, eihän ralli ole kunnan urheilua.”*

Nainen, 47 vuotta: *”Ei ole mielipidettä, koska ralli on muutenkin täysin turhaa rahan tuhlausta.”*

Mies, 75 vuotta: *”Täydellistä elämänsä ajankäytön hukkaamista itse kullekin.”*

²⁵ Uutisen takana on Keski-suomalaisen juttutyypin, jossa liikutaan uutisjutun ja mielipidejutun välimaastossa. Toimittajan oma, subjektiivinen näkemys on juttutyypissä keskeisessä roolissa.

Lähes kaikki kysymyksen kannalta sisällökkäät palautteet (23 % sanallisista vastauksista) sisälsivät positiivista palautetta. Vastajaat kehuivat muun muassa näin:

Nainen, 56 vuotta: *"Kattava paketti, joskaan kaikkea ei tullut luettua. Reittiesittelyt parhaita!"*

Mies, 57 vuotta: *"Erikoiskoejutut hyviä ja niiden erittelyt myös. Historia kiinnostaa jonkin verran. Twitter-linkit turhia."*

Nainen, 35 vuotta: *"Kokonaisuutena monipuolinen paketti. Kyllä tykkäsin."*

Nainen, 57 vuotta: *"Hyvä info erikoiskokeista ja esittelyt tarpeeksi tiivistetyssä muodossa. Kuvasarjat mielenkiintoisia katsoa, samoin historia, koska olen lapsesta alkaen seurannut kiinteästi ralleja liivenä tienvieressä sekä nappikuulokkeet korvissa, jos ei ole ollut mahdollista seurata sisätiloissa tapahtumaa. Muutamia twittereitäkin tuli katsottua ja lisäsivät rallin tunnelmaa. Verkkopalvelu on kiinteä osa ralleja ja sieltä helppo seurata asioita onlinessa."*

Mies, 46 vuotta: *"Muuten ok, mutta selkeät ajo-ohjeet ek:lle olisi ollut hyvä."*

Nainen, 51 vuotta: *"Hyvä paketti, mielenkiintoinen seurata jokaista koetta erikseen, helppo käyttää."*

Mies, 63 vuotta: *"Loistava paketti."*

Merkillepantava seikka on myös se, että sekä ralleista kiinnostuneille että heille, joita laji ei kiinnosta lainkaan, oli yksi yhteinen kiinnostuksen kohde: erikoiskokeiden sijainnit ja ajankohdat. Koska EK:t ja oheistapahtumat aiheuttavat suuria liikenneuhkia, näitä tietoja etsivät verkosta ja paperilehdestä myös he, joita rallit eivät muuten kiinnosta lainkaan. Panelistit kertoivat muun muassa näin:

Nainen, 62 vuotta: *"Itseäni ko. jutut eivät kiinnosta muuten kuin siksi, että osaan pysyä ruuhkasta ulkona."*

Mies, 66 vuotta: *"Reitit oli ilmoitettu, missä ne on. Osasi pysyä poissa niiltä suunnilta."*

Mies, 74 vuotta: *”Tärkeintä on, että tiedotetaan selkeästi rallien aiheuttamat liikenneuhkapaikat ja ajat. Nämä liikennettä sekoittavat tiedot tulisi myös olla selkeästi netistä luettavissa.”*

Nainen, 76 vuotta: *”Ei kiinnosta, ralli on törkeää luonnonvarojen tuhlausta ja opettaa nuorille vahingollisia arvoja. Rallin reitti ja aikataulu kiinnosti vain siksi, että osaisin pysyä tapahtumasta kaukana, eikä se häiritsisi elämäni.”*

Muutamit panelistit vastasivat myös, etteivät tienneet lainkaan Keski-suomalaisen verkkopalvelun tarjonnan ralliaiheista sisältöä ilmaiseksi, joten tästä on vedettävissä se johtopäätös, että paperilehden puolella on panostettava yhä näkyvämmiin verkkolehtivinkkaamiseen.

Kehitysehdotusten saamiseksi kysyin myös, jäivätkö lukijat kaipaamaan verkkokokonaisuudelta jotain lisää. Sain kysymykseen 246 vastausta, mutta jälleen kerran suurin osa (89 prosenttia) oli ”en osaa sanoa” -tyyppisiä. Vain 27 vastaajaa esitti todellisia kehitysehdotuksia. Yhteneväisyyksiä tai suuria linjoja niistä ei kuitenkaan ollut löydettävissä, vaan ehdotukset jäivät hajanaisiksi yksittäismaininnoiksi. Muun muassa tällaista toivottiin:

Nainen, 25 vuotta: *”Myös kriittinen näkökulma voitaisiin ottaa huomioon.”*

Mies, 66 vuotta: *”Vanhojen konkareitten juttuja menneiltä vuosilta.”*

Mies, 74 vuotta: *”Parempaa grafiikkaa reiteistä ja ajo-ohjeita pikataipaleelle.”*

Mies, 54 vuotta: *”Pientä siistiä listaa siitä, kuka johtaa juuri nyt ilman kommentteja.”*

Nainen, 67 vuotta: *”Enemmän myös katsoja-/rallituristahaastatteluja kisojen alla ja aikana, niin suomalaisia kuin ulkomaisiakin.”*

Nainen, 57 vuotta: *”Videoklipsejä sekä valokuvia enemmän eri ek:ilta ja useammin eri sarjojen päivityksiä.”*

Nainen, 52 vuotta: *”Kriittisempiä kommentteja koko rallin nykytilanteesta.”*

Journalististen sisältöjen lisäksi yksi vastaaja otti kantaa myös ksml.fi-sivuston tekniseen toteutukseen ja mainontaan:

Mies, 42 vuotta: *”Ne halvaton pop up -mainokset pois. Ärsyttää ihan sikana, kun joka välissä pompsahtaa joku Ikean mainos. Sivujen uudistus oli selkeästi takapakkia kaikkine maksullisuuksineen. Olen vähentänyt merkittävästi vierailujani Keskarin nettisivuille.”*

7.6 Palautetta toimittajien mielipidejutuista

Kuten ensimmäisenkin casen yhteydessä, myös MM-rallin aikaan kysyttiin, mitä mieltä lukijat olivat toimittajien kirjoittamista kommenttijutuista. Tulos on kokonaisuuden kannalta tärkeä, sillä kuten edellä on tullut todetuksi (mm. luvussa 3.4), kommentoiva sisältöaines on yksi tunnusomaisista piirteistä modernille urheilujournalismille (näin myös Malinen 2011, 77–29).

MM-rallin yhteydessä mielipidejuttuja julkaistiin yhteensä kolme: Heikki Kärjen kirjoittama *Ei kilpailu, vaan tapahtuma* (sanomalehti 4.8.2012), Tuomas Heikkilän *Parkaisu Paviljongista: mikään laji ei ole niin läpimätä kuin ralli* (verkkopalvelu 4.8.2012) ja Ari Mäntylän *Autot vaihtuvat, mutta Loebin ylivalta kestää* (sanomalehti 5.8.2012). Kiinnostavaa on, että kun SM-hiihtojen yhteydessä sain samaan kysymykseen vain 133 vastausta, MM-rallien jälkeen kysymykseen jotakin sanallista vastasi peräti 286 panelistia. Tästä on pääteltävissä, että rallikolumnit ja -kommentit houkuttelivat todennäköisesti lukijoiksi myös sellaisia panelisteja, jotka eivät muuten ole urheilusta niin kiinnostuneita. Rallissa kun on kyse paikallisesta suur tapahtumasta, ei vain urheilukilpailusta. Tämä oletamus sai osakseen tukea myös vastauksista:

Nainen, 29 vuotta: *”Luin ainoastaan Heikki Kärjen jutun, joka oli ihan kiinnostava, koska se ei ollut vain urheilunäkökulmasta.”*

Mies, 57 vuotta: *”Nämä jutut ovat hyviä, kun ne käsittelevät kilpailuja eri kulmasta kun juuri kisasta.”*

Nainen, 39 vuotta: *”Minua kiinnostavat nämä paljon enemmän, pureutuvat ilmiöihin, eivät faktiseen tapahtumaan ja kilpailuun.”*

Jotakin sanallista vastanneista vajaa puolet (46 %) otti selkeästi kantaa kysyttävään asiaan, eikä vastannut esimerkiksi ”en osaa sanoa” tai ”en lukenut”. Yleisimmin kommenttijohtajia keuhuttiin kiinnostaviksi, piristäviksi ja toisenlaista näkökulmaa tarjoaviksi (yhteensä 19 mainintaa). Voidaan todeta, että lukijat kokevat saavansa monipuolisesta juttutarjonnasta, joka sisältää myös mielipideainesta, lisäarvoa. Yksi vastaaja kertoi jopa, että mielipidejutut ovat hänen mielestään lehden parasta antia. Myös tällaista palautetta annettiin:

Nainen, 33 vuotta: *”Mielipidekirjoitukset ovat useimmiten hyviä ja kiinnostavia.”*

Mies, 66 vuotta: *”Asiallinen keskustelu on aina paikallaan.”*

Mies, 48 vuotta: *”Tällaiset mielipidejutut ovat usein mielenkiintoisimpia – niin tälläkin kertaa.”*

Nainen, 57 vuotta: *”Jokainen juttu sisälsi mielenkiintoisen tai osaksi ärsyttävänkin kannan. Heikkilän Parkaisu oli positiivisempi kuin otsikointi antoi ymmärtää. Mäntylän juttu kertoi totuuden Loebin hyvyydestä voittamattomana kuljettajana, varsinkin kun suomalaisen voittoa odotettiin Nesterallissa. Kärki toi esille tärkeän kesätapahtuman tälle seudulle: rallia ei ajatella pelkkänä kilpailuna, koska keskisuomalaisina koemme, että nesteralli on osa jokavuotista kesäämme, jota ei annettaisi enää yhtään Lahden seudulle.”*

Nainen, 67 vuotta: *”Minusta ne ovat mielenkiintoista ja hiukan erilaista luettavaa ylipäättään kuin normaali raportointi aiheesta.”*

Kehitysehdotuksissa mielipidekirjoituksiin toivottiin muun muassa enemmän kriittistä otetta (1 maininta), mutta toisaalta useampi vastaaja myös kehui kirjoitusten kriittisyyttä. Vastasipa muutama vastaaja myös niin, että heidän mielestään mielipidejutuissa näkyy liiaksi toimittajan oma mielipide. Lisäksi yhden vastaajan mielestä lehdessä on liikaa mielipidekirjoituksia.

7.7 Kuinka pitkän askeleen aamu oli jäljessä?

Kuten edellisissäkin tutkimustapauksissa, sähköisen ja printtimedian päällekkäisyyden selvittämiseksi panelisteilta kysyttiin, oliko paperilehdessä sellaista asiasisältöä, jonka vastaaja oli saanut jo edellisenä iltana sähköisistä medioista. Kaikista kysymykseen jotakin sanallista vastanneista (n=232) noin neljännes (24 %) vastasi selkeästi ”ei”, vajaa viidennes (18 %) vastasi ”kyllä” tai ”osittain” ja loput 58 prosenttia ei ottanut kantaa. Kolmesta casesta selvästi eniten päällekkäisyyttä koettiin olevan jääkiekon pudotuspelien aikaan (36 %), kun hiihtojen ja rallien aikaan samaa mieltä oli vain noin neljännes vastaajista. Kuten jääkiekkokyselynkin aikaan, myös rallien jälkeen vastaajat kertoivat eniten päällekkäisyyttä olleen tulosuutisoinnissa (20 mainintaa). Moni oli nähnyt erikoiskokeiden tulokset ja rallin kokonaistilanteen jo edellisiltana sähköisistä medioista. Myös tällaista palautetta annettiin:

Mies, 60 vuotta: *”En ota kantaa yksittäisiin juttuihin, mutta useimmat urheilu-uutiset ovat jo mm. teksti-tv:stä tuttuja – siksiäpä niistä toivookin löytävänsä selkeää paikallisväriä ja vähän nurkkakuntalaisuuttakin.”*

Nainen, 62 vuotta: *”En seuraa sähköistä mediaa, joten luen kaiken paperilehdestä.”*

Nainen, 57 vuotta: *”Osan juttujen sisällöistä olin lukenut tiivistetysti verkkopalveluista: parhaiden kuljettajien kommentit ja autojen kolhimiset.”*

Nainen, 49 vuotta: *”Silmäilin kaikki ralleihin liittyvät uutiset jo illalla netistä, joten aamun lehdessä ei ollut mitään uutta uutista.”*

Mies, 64 vuotta: *”Taitaapa olla niin, että Urheiluruudun normaali seuranta antaa samoja tuloksia, mutta sisältöä tapahtumiin saan lehdestä.”*

Mies, 60 vuotta: *”Totta kai radio oli nopein suorine lähetyksineen.”*

Nainen, 64 vuotta: *”Ralliradion kautta sain tarvittavat tiedot kaikesta, mutta joitakin asioita lehteä lukiessa sai vielä tarkennettua.”*

Tämän jälkeen kysyttiin, tarjosivatko sanomalehden jutut kuitenkin jotain uutta, lukemisen arvoista sisältöä ja jos kyllä, millaista. Sain kysymykseen 89 vastausta, joista neljännes (25 %) oli sitä mieltä, että sanomalehti ei tarjonnut lisäarvoa sähköisten medioiden jälkeen. Hiihtojen kohdalla vastaava lukema oli 20 prosenttia. Kahteen edelliscaseen verrattuna jääkiekkouutisoinnista koettiin paperilehdestä saatavan eniten lisäarvoa (vain 9 % vastasi ”ei” ja 64 % ”kyllä”). MM-rallin aikana 30 prosenttia vastaajista koki saaneensa lisäarvoa ja 45 prosenttia jotakin sanallista vastanneista ei osannut vastata itse kysymykseen.

Sanomalehden koettiin olevan sähköisiä medioita perusteellisempi, laajempi ja syventävämpi. Lisäksi kiiteltiin, että sanomalehden avulla voi ”virkistää muistia” ja juttuihin voi palata yhä uudelleen. Yksi vastaaja kehui myös sitä, että paperilehdessä N-sarjan ralli oli sähköisiä medioita paremmin esillä. Panelistit vastasivat myös näin:

Mies, 60 vuotta: *”Lehtijuttu on useimmiten yksityiskohtaisempi ja paikallisempi. Saisi kyllä olla vieläkin enemmän paikallinen (mm. nuorten sarjojen osalta puutteita).”*

Mies, 69 vuotta: *”Kyllä tarjosivat, TV:n tarjonta on hyvin lyhennettyä. Sanomalehti pystyy selvittämään asioita paremmin.”*

Mies, 60 vuotta: *”Totta kai lehti taustoittaa ja syventää radion suorien lähetysten tietoja – ja korjaa myös joskus!”*

Mies, 58 vuotta: *”Hyvä, että on ollut urheiluun humoristisesti suhtautuvia juttuja viime aikoina enemmän.”*

Nainen, 50 vuotta: *”Ei se minua häiritse, vaikka olen lukenut edellisenä iltana, jaksan kyllä lukea uudestaan samaa aihetta.”*

7.8 Kokonaisvaltaista palautetta urheilutoimitukselle

Lopuksi vastaajilta pyydettiin urheilutoimitukselle vielä kokonaisvaltaista palautetta MM-rallin uutisoimisesta. Jotakin sanallista kysymykseen vastanneista (n=232) positiivista palautetta antoi liki puolet (45 %) vastaajista. Tarjontaa keuhuttiin kattavaksi,

mielenkiintoiseksi, hyvin kirjoitetuksi ja riittäväksi. Lisäksi panelistit antoivat muun muassa tällaista palautetta:

Mies, 39 vuotta: *”Keski-suomalaisia kuljettajia, muitakin kuin terävintä MM-kärkeä oli esitelty kiitettävästi. Nämä eivät välttämättä saa palstatilaa muualla, mutta kiinnostavat kuitenkin lähiseutujen asukkaita.”*

Mies, 61 vuotta: *”Kiva, kun on oman lehden toimittajat hyvin esillä.”*

Nainen, 49 vuotta: *”Nopeatempoinen tapahtuma vaatii nopeatempoista panostusta ja osaamista. Olette mielestäni onnistuneet ihan hyvin.”*

Nainen, 64 vuotta: *”Jatkakaa samaan malliin asiantuntevasti ja aidosti aiheesta kiinnostuneina!”*

Nainen, 67 vuotta: *”Mielestäni urheilutoimittajat ovat tehneet hyvää työtä. Joko muistini on huonontunut (ja onkin, hah hah), mutta taso on ehkä jopa parantunut viime vuosina.”*

Kehitysehdotuksia tarjosi joka neljäs vastaaja. Yleisin kritiikin aihe oli se, että rallit ja ylipäättään urheilu saavat lehdestä liikaa palstatilaa (22 mainintaa). Toiseksi yleisimmin kaivattiin erillistä ralliliitettä takaisin (18 mainintaa). Myös tällaisia toiveita esitettiin:

Nainen, 52 vuotta: *”Tärkeintä mielestäni olisi reitit ja liikenteeseen liittyvät asiat, jotka koskevat kaikkia. Muut lajit jäävät turhaan jalkoihin.”*

Mies, 65 vuotta: *”Muutamien kärkinimien saamaa osuutta voisi vähentää tuntuvasti ja kertoa enemmän muista kuin WRC-sarjalaisista.”*

Nainen, 47 vuotta: *”Voisiko joskus kirjoittaa viimeiseksi tulleesta?”*

Nainen, 52 vuotta: *”Nuoriin tulevaisuuden lupauksiin enemmän kiinnostusta.”*

Mies, 69 vuotta: *”Rallivöyhötys menee yli ymmärryksen. Se on mahdotonta inhimillisten ja luonnon resurssien tuhlausta. Mistä kulttuuritilaisuudesta kirjoitettaisiin näin paljon ja yhtä suurilla lehden resursseilla?”*

8 TULOKSET JA POHDINTA

8.1 Tutkimustulosten yhteenveto

Tutkimuskysymykseni olivat: 1. Millaista urheilujournalismia Keski-suomalaisen lukijat haluavat printti- ja verkkolehdeksi? 2. Millaisen tiedon yleisö hankkii jo edellisenä iltana verkosta tai muista sähköisistä medioista – mitä ei kannata lehteen laittaa? Seuraavaksi vastaan kootusti näihin kysymyksiin kolmen casen antaman tietopohjan perusteella. Koska monissa avoimissa kysymyksissä vastaukset olivat lähinnä laadullisia maistiaisista tietyistä teemoista, tilastollista analyysiä tai yleistyksiä oli mahdotonta tehdä. Tämän vuoksi pyrin seuraavassa erittelemään tutkimustuloksista vain keskeisimmät ja määrällisesti perusteltuina merkittävimmät.

8.1.1 Ketkä kuluttavat urheilujournalismia?

Ei liene yllätys, että naiset lukevat urheilusivuja miehiä harvemmin – näin myös tämän tutkimuksen perusteella. Noin viidennes naisista ei koskaan lue urheilujuttuja Keski-suomalaisesta, kun miesten vastaava luku on vajaat 10 prosenttia. Ikäryhmittäin tarkasteltuna innokkaimmin urheilujournalismia kuluttavat yli 50-vuotiaat, joista noin kolmannes–neljännes (tulos vaihteli hieman eri caseissa) lukee urheilusivuilta päivittäin vähintään yhden jutun alusta loppuun. Alle 30-vuotiaista näin tekee vain kymmenisen prosenttia.

Sukupuolien väliset erot olivat samansuuntaisia paperilehdessä ja ksml.fi-verkkopalvelussa. Miehet lukevat verkkopalvelun urheilujuttuja selvästi naisia ahkerammin: miehistä noin viidennes vähintään silmäilee palvelua päivittäin, naisista näin tekee vain 6–7 prosenttia. Ikäryhmien välillä erot lukuahkeruudessa olivat kuitenkin pienemmät kuin paperilehden kohdalla: kaikissa ikäryhmissä verkkoa vähintään silmäilee päivittäin 6–14 prosenttia vastaajista. Harvakseltaan verkkosisältöjä katsoo kaikissa ikäryhmissä 33–42 prosenttia vastaajista.

Selkeä, joskaan ei kovin yllättävä, havainto oli, että mitä kiinnostuneempi henkilö on urheilusta vapaa-ajan harrastuksena sitä todennäköisemmin hän myös kuluttaa Keski-suomalaisen urheilujournalistisia sisältöjä. Urheilusta hyvin kiinnostuneista lukijoista puolet lukee joka päivä vähintään yhden urheilujutun alusta loppuun, ja ei-kovin-kiinnostuneista liki puolet ei koskaan lue urheilusivuja. Ainoastaan joka sadas oli erittäin kiinnostunut urheilusta harrastuksena, muttei koskaan lue urheilusivuja.

Verkkopalvelun kohdalla urheilun harrastuneisuus ei korreloi yhtä voimakkaasti kuin paperilehden urheilujuttujen lukuinnossa. Urheilun ja kuntoilun harrastamisesta erittäin kiinnostuneista nimittäin peräti 64 prosenttia katsoo verkkopalvelun urheilujuttuja harvemmin tai ei koskaan. Melko kiinnostuneiden kohdalla sama lukema on 84. Yhdeksi syyksi arvelen sitä, että verkkopalvelun jutut keskittyvät vielä paperilehteäkin voimakkaammin huippu- ja tulosurheiluun, eikä siitä välttämättä saada inspiraatiota tai lisätietoa omaa kuntoiluharrastusta varten.

Vaikuttaisi siis siltä, että kasvattaakseen lukijakuntaansa urheilutoimituksen kannattaisi tarjota jatkossa erityisesti alle 30-vuotiaille, naisille ja kuntoilusta kiinnostuneille ihmisille kohdennettuja sisältöjä. Tätä ehdotelmaa pohdin tarkemmin luvussa 8.2.

Urheilujournalismin kulutusta erilaisten tiedotusvälineiden kautta esittelin kattavasti jo luvussa 3.3.2, joten siihen en enää tässä tarkemmin palaan.

8.1.2 Millaista urheilujournalismia yleisö haluaa printtilehdeksi?

Johdannossa esittelemäni perusristiriita on, etteivät ”yleisön kulutustottumukset ja journalismin omat arvojärjestykset aina kohtaa” (Kunelius 2004, 113). Ammattikunta on melko yksimielinen urheilujournalismin modernisaatiotarpeista, mutta lukijat eivät ole ottaneet kaikkia sisältöuudistuksia avosylin vastaan. Paikoitellen lukijapalautteesta tulee sellainen kuva, että tarjottava sisältö on jopa liian modernia, sillä lukijat nauttivat myös kaavamaisien, tutun turvallisten mediasisältöjen kuluttamisesta (ks. Kärki 2004, 67). Urheilutoimittaja Ilkka Kulmala (haastattelu, 2011) ei kuitenkaan usko, että

peruutusaskelia olisi syytä ottaa, mikä tuntuu olevan yleisempikin ajatusmalli urheilutoimittajakunnassa:

”Jos olisi oikeasti niin, että yleisö kaipaisi paluuta vanhanmalliseen, selostavaan kerrontaan, niin sittenhän meidän toki pitäisi tehdä niin. Ehkä puhun nyt mututuntumalla, mutta uskon, että tämä linja on ihan oikea. Se on nykyaikaa. Ei missään tapauksessa voi sanoa, että me tarjotaan parempaa ruokaa kuin mitä yleisö on valmis vastaanottamaan. Monesti sanotaan, että lukijoita ei voi koskaan aliarvioida liikaa, mutta mun mielestä lukijoita ei voi aliarvioida.”

Koska yksi näkyvimpiä esimerkkejä urheilujournalismin modernisaatiosta on otteluraportointi, aloitetaan kysymykseen vastaaminen siitä. Tämän tutkimuksen valossa vastaus on kaksijakoinen: yhtäältä yleisö kaipaa myös vanhakantaisempaa otetta, toisaalta voidaan pohtia, onko kyse edelleen siitä, että tarjonta ohjaa kysyntää myös journalismissa – yleisön ei voi odottaa kaipaavan moderneja ja näkemyksellisiä otteluraportteja ennen kuin he ovat tottuneet niitä säännöllisesti saamaan. Jos unohdetaan tämä spekulatio, tämän aineiston valossa voidaan todeta, että yleisö kaipaisi nykyistä enemmän selostavaa otetta. Pelitapahtumien kertausta pidetään edelleen otteluraportin tärkeimpänä ominaisuutena, toiseksi tärkeimpänä ovat pelaajien kommentit ja kolmanneksi tärkeimpänä valmentajien kommentit. Järjestyksestä huolimatta useat otteluraportit ovat edelleen valmentajakommenttipainotteisia, joten tästä on vedettävissä se johtopäätös, että otteluraporteissa olisi syytä jututtaa nykyistä enemmän pelaajia ja selostaa enemmän pelitapahtumia. Toimittajan subjektiivisia näkemyksiä kaipasi vain 18–24 prosenttia vastaajista.

Otteluraporttien modernisaation vastaanottoa tutkittiin myös kursorikysymyksillä, joissa oli vastapareina ”näkökulmaton vs. liian kikkaileva” ja ”liian vanhanaikainen vs. liian moderni”. Näihin kysymyksiin sain niin paljon (86 % ja 90 %) keskijanalle asetettuja vastauksia, että joko otteluraporttien modernisaatio on täydellisen onnistunut tai kysymykset liian abstrakteja vastattaviksi. Jälkimmäinen lienee todennäköisempi vaihtoehto.

Kehutuimpia juttuja kolmen casen valossa olivat henkilötarinat – niitä lukevat myös he, jotka eivät muuten urheilujuttuja välttämättä lue. Henkilötarinat keräsivät kiitosta taustoittavuudestaan ja inhimillisyydestään. Erityisesti kehuttiin nuorten paikallisten lupausten esittelyä, esiin nostettuja tunteita, draamaa ja huumoria. Näistä laatumääreistä hyvä esimerkki on se, että kaikista kolmesta casesta luetuin ja ylivoimaisesti kehuuin juttu ei suinkaan ollut näyttävä pääjuttu, vaan pienehkö kainalojuttu jääkiekkoilija Sami Vatasen vaatimattomuudesta. Tällaiset inhimilliset nostot kiinnostavat yleisöä laajalti.

Kiinnostava havainto oli myös se, että vaikka modernin urheilujournalismin ihanteisiin kuuluu, että kommentoivan aineksen osuutta pyritään kasvattamaan (ks. luvut 3.3.1 ja 3.4), eivät mielipidejutut yltäneet luetuimpien tai kehuimpien juttujen kärkeksi. Vastausta kysymykseen, miksi näin on, tämä aineisto ei kuitenkaan valitettavasti tarjoa. Kuitenkin kun kommenttijuuta kysyttiin erikseen palautetta ensimmäisen ja kolmannen casen yhteydessä, palaute oli pääosin positiivista. Kommentteja kehuittiin muun muassa asiallisiksi, asiantunteviksi, mielenkiintoisiksi, piristäviksi ja toisenlaista näkökulmaa tarjoaviksi. Yleisö siis todella kokee saavansa niistä selvää lisäarvoa.

Ikuisuuskytymykseen kuuluu, pitääkö maakuntalehden urheilutoimituksen seurata myös muita kuin paikallisia urheilijoita ja joukkueita. Tätä tutkittiin erityisesti jääkiekon pudotuspelien yhteydessä, kun panelisteilta tiedusteltiin, lukevatko he sanomalehdestä ja/tai verkkopalvelusta muiden SM-liigajoukkueiden kuin JYPin kuulumisia. Selvä enemmistö (69 %) ei koskaan lue muiden (tai muidenkaan) kuin JYPin kuulumisia ja kolmannes kertoi lukevansa muiden liigaseurojen kuulumisia säännöllisesti tai silloin tällöin. Jääkiekon näkökulmasta voidaan siis todeta, että muiden SM-liigaseurojen ottelujuttujen julkaisemista on syytä harkita jatkossa tarkkaan, koska niiden lukijakunta ei ole kovin suuri (koko vastanneesta panelistijoukosta n=527 vain 12 %).

Erityistapauksissa – kuten jos pudotuspeleissä on niinkin herkullinen pari kuin HIFK–Jokerit – muidenkin otteluiden kertaaminen on perusteltua, mutta enimmiltä osin lyhyt tuloskooste riittäisi pitämään lukijat tyytyväisinä.

Samaa kysymystä sivuttiin myös rallicasen yhteydessä. Luetuimpien juttujen yhteydessä kävi nimittäin ilmi, että yleisö polarisoituu tältä osin suuresti: osan mielestä paikallisnimien (tässä tapauksessa suomalaisten) hehkuttaminen riittää, osa kiitteli erityisesti juuri sitä, että myös ulkomaalaisia huippunimiä oli haastateltu maakuntalehteen. Monipuolisuuden vaatimus on siis tältäkin osin pidettävä mielessä, mutta toisaalta ei-paikallisten urheilijoiden ja joukkueiden kuulumisissa on ainakin jonkin verran karsimisen varaa.

Ensimmäisen casen yhteydessä tutkittiin, miten harvakseltaan urheilujuttuja lukeva yleisö saataisiin kiinnostumaan urheilujournalismista. Kehittämisehdotuksissa yleisin oli monipuolisuuden vaatimus: osa lukijoista haluaisi selvästi vähemmän juttuja valtalajeista, kuten jääkiekosta ja jalkapallosta, ja enemmän asiaa omaa arkielämää koskettavista aiheista, kuten kuntourheilusta. Kuten sanomalehtien ei-tilaajien myös urheilusivujen ei-lukijoiden tärkein toive on saada lehdestä käytännön hyötyä omaan elämään (vrt. Hujanen 2007, 192–193). Samansuuntaisia tuloksia on myös saatu jo varhaisimmissa käyttötarkoitustutkimuksissa: tullakseen suosituksi mediatuotteen on luotava todellinen, toimiva suhde ihmisten arkielämään (Kunelius 2004, 114–116). Harvakseltaan urheilusivuja lukevien vastauksissa kehuja saivat myös suur tapahtumiin liittyvät urheilujutut, henkilökuvat ja paikalliset aiheet. Urheilusivuja lukemattomia saattavat kiinnostaa urheiluun liittyvät ihmiset ja heidän henkilötarinansa, vaikkei itse urheilu olisikaan heidän mielestään kiinnostavaa. Kunto- ja terveystoiminta-aiheiden sekä henkilötarinoiden lisäksi enemmän juttuja toivotaan myös juniourheilusta ja alemmista sarjatasoista. Lukuisia yksittäisiä mainintoja saivat myös moottoriurheilu (13 mainintaa), ratsastus ja hevosurheilu (8), veteraaniurheilu (7) sekä vammaisurheilu (6). Myös taustoista, urheilijoiden elämästä, valmennuksesta, rahoituksesta ja korruptiosta sekä urheilun etiikasta haluttaisiin lukea lisää.

Kaikkien case-kyselyiden päätteeksi pyydettiin vielä kokonaisvaltaista palautetta urheilutoimitukselle tapahtumien journalistisesta hoidosta. Kaikissa kolmessa tapauksessa palaute oli pääosin positiivista ja ”jatkakaa samaan malliin” -henkistä. Tarjontaa keuhuttiin hyvin toimitetuksi, monipuoliseksi, riittäväksi ja kiinnostavaksi.

Kehitysehdotuksissa moitteita tuli tylsästä kirjoitustyylistä, mitäänanomattomuudesta, itsestään selvyyksien toistelemisesta ja ennalta-arvattavuudesta. Useimmissa vastauksissa korostui enemmänkin vastaajan suhde juttuaiheeseen (kuten jutun päähenkilöön) kuin mielipide näkökulmasta tai kirjoitustyylistä.

Vaikka kursorikysymyksiin liittyi monenlaisia edelläesitettyjä ongelmia, vastauksista voidaan tiivistää, että vanhempi lukijakunta pitää Keskisuomalaisen urheilujournalismia hieman modernimpana kuin alle 30-vuotiaat. Vaikka iso osa vastaajista jätti cursorin modernia vs. vanhanaikaista -janan keskivaiheille, selvästi useampi vastaaja (29 %) piti Keskisuomalaisen urheilujournalismia modernina kuin vanhanaikaisena (11 %). Kirjoitustyyliä pidetään yleisesti ottaen asiantuntevana ja näkökulmia enemmän liian positiivisina kuin liian kriittisinä.

Kiintoisaa oli, että moitteet olivat osin ristiriidassa kehujen kanssa. Yhtäältä voimakasta paikallisuutta pidettiin Keskisuomalaisen valttikorttina, toisaalta osa lukijoista kaipaisi tasapuolisempaa lähestymistapaa. Samaa ristiriitaa on pohtinut Steen (2008, 17), jonka mukaan kiinnostavan urheilujournalismin tekeminen on jatkuvaa tasapainoilua objektiivisuuden ja paikallisen lojaaliuden välillä. Toimittajan tulee täyttää yhtä aikaa esimiehen, lukijoiden, seurojen ja urheilijoiden odotukset. Steen kuitenkin muistuttaa, ettei yltyöpäiseen paikallisherkutukseen ole syytä: ”Ei ole lajin tai seurankaan etu, että heistä kirjoitetaan tasaisen tylsästi, joskin positiiviseen sävyyn. Mene mihin tahansa kaupunkiin, jossa kaikki toimittajat kannattavat paikallista baseball-seuraa ja kirjoittavat siitä leppoisasti, niin huomaat, ettei baseball ole tuossa kaupungissa kiinnostavaa. Totuus – ja sen kertominen ryhdikkäästi ja selkeästi – tekee lajista kiinnostavan.”²⁶

Mainitsemisen arvoinen detalji on myös se, että yleisö toivoisi Keskisuomalaisen palaavan erillisen ralliliitteen julkaisemiseen. Kaikista vastanneista (n=531) yli puolet (53 %) vastasi, ettei heille ole väliä, ovatko ennakkotut erillisessä liitteessä vai

²⁶ Suomennos on omani.

päälehden urheilusivuilla. Kuitenkin heistä, kenellä oli selvä mielipide asiaan, isompi osa (26 %) kaipaa liitettä. Vain joka kymmenes (9 %) lukee ennakkojutut mieluummin päälehden urheilusivuilta. Sama viesti nousi esille myös, kun MM-rallin uutisoinnista pyydettiin kokonaisvaltaista palautetta. Erillisen ralliliitteen palauttaminen takaisin keräsi peräti 18 mainintaa (n=232).

Lopuksi todettakoon vielä lyhyesti, että eri urheilulajien väliset erot juttujen luettuudessa noudattelevat hyvin pitkälti lajien yleistä kiinnostavuutta Keski-Suomessa. Myös tämän tutkimuksen valossa jääkiekko on maakunnan seuratuin urheilulaji, sillä JYPin pudotuspelijutut keräsivät 15–31 prosentin lukijakunnan, kun rallien kohdalla lukema oli 6–30 ja SM-hiihtojen aikaan 7–23 prosenttia.

8.1.3 Millaista urheilujournalismia yleisö haluaa verkkolehdeltä?

Verkkolehden kohdalla tutkimuksen anti jäi hyvin niukaksi. Yksi syy lienee se, että korkeimmillaankin vain kymmenisen prosenttia kaikista vastaajista lukee verkossa olevia urheilujuttuja ja peräti 75 prosenttia ei koskaan katso urheiluun liittyviä verkkosisältöjä. Koska verkkosisältöjä ei vielä käytetä kovin ahkerasti, sain etenkin avoimiin kysymyksiin erittäin vähän hedelmällisiä vastauksia. Näin ollen vastauksia voidaan käyttää vain suuntaa-antavina laadullisina maistiaisina yleisön mielipiteistä, kuten olen tehnyt luvuissa 5, 6 ja 7. Koska tilastollisesti merkittäviä yhteneväisyyksiä ei ollut löydettävissä, esittelen tässäkin vain muutaman irrallisen huomion, joita aineistosta nousi esiin.

Keskisuomalaisen verkkopalvelussa on pyritty panostamaan sekä verkkovideoihin että kuvasarjoihin – siis sähköiselle viestimelle ominaisiin viestintämuotoihin. Huolestuttava tulos kuitenkin on, että SM-hiihto-aiheinen kuvasarja keräsi vain yhden vaivaisen paras sisältö -maininnan ja jääkiekkoaiheisen verkkovideon kertoi katsoneensa vain 2 prosenttia panelisteista. Merkillepantavaa on se, että muutamat panelistit kertoivat, etteivät tieneet Keskisuomalaisen tarjoavan tämäntyyppistä verkkosisältöä ilmaiseksi,

joten tästä on vedettävissä se johtopäätös, että paperilehden puolella on panostettava yhä näkyvämmiin verkkolehtivinkkaamiseen.

Ainoa sisällöllinen seikka, joka keräsi useamman samansuuntaisen vastauksen, oli verkko-otsikon *Halssilan pyssymies riehui Porin illassa* moittiminen. Vastaajien mielestä oli mautonta ja moraalitonta puhua jääkiekko-ottelun maalisankarista tällaisella kielikuvalla.

Lisäksi rallien aikaan nousi esille, että sekä rallista kiinnostuneilla, että heillä, joita laji ei kiinnosta lainkaan, oli yksi yhteinen kiinnostuksen kohde: erikoiskokeiden sijainnit ja ajankohdat. Koska EK:t ja oheistapahtumat aiheuttavat suuria liikeneruuhkia, näitä tietoja etsivät verkosta ja paperilehdestä myös he, joita rallit eivät muuten kiinnosta lainkaan. Tämäntyyppisiin juttuihin on siis syytä panostaa myös jatkossa.

8.1.4 Mitä ei kannata laittaa lehteen?

Kaikkien tapausten yhteydessä panelisteilta kysyttiin, oliko paperilehdessä sellaista asiasisältöä, jonka vastaaja oli saanut jo edellisenä iltana sähköisistä medioista.

Kolmesta casesta selvästi eniten päällekkäisyyttä koettiin olevan jääkiekon pudotuspelien aikaan (36 % panelisteista vastasi näin), kun hiihtojen ja rallien aikaan samaa mieltä oli vain noin neljännes vastaajista. Kuitenkin kun kysyttiin, tarjosivatko sanomalehden jutut kuitenkin jotain uutta, lukemisen arvoista sisältöä ja jos kyllä, millaista, jääkiekkouutisoinnista koettiin paperilehdestä saatavan eniten lisäarvoa. Avoimissa vastauksissaan lukijat kertoivat sanomalehden olevan sähköisiä medioita perusteellisempi, laajempi, syvällisempi, taustoittavampi, monipuolisempi ja täsmentävämpi.

Kuten odottaa saattoi, lukijat kokivat päällekkäisyyttä olleen eniten tulosuutisoinnin osalta. Moni oli nähnyt kilpailun tai ottelun tuloksen jo edellisiltana sähköisistä medioista. Kuitenkin tietynasteiselle tulosuutisoinnille on kysyntää paperilehdenkin lukijakunnassa. Esimerkiksi ralliviikonlopun luetuin juttu oli päätöspäivän jälkeen

julkaistu *Loebia vastaan ei riitä edes erinomainen ajo*, joka kokosi yhteen rallin lopputulokset. Voidaan siis todeta, että vaikka modernissa urheilujournalismissa pyritäänkin irti tuloskeskeisyydestä, myös tuloslähtöisillä jutuilla on edelleen vankka lukijakuntansa. Kaikki eivät edelleenkään ole sähköisen median suurkuluttajia – tosin tilanne voi muuttua hyvinkin voimakkaasti tulevina vuosina.

Samojen taustaoletusten vuoksi panelisteilta kysyttiin myös, kuinka usein he lukevat printtilehden tulospalstaa, johon kootaan päivittäin hyvin tiiviiseen, listamaiseen muotoon urheilutuloksia ja -tilastoja. Päivittäin sitä lukee reilu viidennes (22 %), silloin tällöin 42 % ja ei koskaan 36 %. Ikäryhmittäin lukuaktiivisuudessa oli kuitenkin suuria eroja. Nuoret lukevat tulospalstaa harvakseltaan: alle 30-vuotiaista sitä lukee päivittäin vain 4 % vastaajista ja yli puolet ei koskaan. Yli 50-vuotiaista taas kolmannes lukee tulospalstaa päivittäin ja vain kolmannes ei koskaan. Koska erot ikäryhmien välillä ovat näin suuria ja lukijakunta uudistuu tulevina vuosikymmeninä, on aiheellista ennustaa, että tämä juttutyyppe lienee tulevaisuudessa ensimmäisten joukossa vaakalaudalla. Tätä tutkimusta varten haastatellut urheilutoimittajat eivät kuitenkaan – ainakaan vielä – olleet järin innostuneita karsimaan lehden painettavia tuloksia.

8.2 Kohtaavatko journalistiset ihanteet ja yleisön tarpeet?

Jälleen palaan johdannossa esittämäni perusrivistä, kohtaavatko journalistiset ihanteet ja yleisön kulutustottumukset. Kysymys on sikäli vaikea, että kuten luvussa 1.1.4 esitän, yleisö on fragmentoitunutta, jopa atomisoitunutta (Uimonen 2009, 295). Steen (2008, 1) on kirjoittanut, että ihmiset suhtautuvat urheiluun yhtä polarisoituneesti kuin uskontoon: toisten mielestä kyse on sorrosta, tekopyhyydestä, korruptiosta ja vaarallisesta instituutiosta. Toiset näkevät vain gloriaa, kauneutta ja mahdollisuuden palvoa jotakin itseään suurempaa. Kuinka tällaista joukkiota voisi siis tasapuolisesti tyydyttää? Kuinka rajamailla häilyvien lukijoiden lukijusprosessit saataisiin sitoutuneiksi ja säännöllisiksi, etteivät lukijuuden halkeamat repeä kokonaisten sukupolvien levyisiksi (ks. Kärki 2004, 9, 178)?

Pohjimmiltaan kyse on siitä, kenelle urheilusivuja ylipäättään tehdään. Perinteisestihän seitsenpäiväisissä sanomalehdissä on ajateltu, että sisällön tulisi olla kiinnostavaa ja ymmärrettävää jokaiselle lukijalle ja erityisesti sille kuuluisalle Pihtiputaan mummulle. Urheilusivuilla ei siis voida kikkailla lajitermistöllä aivan kuten kulttuuritoimittajatkaan eivät omalla osastollaan saa lennättää ajatuksiaan alan erikoislehtien tapaan.

Yleispätevän, kaikille sopivan juttupuuron tarjoaminen ei kuitenkaan enää 2010-luvulla ole autuaaksi tekevä ratkaisu – siitä kertovat sanomalehtien levikkikäyrät.

Tällä hetkellä sanomalehtien sisäiset journalistiset ihanteet ja yleisön tarpeet kohtaavat vain osittain. Siitä kertoo muun muassa se, että mitä nuoremmilta kysytään, sen vähemmän sanomalehteä luetaan (ks. lisää luvusta 3.3.2). Myös tämän tutkimuksen valossa on syytä tehdä muutamia linjanvetoehdotuksia (ks. luku 8.3), sillä edelleen noin 15 prosenttia Keski-suomalaisen lukijoista ei koskaan lue urheilusivuja.

Koska yleisö on yhä pirstaloituneempaa, on sen miellyttäminen yhä vaikeampaa. Analyyttinen jääkiekkajuttu, joka miellyttää yhtä osayleisöä, työntää toisia yleisönosia yhä kauemmaksi urheilusivuista. Yksi ratkaisu voisi olla sisältöjen räätälöiminen osayleisöille. Koska kaikkia ei kuitenkaan voida miellyttää, päätetään, ketä milläkin jutulla palvellaan ja tehdään se hyvin. Käytännön työkalu tämän ajatuksen toteuttamiseen voisi olla aikakauslehtimaailmasta tuttu mallilukija²⁷, joita urheilusivuilla voisi olla useita. Perinteisistä urheilulajeista kiinnostunut 65-vuotias Kauko, huippu-urheilua vieroksuva mutta kuntoilua harrastava 55-vuotias Pirjo, jääkiekko-orientoitunut 40-vuotias Jari, uusimmista trendilajeista viehätynyt 27-vuotias Viivi ja niin edelleen. Kun jokainen juttu kohdennettaisiin tietylle mallilukijalle, erilaiset osayleisöt tulisivat mahdollisimman hyvin huomioiduiksi. Kiinnostavuutta ei

²⁷ Kuvitteellinen lehden tyypillinen lukija, jonka avulla mietitään lehden linjaa tai yksittäisiä juttuja. ”Mallilukija-väline auttaa toimituksien erottautumista muista lehdistä lukijoiden kiinnostuksen herättämisessä” (Ruoranen 2010, 22).

nimittäin voi ymmärtää määrittelemättä, kenelle jutun pitäisi olla kiinnostava tai kenen kiinnostumista tavoitellaan (Heikkilä, Ahva, Siljamäki & Valtonen 2012, 261).

8.3 Mihin suuntaan urheilujournalismia kannattaisi kehittää?

Lajirunsaus ja jatkuva kiire (esim. Pänkäläinen 1998a, 37) määrittävät käytännössä urheilutoimitusten toiminta- ja päämääräsääntöjä (ks. Heikkilä, Ahva, Siljamäki & Valtonen 2012, 13–15), eikä valintoja voida tehdä aina puhtaan journalistisin perustein. Otteluohjelmat, työvuorolistat ja avustajabudjetit sanelevat käytännön reunaehdot, joiden raameissa journalismia tehdään. Virtapohja (1999, 12) kutsuukin urheilusivujen tuloslähtöistä massatehtailua osuvasti fordismiksi, jonka hyötyihin kuuluvat tasainen uutisoitavuus ja tulevien juttujen ennakoitavuus. Toisaalta kääntöpuolena on – myös lukijan näkökulmasta – juttutuotannon ennalta-arvattavuus ja yllätyksettömyys.

Jotta käytännön reunaehtojen puristuksessa olisi mahdollista kehittää journalismia, on sisältökeskustelun oltava jatkuvaa ja linjanvetojen selviä. Tätä varten teen seuraavassa muutaman kehitysehdotuksen, mihin suuntaan urheilujournalismia kannattaisi – tämän lukijatutkimuksen valossa – kehittää.

Hyvin harkittua ultrapaikallisuutta

Paikallisuus on perinteisesti ollut yksi seitsemänpäiväisten sanomalehtien vahvuuksista (näin mm. Kärki 2003, 181), ja paikallisuutta ja hyperpaikallisuutta on esitetty jopa journalismin pelastajiksi (mm. Drake 2009, 37–39). Myös tämän lukijatutkimuksen vastauksissa nousi esille se, että lukijat arvostavat paikallisten urheiluaiheiden nostamista esiin. Hankalassa taloustilanteessa ja levikkien laskiessa monessa lehdessä – paikoin myös Keskisuomalaisessa – on turvauduttu jopa ultrapaikallisuuteen, eli mitättömimmänkin tuntuisesta maakunnan uutisesta voidaan tehdä juttu.

Keskisuomalaisen urheilutoimituksen esimiehen Ari Mäntylän (haastattelu, 2012) mielestä on ongelmallista, että yltiöpäisen lukijoiden miellyttämisen vuoksi uutiskynnys on hävinnyt täysin. Hän vertaa tilannetta Pandoran lippaaseen: kun yhden rosoisen

paikallisuutisen julkaisee, pian on jonossa kymmenen samantasoista juttuaihetta, joista vaaditaan uutista. Ja kun uutiskynnystä ei ole, aiheiden torppaamiseen ei ole enää perusteita. Mäntylän mielestä ärhäkkyys ja kriittisyys on vähentynyt samaa tahtia urheilutoimituksen journalistinen itsemääräämisoikeuden alamäen kanssa.

On eittämättä totta, ettei kaikkien kylähullujen juttuvinkkejä tarvitse suodattamatta uutisoida, mutta ultrapaikallisuudessa voisi silti olla ajatusta. Paikallislehtimäinen ultralokaali sisältö voisi olla juuri sellaista sisältöä, mitä lukija ei mistään muusta mediasta saa – ei edellisenä iltana eikä myöhemminkään. Ultrapaikallisuudelle on kuitenkin laadittava tarkat journalistiset uutiskriteerit, joiden perusteella julkaistavat jutut valitaan. Pelkkään rosoisuuteen vedoten ei kannata julkaista mitä tahansa, sillä kuten edellä tuli todettua, uutiskynnystä tarvitaan paitsi päivittäiseen sisältötarjonnan priorisointiin myös journalististen valintojen perustelemiseen toimituksen ulkopuolelle.

Lisää sisältöä nuorille ja naisille

Kuten edellä totesin, kasvattaakseen lukijakuntaansa urheilutoimituksen kannattaisi tarjota jatkossa kohdennettuja sisältöjä alle 30-vuotiaille ja naisille, jotka ovat urheilusivujen laiskinta lukijakuntaa. Toisaalta voidaan pohtia, mikä on urheilujournalismin perustehtävä: onko tarkoituksena saavuttaa mahdollisimman laaja yleisö vai palvella mahdollisimman hyvin ”vakioasiakkaita” (Koljonen 2000, 7). Jos päätetään pyrkiä lukijakunnan laajentamiseen, nuorista ja naisista on syytä aloittaa – vaikkapa edellä mainittujen mallilukijoiden avulla.

Kiinnostavuutta lukijoiden näkökulmasta voidaan lähestyä esimerkiksi käyttötarkoituksijaottelun avulla. Kunelius (2004, 119–120) tiivistää joukkoviestinnän käyttösyitä neljään pääluokkaan:

1. Irtiotto tai huvitus: Median avulla paetaan rutiineja, rasituksia, turhia paineita ja arjen omia ongelmia.

2. Henkilökohtaiset suhteet: Median avulla luodaan kumppanuussuhteita välineissä esiintyviin ihmisiin ja pysytään mukana päivän puheenaiheissa.
3. Identiteetin uusintaminen: Mediaa käytetään ”minän viitepisteinä”, jonka avulla ilmaistaan omaa elämää sekä vahvistetaan ja uusinnetaan arvoja.
4. Ympäristön tarkkailu ja tiedonhankinta: Mediasta kerätään tietoa elinympäristön asioista.

Juttuaiheita voitaisiin pohtia eri mallilukijoille kohdentaen pitäen mielessä, että sanomalehden ei kannata turvautua vain neljännen tehtävän täyttämiseen. Juttutyyppeiden moninaisuutta voitaisiin laajentaa myös Vuorisen (2007, 47) pro gradun avulla. Hän nimittäin tutki nykyaikaisen urheilujournalismin tehtäviä, jotka tiivistyivät neljään pääluokkaan: 1. urheilun tapahtumien ennakoiminen, 2. urheilun ilmiöiden taustoittaminen, 3. lukijoiden viihdyttäminen ja 4. urheilusta osana yhteiskuntaa kertominen. Ihan jo mutu-tuntumallakin arvioiden sanoisin, että kohdat 2 ja 4 jäävät tällä hetkellä muita vähemmälle huomiolle.

Edellä esitetyistä laajennusehdotuksista huolimatta täytyy muistaa, että tutkijoiden hehkuttamat käyttötarkoitukset ja muut teoreettiset mallit luovat merkityksellisyyden harhaa: kaikille mediateksteille ei aina löydy selkeää merkitystä tekstin käytölle. Merkitys voi löytyä myös rutiineista ja lukemisen tavoista. (Kärki 2004, 59–60.) Väitän kuitenkin, että ennen kuin lukija lukee urheilusivuja silkasta lukemisen ilosta ja rutiinista käsin, hänen on löydettävä jutuille selkeä käyttötarkoitus. Näin lienee juuri nuorten, naisten ja muiden urheilusivuja harvakseltaan lukevien kohdalla.

Urheilujournalismin urheilua laajentamassa

Toista mahdollisuutta laajentaa lukijakuntaa on pohdittava filosofisemmalla tasolla: mitä ylipäättään on urheilujournalismin ”urheilu”? Kyselyissä kävi nimittäin ilmi, että Keski-suomalaisen urheilujournalismita toivotaan yhä enemmän kunto- ja

terveysliikunta-aiheita, junioriurheilua, alempia sarjatasoja, veteraani- ja vammaisurheilua. Mutta kuuluvatko ne urheilujournalismin ”urheiluun”?

Perinteisesti urheilujournalismin esittämän urheilun on sanottu olevan ”maskuliinista, kilpaurheilupainotteista, kaupallista, viihteellistä, yksilön pätevyyttä korostavaa, nationalistista, mutta samalla ylikansallista ja niin edelleen” (lukuisia aiempia tutkijoita referoiden Koljonen 2000, 5–7). Koljosen omien havaintojen mukaan ”mediaan pääsevässä urheilussa kansainvälisyys, ammattimaisuus ja viihteellisyys ovat olleet ja ovat yhä nykyäänkin alisteisia suoritukselle ja kilpailulle – ja on melko vaikea vetää rajaa siihen, mikä on mediaan kelpavaa urheilua ja mikä jotain muuta”. Noita rajanvetoja tehdään kuitenkin urheilutoimituksissa päivittäin, sillä laaja-alaisella urheilun kentällä toisessa ääripäässä on tiukkarajainen huippu-urheilu ja toisessa monimuotoinen liikuntakulttuuri.

Vaikka perinteisesti erityisesti kuntoliikuntajuttujen suhdetta urheilujournalismiin on pidetty etäisenä (mm. Hemánus 1983, 44), on tämän lukijatutkimuksen valossa syytä ehdottaa niiden sisällyttämistä urheilusivuille. Ajatus ei ole uusi, vaan esimerkiksi Malisen (2011, 73) graduunsa haastatteleva Savon Sanomien urheilutoimituksen esimies Tomi Turunen ounastelee, että kuntoilujuttujen osuus tulee lähivuosina lisääntymään, kuten muunkin ilmiö- ja reportaasisisällön.

Toinen vähäiselle mediahuomiolle perinteisesti jäänyt urheilun osa-alue on vammaisurheilu, joka kyllä lasketaan urheilujournalismin ”urheiluun” kuuluvaksi, mutta joka jatkuvasti jää terveiden urheilua pienemmälle palstatilalle. Aihe on erityisen ajankohtainen tätä kirjoitettaessa, helmikuussa 2013, sillä maassamme on alkuvuoden vellonut keskustelu siitä, olisiko ratakelaja Leo-Pekka Tähti pitänyt valita vuoden urheilijaksi purjelautailija Tuuli Petäjä-Sirénin sijaan. Se, että urheilutoimittajat arvostivat olympiahopeamitalistin paralympiavoittajaa korkeammalle, kertoi monen mielestä siitä, ettei vammaisurheilua kohdella edelleenkään tasavertaisesti terveiden urheilun kanssa. Kysymys kuuluu, milloin urheilujournalismi todella on valmis laajentamaan vielä toistaiseksi kapea-alaista käsitystään urheilusta.

Vähemmän tulosurheilua ja STT:n juttuja

Kun ehdotetaan uusien osa-alueiden parempaa huomioimista, joku taatusti älähtää: ”Ei meillä riitä sivutilaa!” Senpä vuoksi on osoitettava, mistä aihealueista voitaisiin karsia, jotta uusille juttuaiheille löytyisi palstamillimetrejä.

Vastaus on selvä: lukijat kokivat tämän kyselyn perusteella sähköisten ja painettujen medioiden välillä selvästi eniten päällekkäisyyttä tulosuutisoinnin osalta – sitä siis olisi syytä karsia. Näin ovat myös aiemmat tutkijat todenneet. Esimerkiksi Arolainen (1999, 30) totesi jo 14 vuotta sitten, ettei tulos ole enää uutinen ja että seuraava askel olisi ”synnyttää perinteisen selostamisen ja kilpaurheilun seuraamisen rinnalle kriittisempi, yhteiskunnallisemmin aihepiiriä tarkasteleva urheilutoimittamisen tapa”. Hän ehdottaa yhdeksi työtavaksi osastorajat ylittävää yhteistyötä: esimerkiksi urheilu- ja taloustoimittajat voisivat työstää juttuja yhdessä, sillä ”urheiluelämä ei saa pysyä yhteiskunnasta erillisenä teflon-pintaisena saarekkeena”.

Myös Keski-suomalaisen urheilutoimituksen esimies Ari Mäntylä oli teemahaastattelussa (2011) sitä mieltä, että tulos- ja tapahtumauutisoimintaa olisi syytä vähentää, eikä esimerkiksi jokaisesta paikallisjoukkueen ottelusta ole syytä tehdä juttua. Jos tapahtumauutisoimintaa päätettäisiin karsia, lukijoiden kokema päällekkäisyys sähköisten medioiden kanssa vähenisi ja tilaa jäisi sellaisille urheilujutuille, joita lukijat eivät muualta saa. Sen sijaan tulospalstaa ei tämän tutkimuksen valossa ole syytä lopettaa – ainakaan vielä. Muutaman vuoden kuluttua tilanne voi olla jo toinen.

Myös STT:n tarjontaa on syytä seuloa entistä tiukemmalla haravalla. STT:n jutut ovat tyypillisesti juuri niitä kansallisen tai kansainvälisen tason urheilujuttuja, jotka yleisö lukee, kuulee tai näkee jo edellisiltana sähköisistä medioista.

Käytännössä ehdotukseni tulosurheilun ja STT-tarjonnan karsimisesta tarkoittaa sitä, että omia juttuja mahtuisi lehteen entistä enemmän. Se taas ei nykyisillä resursseilla ole oikein mahdollista, sillä viittä vakituista urheilutoimittajaa työllistävät paljolti myös

iltavuorot taittovastuineen, eikä juttu per päivä -tahti ole urheilutoimituksessa aina mahdollinen. Pallo on siis tältä osin heitettävä päättäjäportaalle: jos sanomalehtien tulevaisuus halutaan pelastaa, omaan, laadukkaaseen ja syvälliseen juttutuotantoon on pakko panostaa aiempaa enemmän. Samaan tulokseen tulivat myös Heikkilä, Ahva, Siljamäki & Valtonen (2012, 274–275):

”Odotusta journalismin syvällisyydestä voi pitää tutkimuksen kantavana empirisenä löydöksenä. – – Journalismin kiinnostavuus näyttää edellyttävän, että tällaista (syvällisiä juttuprosesseja) tapahtuisi riittävän usein ja säännöllisesti. – – Se johtaa ajattelemaan sellaista journalismin lisäarvoa, joka ei ole rahassa mitattavissa. Olisikohan mediataloissa varaa ottaa nämä havainnot vakavasti?”

Verkkopalvelua uudistettava jatkuvasti

Laadukkuuden vaatimus ei tietenkään yllä pelkästään paperilehteen. Jos printtilehdessä riittää, että suunnanmuutoksia tehdään hitaan vakaina käännöksinä, on verkkopalvelun oltava jatkuvasti muutoksen aallonharjalla ja eturintamassa. Urheilutoimittamisen osalta keskeinen kysymys jo tällä hetkellä on ei-journalististen uutislähteiden käyttö. Innokkaimmat lajifanaatikot hakevat uutisensa suoraan urheilulajien ja seurojen omilta verkkosivuilta, kuten esimerkiksi rallikyselyssä kävi ilmi. Monilla lajiliitoilla on aikomuksena lisätä tulevaisuudessa suorien ottelulähetysten näyttämistä netissä²⁸ ja yhä kiristyvillä sponsorimarkkinoilla kilpailevien seurojenkin luulisi panostavan vuosi vuodelta enemmän verkkonäkyvyyteen paitsi omilla sivuillaan myös sosiaalisessa mediassa.

Perinteisillä medioilla on kaksi vaihtoehtoa, kuinka suhtautua ei-journalistisiin urheiluuutislähteisiin. Joko linkkaamista suoraan niihin on tehostettava huimasti ja hyväksyttävä, ettei oma toimitus voi kilpailla kymmenien lajiliittojen ja seurojen tiedotuskoneistojen kanssa. Perinteisten medioiden rooli voisi olla enemmänkin

²⁸ Tieto käy ilmi Keski-suomalaisessa 19.10.2012 julkaistusta jutusta *Jääkiekko, pesäpallo ja salibady uskovat nettiin*, jonka kirjoitti Jarmo Sieviläinen.

kokoava, jolloin lukija tulisi ensisijaisesti lehden sivujen kautta etsimään, mistä löytää tiedon nopeimmin. Se kuitenkin vaatii sitä, että pelko omien sivujen ulkopuolelle linkkaamisesta on unohdettava. Toinen vaihtoehto on kehittää omaa sisällöntuotantoa niin paljon, ettei se jatkuvasti häviä ei-journalistisille urheilu-uutislähteille. Tämä kuitenkin vaatisi jälleen merkittävää lisäresurssointia.

Myös teknisellä puolella on kehitettävää. Haaga-Heliassa online-journalismia tutkinut Drake (2009, 94) huomasi, etteivät suomalaiset verkkomediat käytä multimedialla tai muita näyttäviä graafisia elementtejä samassa määrin kuin yhdysvaltalaiset valtamediat. Tämä pitää paikkansa myös ksml.fi-verkkopalvelun kohdalla. Draken mielestä parhaisiin verkkokäytäntöihin kuuluu erilaisten verkkovideoiden, Flash-toteutusten ja pod- ja vod-castien²⁹ julkaiseminen sekä aito dialogisuus yleisön kanssa. Näitä kaikkia vielä toistaiseksi alihyödynnetään Keski-suomalaisessa.

Yhtä kaikki: kohti laadukkaampaa journalismia

Loppujen lopuksi millään edellä esitetyistä sisällöllisistä tai teknisistä seikoista ei ole mitään merkitystä, ellei tärkein kriteeri täyty: journalismin – niin verkossa kuin printissäkin – on oltava niin laadukasta, että yleisö haluaa lukea sitä ja on valmis maksamaan siitä. Kuten edellä korostin, keskeinen laatumääre on syvällisyys, eikä sellaisten juttujen tekeminen onnistu kiireessä. ”Aito luovuus vaatii kuitenkin aikaa – jopa pitkästyminen”, muistuttaa Hilka Olkinuora (2009, 8–9) ja kehottaa tähtäämään kohti slow mediaa ja slow newsiä. Hän pohtii hidasta journalismia näin:

”Hidas uutinen suhtautuu pikauutiseen kuin hyvä aterian hampurilaiseen tai istukka verensiirtoon. Sillä on hidas glykeeminen indeksi verrattuna hälyyutisen sokerihumalaan, mutta se pitää kyläisenä pidempään. Se suhtautuu kuin kommunikaatioinformaatioon, kansalaisuusalamaisuuteen, ihminen koulutettuun eläimeen.”

²⁹ Pod-cast tarkoittaa verkossa julkaistavaa äänitiedostoa ja vod-cast verkossa julkaistavaa videotiedostoa.

Hienoja kielikuvia – hieman vaikeitakin – mutta selkeä perusajatus: hidas uutinen tyydyttää monenlaiset tarpeet ja pidemmäksi aikaa kuin kiireessä kyhätty. Hankalaksi hitaan uutisen kirjoittaminen tekee se, että se vaatii ”sivistystä, arvostelukykä ja rohkeutta” (Olkinuora 2009, 10) ja jälleen kerran resurssointia. Jos vanhakantainen journalismi oli reaktiivista (tapahtumiin reagoivaa), on tämän päivän sana proaktiivinen journalismi (porautuu syvemmälle, analysoi, kritisoi, tutkii) (Vehkoo 2011, 211–212). Yksi yritys tähän suuntaan on hitaaseen journalismiin uskovien freelance-toimittajien perustama Long Play-palvelu, jossa myydään laatujournalismia verkkovälitteisesti (@Long Play 2013). On iso ero siinä, onko media – tässä tapauksessa Keskisuomalainen – kuluttajalle tarpeellinen vai kertakaikkisen korvaamaton (ks. Vehkoo 2011, 21).

Teesini on tullut selväksi: vähemmän tulosuutisia ja STT:n juttuja, jolloin tilaa jää hyvin harkituille (ultra)paikallisjutuille, uudenglaisille urheilujutuille ja syvällisemmälle sisällölle. Enää on yksi iso mutta: miten laatua voidaan tuottaa nykyisillä resursseilla?

Journalisti-lehden (@Journalisti.fi 2012) mukaan suomalaisten sanomalehtien taloustilanne on hyvä ja monien jopa erinomainen. ”Mediayritykset tekevät miljoonatulosta, liikevoittoprosentit ovat korkeita ja tuottavuus hyvä.” Keskisuomalainen Oy kuului 24,09:n liikevoittoprosentillaan kaikkein kannattavimpiin mediayrityksiin. ”Erinomaisista kannattavuusluvuista huolimatta monessa sanomalehdessä töitä tehdään kiireessä ja pienillä resursseilla. Miksi?”, ihmettelee jutun kirjoittanut Meri Valkama. Niinpä. Kysymykseen on vaikeaa keksiä yhtään järjellistä vastausta.

8.4 Suuntaviivoja jatkotutkimukselle – yleisöä ymmärtämässä

Kuten Hakala (2009, 120) muistuttaa, yksikään gradu ei murra eikä rakenna uutta tieteellistä teoriaa – ei myöskään tämä tutkielma. Kyse on kuitenkin siitä, että tämän tutkimuksen jälkeen Keskisuomalaisen urheilujournalismi yleisön näkökulmasta on hieman paremmin ymmärretty kuin ennen tätä tutkimusta (ks. emt., 179).

Kuten tuoreehkossa kansainvälisessä journalismin tutkimuksen oppikirjassa (Wahl-Jorgensen & Hanitzsch 2009, 12–13) muistutetaan, paikallinen ja maakunnallinen media sivuutetaan usein alan tutkimuksessa siitäkin huolimatta, että laaja enemmistö toimittajista työskentelee juuri siellä. Sama huomiotta jättämisen trendi koskee myös erikoisalojen toimittajia (joihin urheilutoimittajat eittämättä lasketaan). Wahl-Jorgensen & Hanitzsch suosittelevat tutkimuksellisen katseen suuntaamista kohti yleisöä: ”tehdäkseen oikeutta journalismin merkityksellisyydelle tutkijoiden tulisi tutkia ja mallintaa sitä monimutkaisena prosessina, johon sisältyvät niin tuottajat, sisällöt kuin yleisötkin”³⁰. Jatkotutkimuksen valossa tämäntyyppinen tutkimus, jossa ympätään yhteen koko journalismin pyhä kolminaisuus, on taatusti hedelmällinen, mutta gradunkokoisessa opinnäytteessä trio osoittautui turhan laajaksi. Paljon jäi sanomatta (ja ajattelematta), joten ehkäpä jatkan aiheen penkomista tuonnempana laajemman, jatko-opintoihin liittyvän opinnäytteen merkeissä.

Marraskuussa 2012 julkaistussa poikkeuksellisen laajassa kotimaisessa yleisötutkimuksessa (Heikkilä, Ahva, Siljamäki & Valtonen 2012) huomattiin, että yleisö on vaikea ja ”liukas” objekti niin käsitteellisesti kuin empiirisestikin. Koska yleisö itse ei osaa määritellä, mitä on kiinnostava journalismi (mikä tuli huomatuksi myös minun tutkimuksessani), Heikkilän tutkimusryhmä päätti lähestyä asiaa toisesta vinkkelistä ja jaotteli yleisön kolmeen yleisösegmenttiin mediankäyttötapojen mukaan. Segmentit ovat 1. massa, 2. yleisö ja 3. julkiso, ja seuraavassa esittelen nämä käsitteet sitoen ne omaan tutkimusaiheeseeni. Tämänsuuntaisesta yleisön ymmärtämisen tavasta voisi kehkeytyä erittäin kiinnostava suunta jatkotutkimukselle.

Massan näkökulmasta yleisö kuluttaa mediaa hyvin rutiininomaisesti, loputtomana sisältövirtana, jonka seuraamisen tavoitteena on ennen muuta kärryillä pysyminen. Kyse on siis median ”tapakäytöstä”, joka on arjen rytmittämää ja uutispainotteista. (Heikkilä, Ahva, Siljamäki & Valtonen 2012, 128.) Oman graduaiheeni näkökulmasta

³⁰ Suomennos on omani.

massapainotteinen yleisökäsitys istuu perinteiseen, vanhakantaiseen urheilujournalismin traditioon, jossa tulokset (eli urheilun perusuutiskaura) pyritään tarjoamaan yleisölle mahdollisimman kattavana sisältövirtana, jonka avulla yleisö pysyy kärryillä urheilun kokonaisvaltaisista tapahtumista. Tuotanto on yhtä rutiininomaista kuin massayleisön tapa kuluttaa sitä.

Kun yleisöä tarkastellaan Heikkilän tutkimusryhmän käsittein nimenomaan yleisönä, painopiste siirtyy yksittäisiin juttuihin ja siihen, miten niitä tulkitaan ja millaista kritiikkiä niiden lukeminen yleisössä herättää. Vaikka yleisön tulkinta avaa erinomaisen oven journalismin kiinnostavuuteen, mediatuotannossa lukijat tavataan hahmottaa useimmiten massana, eikä tulkitsevana, kriittisenä yleisönä (Heikkilä, Ahva, Siljamäki & Valtonen 2012, 130–133, 163). Urheilujournalismissa siirtymä massasta kohti yleisöajattelua näkyy modernin urheilujournalismin ihanteena. Tulosten tietoinen vaihtaminen näkemyksellisiin analyysihin lähtee perusolettamuksesta, että hyvän journalismin on herätettävä lukijoissa ajatuksia, tunteita, mielipiteitä ja kritiikkiäkin. Eli modernin urheilujournalismin parissa lukijat ymmärretään yleisönä rutiininomaisesti sisältöjä kuluttavan massan sijaan – vaikei sitä toimituksissa olisikaan tällä tavoin teoretisoitu tai ääneen ajateltu.

Kolmas mediankäyttötapa ja samalla kolmas katse yleisöön on nimeltään julkiso. Silloin lukija seuraa tiettyä asiakysymystä, sen herättämää keskustelua ja kenties jopa toimii journalismin innoittamana asiakysymyksen parissa. Julkisona toimiessa ratkaisevaa on, tarjoaako journalismi sellaisia sisältöjä, jotka herättävät keskustelua ja halua miettiä jatkotoimenpiteitä (Heikkilä, Ahva, Siljamäki & Valtonen 2012, 190–191). Tämä on yleisö-tyypeistä harvinaisimmin esiintyvä ja siksi myös urheilujournalismin kannalta vaikeimmin hahmotettavissa. Tyypillisimmillään julkisoita syntyy yhteiskunnallisesti merkittävien aiheiden piirissä, eivätkä sellaiset aiheet nykyisellään ole urheilujournalismissa kovinkaan yleisiä. Toisaalta tässä voidaan nähdä myös kehittymisen mahdollisuus: tavoitellakseen uusia yleisöjä ja sitouttaakseen entistä voimakkaammin nykyisiä lukijoita urheilujournalistien olisi syytä tarjota pureksittavaa myös julkisoille. Yksi sellainen aihe voisi Jyväskylässä tällä hetkellä olla esimerkiksi

kaupungin määrärahojen kohdentaminen erilaisiin urheilupaikkoihin. Harjua on jo kunnostettu, samoin jääkiekkoilijoiden Synergia-areena on uusittu, mutta Hippoksen pesäpallostadion odottaa edelleen määrärahapäätöstä – jo kolmatta vuotta. Siinäpä olisi aihe, jolla saattaisi saada julkisonkin heräämään.

Lukijalle saattaa tässä vaiheessa herätä kysymys, miksi esittelen vielä kokonaan uuden teorian aivan tutkielmani loppusuoralla. Siihen on kaksi syytä: 1. Edellä lainaamani Heikkilän tutkimust ryhmän tuotos julkaistiin vasta marraskuussa 2012, kun oma työni oli jo aivan loppusuoralla. Siitä huolimatta sain kirjasta niin isoja ajatuksenavaajia ja oivalluksia, että halusin ehdottomasti sisällyttää ne työhöni mukaan edes tällä tavalla. 2. Jos jatkan (tai joku muu innokas jatkaa) saman aiheen penkomista myöhemmin jatkotutkimuksessa, Heikkilän tutkimusryhmän jaottelun hyödyntäminen tuntuisi aivan erinomaiselta lähtökohdalta yleisön kiinnostuksenkohteiden uudennlaiselle ymmärtämiselle.

8.5 Lopuksi

Kaikesta edellä esitetystä voi tulla vaikutelma, että Keskisuomalaisen urheilujournalismi olisi keskellä kaikkien aikojen kriisiä tai että perustavanlaatuinen suunnanmuutos olisi välttämätön, jotta journalismi ylipäätään selviää tulevien vuosien murroksesta. Kuten Wiion tulevaisuuslaeissa kuitenkin lohdullisesti todetaan, ihmisillä on tapana yliarvioida läheinen tulevaisuus (@Osma A. Wiion huomioita ja kommentteja 2013). Tuudittautumiseen ei kuitenkaan ole varaa, sillä toisessa Wiion tulevaisuuslaissa todetaan myös, että kaukainen tulevaisuus on tapana aliarvioida.

Kuten tutkielmassa on moneen kertaan todettu, journalistiset ihanteet ja yleisön tarpeet eivät tällä hetkellä täysin kohtaa. Vaikka suoranaista journalismin kuolemasta ei olisikaan syytä puhua, varmaa on, että jonkinlaista suunnanmuutosta tarvitaan – ja mitä pikemmin, harkitummin ja hallitummin, sen parempi.

LÄHTEET

Kirjallisuus

- Alho, Noora (2005). Uudistuvat maakuntalehdet kadonneiden lukijoiden jäljillä. Sisällön kehittämisen rooli Keski-suomalaisen, Savon Sanomien ja Karjalaisen ulkoasu-uudistuksessa. Journalistiikan pro gradu -tutkielma. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Arolainen, Teuvo (1999). Kiekkoliigan kulisseissa. Teoksessa Karvala, Samu (toim.): Urheilujournalismista talousjournalismia? Mediainstituutin katsauksia 2/1999. Sivut 22–31.
- Boyle, Raymond (2006). Sports Journalism. Context and Issues. London: Sage.
- Couper, Mick P. (2008). Designing effective web surveys. Cambridge: University Press.
- Drake, Merja (2009). Valtamedian kainalossa. Online-journalismin parhaat käytännöt - hankkeen loppuraportti. Haaga-Helian julkaisusarja, kehittämisraportteja 3/2009. Helsinki: Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.
- Eskola, Jari & Suoranta, Juha (2005). Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.
- Hakala, Juha T. (2009). Uusi graduopas. Melkein maisterin entistä ehompi niksikirja. Helsinki: Gaudeamus.
- Hallamaa, Jaana (2002). Tieteen etiikka: ei mitään sensaatioiden siveysoppia. Tieteessä tapahtuu 02/2002. Luettavissa osoitteessa:
<http://www.tieteessatapahtuu.fi/024/hallamaa402.pdf>

Heikkilä, Heikki; Ahva, Laura; Siljamäki, Jaana & Valtonen, Sanna (2012). Kelluva kiinnostavuus. Journalismin merkitys ihmisten sosiaalisissa verkostoissa. Tampere: Vastapaino.

Heinilä, Kalevi (2000). Millainen rooli urheilujournalismilla on yhteiskunnassa? Teoksessa Miettinen, Mari (toim.): Haasteena huomisen hyvinvointi – miten liikunta lisää mahdollisuuksia? Jyväskylä: Liikunnan ja kansanterveyden edistämissäätiö (LIKES). Sivut 273–284.

Heinonen, Marja (2008). Verkkomedian käyttö ja tutkiminen. Iltalehti online 1995–2001. Viestinnän laitos, viestinnän julkaisuja 15. Helsinki: Helsingin yliopisto.

Hemánus, Pertti (1983). Urheilujournalismi ja huippu-urheilu: heijastussuhde vai symbioosi? Teoksessa Vuolle, Pauli: Liikuntaviestintä. Liikuntasuunnittelun laitos: opetusmonisteita. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Sivut 40–53.

Hirsjärvi, Sirkka; Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula (2007). Tutki ja kirjoita. 13. uudistettu painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena (2009). Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.

Hujanen, Erkki (2007). Lukijakunnan rajamailla. Sanomalehden muuttuvat merkitykset arjessa. Journalistiikan väitöstyö. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Huovila, Tapani (1995). Uutisvuorokausi. Tutkimus medioiden eroista. Helsinki: Inforviestintä.

Itkonen, Hannu; Ilmanen, Kalervo; Matilainen, Pertti & Jaskari, Liina (2008). Media urheilun tulkkina ja tekijänä. Liikuntatieteiden laitos: tutkimuksia 1/2008. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

- Joukkoviestimet 2011 (2012). Finnish Mass Media. Helsinki: Tilastokeskus.
- Kalpa, Harri (1984). Sanansaattajana Auran rannoilla. Turun Sanomat 1905–1985. Reportaasi sanomalehdestä ja sen tekijöistä. Turku: Oy Turun Sanomat.
- Kangas, Lasse (2007). Painetun sanan elämää. Keski-Suomi ja Keski-suomalainen 1871–2007. Jyväskylä: Keski-suomalainen Oyj.
- Kantola, Anu (1998). Barrikadeilta brandiksi – mitä journalisti tekee ja mitä journalistilla tehdään? Teoksessa Kantola, Anu & Mörä, Tuomo (toim.): Journalismia! Journalismia? Porvoo: WSOY. Sivut 21–40.
- Keränen, Esko (1984). Muuttuva työnkuva. Toimitustyön differentioitumiskehitys Suomen sanomalehdistössä. Suomen sanomalehdistön historia -projektin julkaisuja. N:o 24. Helsinki: Karprint.
- Koljonen, Kari (2000). Asiamiesten selostuksista ammattilaisten analyyseihin. Helsingin Sanomien urheilujournalismi vuosina 1973–1998. Tiedotusopin laitos: Julkaisuja, sarja A95 / 2000. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Kunelius, Risto (2004). Viestinnän vallassa. Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin. 5.–6. painos. Helsinki: WSOY.
- Kuula, Arja (2006). Tutkimusetiikka. Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys. Tampere: Vastapaino.
- Kuutti, Heikki (2006). Uusi mediasanasto. Jyväskylä: Atena Kustannus.
- Kärki, Anita (2004). Sivusta seuraten. Sanomalehti lukijoiden kertomuksissa. Jyväskylän yliopisto, yhteiskuntapolitiikan väitöstyö. Jyväskylä: Minerva Kustannus.

Laatikainen, Outi & Salminen, Eeva (2011). Päivä Lahdessa tehnee loven ravintoloiden tuottoihin. Juttu Tietoykkösen tutkimuksesta. Keski-suomalainen 25.2.2011. Sivu 23.

Laine, Antti (2011). Urheilujournalismin Suomi–Ruotsi-maaottelu. Vertaileva tutkimus suomalaisten ja ruotsalaisten iltapäivälehtien Ateenan 2004 ja Torinon 2006 olympia uutisoinnista. Jyväskylän yliopisto, liikunnan yhteiskuntatieteiden väitöstyö. Helsinki: Edita.

Levikintarkastus (2010). Keski-suomalaisen peittotiedot kunnittain. Tiedot luovutti Keski-suomalaisen levikkipäällikkö Erkki Ekonen sähköpostitse 23.2.2012.

Malinen, Tero (2011). Uudistuspyrkimyksiä resurssien rajoissa. Urheilujournalismin kuva Ilkassa, Satakunnan Kansassa ja Savon Sanomissa. Journalistiikan pro gradu - tutkielma. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Manninen, Ohto & Salokangas, Raimo (2009). Eljas Erkko. Vaikenematon valtiomahti. Helsinki: WSOY.

Matikainen, Janne (2010). Perinteinen ja sosiaalinen media – käyttö ja luottamus. Media & Viestintä 2/2010. Tampere: Tampereen yliopisto. Sivut 55–70.

Mervola, Pekka (1998). Suomalaiset ovat sanomalehtien lukijakansaa. Teoksessa Perko, Touko & Salokangas, Raimo (toim.): Kymmenen kysymystä journalismista. Jyväskylä: Atena. Sivut 59–79.

Mäntylä, Ari (2011). Kiekko kiinnostaa kaikkia. Juttu Tietoykkösen tutkimuksesta. Keski-suomalainen 8.9.2011. Sivu 30.

Nikunen, Kaarina (2007). Kokemuksia kokemassa – kriittinen katse yleisötutkimukseen. Tiedotustutkimus 2/2007. Tampere: Tampereen yliopisto. Sivut 61–65.

- Olkinuora, Hilikka (2009). Hitaammin? Syvemmälle? Herkemmin? Slow media haastaa hypehuiput. Teoksessa Harju, Auli (toim.): Journalismikritiikin vuosikirja 2009. Media & Viestintä 1/2009. Sivut 7–10.
- Perko, Touko (1991). Suomalainen urheilulehdistö. Teoksessa Suomen lehdistön historia (9). Aikakauslehdistön historia. Erikoisaikakauslehdet. Kuopio: Kustannuskiila. Sivut 217–261.
- Pietarinen, Juhani (1999). Tutkijan ammattietiikan perusta. Teoksessa Lötjönen, Salla (toim.): Tutkijan ammattietiikka. Helsinki: Opetusministeriö. Koulutus- ja tiedepolitiikan osaston julkaisuja. Sivut 9–20.
- Pietilä, Veikko (1997). Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä: tutkimusalan kehitystä jäljittämässä. Tampere: Vastapaino.
- Puustinen, Liina (2011). Pyyhkäisikö digiaalto yleisön? Media & Viestintä 4/2011. Yleisö-teemanumero. Sivut 2–7.
- Pänkäläinen, Seppo (1991). Urheilujournalismin synty ja kehitys suomalaisessa päivälehdistössä ennen vuotta 1945. Kuningas jalkapallon julkisuustarina. Tiedotusopin lisensiaattityö. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Pänkäläinen, Seppo (1998a). Suomalainen urheilujournalismi. Liikuntatieteellisen Seuran Impulssi XV. Helsinki: Liikuntatieteellinen Seura.
- Pänkäläinen, Seppo (1998b). Urheilujournalismiko kritiikitöntä? Teoksessa Perko, Touko & Salokangas, Raimo (toim.): Kymmenen kysymystä journalismista. Jyväskylä: Atena. Sivut 161–181.
- Rahkonen, Sami (2011). Kannattaako printtiin pantata? Kalevan ja Keski-suomalaisen verkko- ja printtilehden yhteiselo ja ongelmat. Journalistiikan pro gradu -tutkielma. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

- Rautarinta, Erno (2002). Päivittäisseurantaa ja omia ideoita. Välitetyt ja tuotetut jutut Iltä-Sanomien ja Turun Sanomien urheilutarjonnassa. Journalistiikan pro gradu -tutkielma. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Rowe, David (2001). *Sport, Culture and Media. The Unruly Trinity*. Buckingham: Open University Press.
- Ruoranen, Annika (2010). Lukijan metsästys. Mallilukijan rakentuminen aikakauslehden kehittämishankkeen aikana. Journalistiikan pro gradu -tutkielma. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Saarenmaa, Laura (2010). Kuningaskotkan kosteat kisareissut – miesurheilijat ja alkoholi mediassa. Teoksessa Kyrölä, Katariina (toim.): *Journalismikritiikin vuosikirja 2010*. Tampereen yliopisto: Journalismin tutkimusyksikkö. Sivut 134–141.
- Salokangas, Raimo (1996). *Yleisradion historia. 2. osa, 1949–1996. Aikansa oloinen*. Helsinki: Yleisradio Oy.
- Salokangas, Raimo (1987). Puoluepolitiikka ja uutisjournalismi muuttuvilla lehtimarkkinoilla. Teoksessa Tommila, Päiviö (päätoim.) & Nygård, Toivo & Salokangas, Raimo: *Suomen lehdistön historia 2. Sanomalehdistö suurlakosta talvisotaan*. Kuopio: Kustannuskiila. Sivut: 167–433.
- Saloniemi, Aira & Suikkanen, Risto (2007). *Suomalaisen uutismedian vuosiseuranta. Pilottitutkimus 2006*. Tiedotusopin laitos: Julkaisuja, sarja B46 / 2007. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Sieviläinen, Jarmo (2012). Jääkiekko, pesäpallo ja salibandy uskovat nettiin. Juttu lajiliittojen suunnitelmista hyödyntää nettiä ottelulähetysten jakelussa. Keski-suomalainen 19.10.2012. Sivu 29.

Steen, Rob (2008). *Sports Journalism. A Multimedia Primer*. New York: Routledge.

Suomen Lehdistö (6–7/2012). *Suomen Sanomalehdet 2012*. Sivut 5, 14–15.

Suomen Lehdistö (6–7/2011). *Suomen Sanomalehdet 2011*. Sivut 22–23.

Tommila, Päiviö & Salokangas, Raimo (1998). *Sanomia kaikille. Suomen lehdistön historia*. Helsinki: Edita.

Tommila, Päiviö & Raitio, Tuire (1979). *Keski-Suomen lehdistö 4: 1945–1978*.

Uimonen, Risto (2009). *Median mahti. Kuinka journalistit käyttävät valtaa ja pakottavat maan mahtavia eroamaan*. Helsinki: WSOY.

Vehkalahti, Kimmo (2008). *Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Vehkoo, Johanna (2011). *Painokoneet seis. Kertomuksia uuden journalismin ajasta*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Teos.

Vilka, Hanna (2007). *Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Virtapohja, Kalle (1999). *Mediaurheilun rotaatiomalli urheiluskandaalien selittäjänä*. Teoksessa Karvala, Samu (toim.): *Urheilujournalismista talousjournalismia? Mediainstituutin katsauksia 2/1999*. Sivut 5–21.

Vuorela, Suvi (2005). *Haastattelumenetelmät*. Teoksessa Ovaska, Saila & Aula, Anne & Majaranta, Päivi (toim.): *Käytettävyytutkimuksen menetelmät*. Tietojenkäsittelytieteiden laitos, raportti B-2005-1. Tampere: Tampereen yliopisto. Sivut 37–52.

- Vuorinen, Sanna (2007). Kohti koko kansan urheilujournalismia. Sanomalehtien urheilutoimitusten esimiehet urheilujournalismin kehittäjinä. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Wahl-Jorgensen, Karin & Hanitzsch, Thomas (2009). On Why and How We Should Do Journalism Studies? Teoksessa Wahl-Jorgensen, Karin & Hanitzsch, Thomas (ed.): The Handbook of Journalism Studies. New York / London: Routledge. Sivut 3–16.
- Yli-Saunamäki, Tapani (1999). Hyväksytäänkö seuraavaksi doping? Teoksessa Karvala, Samu (toim.): Urheilujournalismista talousjournalismia? Mediainstituutin katsauksia 2/1999. Sivut 32–35.

Internet (@)

- Hyvä tieteellinen käytäntö (2002). Tutkimuseettinen neuvottelukunta. Viitattu 4.5.2012.
http://www.tenk.fi/hyva_tieteellinen_kaytanto/kaytanto.html
- Journalisti.fi (2012). Sanomalehtibisnes on kultakaivos. Julkaistu 16/2012. Viitattu 6.2.2013.
<https://journalistiliitto-fi.directo.fi/journalisti/lehti/2012/16/uutiset/sanomalehtibisnes-on-kultakaivos/>
- Jyväskylän yliopiston valintaopas (2012). Viitattu 28.5.2012.
<https://www.jyu.fi/hum/opiskelijavalinta/paavalinta/journalistiikka>
- Keskisuomalainen (2012a). Keskisuomalainen Oyj:n historia. Viitattu 7.6.2012.
<http://www.keskisuomalainen.com/web/index.php?id=110>
- Keskisuomalainen (2012b). Keskisuomalainen Oyj:n kustannustoiminta. Viitattu 7.6.2012.
<http://www.keskisuomalainen.com/web/index.php?id=107>

Kärkimedia (2011). Kärkimedian paneeli. Viitattu 11.11.2011.

http://www.karkimedia.fi/index.php?option=com_content&task=view&id=376&Itemid=239

Levikintarkastus (2012). Levikkihaku-palvelu. Viitattu 7.6.2012.

<http://www.levikintarkastus.fi/levikkietokanta/index.php>

Long Play (2013). Mikä Long Play? Viitattu 4.2.2013.

<http://longplay.fi/tiedote/>

Lähdesmäki, Tuuli; Hurme, Pertti; Koskimaa, Raine; Mikkola, Leena & Himberg, Tommi (2013). Menetelmäpolkuja humanisteille. Jyväskylän yliopisto, humanistinen tiedekunta. Viitattu 21.1.2013.

<http://www.jyu.fi/mehu>

Markkinointi & Mainonta (2012) Uutinen: SBS tekee paikallisradioistaan Radio Cityjä – aloittaa ytteet. Julkaistu 11.6.2012. Viitattu 15.11.2012.

<http://www.marmai.fi/uutiset/sbs+tekee+paikallisradioistaan+radio+cityja++aloittaa+yyteet/a2144719>

Mediaopas (2012). Mediasanasto. Viitattu 7.5.2012.

<http://www.mediaopas.com/sanasto/>

Media & Viestintä (2012). Lehden tausta. Viitattu 17.10.2012.

<http://www.mediaviestinta.fi/tausta.html>

RAM-paneeli (2011). Tietoja RAMista. Viitattu 11.11.2011.

<http://www3.rampanel.com/fi/tietoja-ramista/>

Sanomalehtien Liitto (2002). Toisen asteen koulutukseen suunnatun lehtikurssin tulostettava verkkoaineisto. Viitattu 7.5.2012.

http://www.sanomalehdet.fi/files/22/lehtikurssi_.pdf

Sanomalehtien Liitto (2011). Osuudet eri viestimien päivittäiseen seuraamiseen käytetystä ajasta. Viitattu 11.11.2011.

<http://www.sanomalehdet.fi/index.phtml?s=139>

Taloussanomien (2012). Uutinen: ”Sinullakin pitäisi olla näin monta Facebook-kaveria”. Julkaistu 6.11.2012. Viitattu 15.11.2012.

<http://www.taloussanomien.fi/harrastukset/2012/11/06/sinullakin-pitaisi-olla-nain-monta-facebook-kaveria/201241487/139>

Osmo A. Wiion huomioita ja kommentteja (2013). Wiion tulevaisuuslait (1970–1973). Viitattu 5.2.2013.

<http://osmo.wiio.net/wiion-lait/>

Haastattelut

Kinnunen, Erkki (2011). Keskisuomalaisen urheilutoimittaja. Teemahaastattelu 13.10.2011.

Kivinen, Anna (2012). Keskisuomalaisen verkkotoimittaja. Tiedonhankintahaastattelu 11.10.2012.

Kulmala, Ilkka (2011 & 2012). Keskisuomalaisen urheilutoimittaja. Teemahaastattelu 13.10.2011, tiedonhankintahaastattelu 15.10.2012.

Kärki, Heikki (2011). Keskisuomalaisen urheilutoimittaja. Teemahaastattelu 13.10.2011.

Mäntylä, Ari (2011 & 2012). Keskisuomalaisen urheilutoimittajan esimies. Teemahaastattelu 20.10.2011, tiedonhankintahaastattelu 25.10.2012.

Roimela, Tommi (2011). Keskisuomalaisen urheilutoimittaja. Teemahaastattelu
20.10.2011.

Henkilökohtaiset tiedonannot

Kinnunen, Erkki (15.10.2012). Henkilökohtainen tiedonanto sähköpostitse Kinnusen
työhistoriasta Keskisuomalaisessa.

Kulmala, Ilkka (15.10.2012). Henkilökohtainen tiedonanto sähköpostitse Kulmalan
työhistoriasta Keskisuomalaisessa.

Kärki, Heikki (15.10.2012). Henkilökohtainen tiedonanto sähköpostitse Kärjen
työhistoriasta Keskisuomalaisessa.

Mäntylä, Ari (14.6.2012). Henkilökohtainen tiedonanto tekstiviestitse Mäntylän
työhistoriasta Keskisuomalaisessa.

Pasanen, Inkeri (4.2.2013). Henkilökohtainen tiedonanto sähköpostitse liittyen
Keskisuomalaisen tabloid-selvitystilanteeseen.

Roimela, Tommi (15.10.2012). Henkilökohtainen tiedonanto sähköpostitse Roimelan
työhistoriasta Keskisuomalaisessa.

LIITE 1: TEEMAHAASTATTELUN KYSYMYKSET

Kursiivilla johdatusteksti, jonka luin haastateltaville ennen kutakin kysymystä.

A) Verkko

Keskisuomalaisessa on erikseen verkkotoimittajat, mutta "tavallisiltakin" toimittajilta pyydetään usein verkkopätkiä.

1. Tuotatko sisältöä verkkolehteen? Jos kyllä, millaista? Jos et, miksi et?
2. Millainen käsitys sinulla on: millaista urheilutietoa ja uutisisältöä lukijat hakevat sähköisistä medioista? Mitkä ovat urheiluväelle tärkeimpiä sähköisiä medioita?
3. Miten tämä käsitys vaikuttaa sinun työhösi toimittajana ja ennen muuta printtilehden tekijänä?

B) Printti

Verkkolehden myötä printtilehteä on ruvettu ajattelemaan uudesta näkövinkkelistä.

4. Miten printtilehden urheilujournalismia on pyritty verkkoaikakaudella kehittämään? Onko tätä varten määritetty yhteinen linja, vai jääkö asia kunkin toimittajan oman harkinnan varaan?
5. Millaista sisältöä koet mielekkääksi tuottaa printtiin?
6. Millaista sisältöä, siis millaisia juttutyyppejä, uskot lukijoiden haluavan printtilehdeltä?
7. Julkaistaanko Keskisuomalaisen printissä tällä hetkellä sellaisia juttutyyppejä, jotka ovat mielestäsi nykyään turhia? Jos kyllä, millaisia?

C) Yleisösuhde

8. Millaista palautetta yleisöltä tulee juttutyyppeihin ja näkökulmiin liittyen? Miten palautteeseen suhtaudutaan?
9. Mitä mieltä olet: onko toimittajien ja yleisön käsitys hyvästä urheilujournalismista ristiriidassa keskenään? Mistä se johtuu?

LIITE 2: KYSELYLOMAKE – CASE 1. KEURUUN SM-HIIHDOT

AD HOC

ad hoc-osion nimi Urheilusivujen tutkimus - kopio

ad hoc-osion pisteet 25

Osion ohjeteksti (valinnainen) Vastaamalla seuraavaan tutkimuksen ansaitset 25 pistettä. Arvon panelisti, Tämä kysely on osa journalistiikan pro gradu -tutkielmaa. Tutkimusmateriaalista poistetaan panelistien henkilötiedot, ja vastauksianne käsitellään tutkimuksessa täysin anonyymisti. Kaikki tiedot, jotka olette antaneet rekisteröityessänne tai tämän kyselyn yhteydessä, ovat vain RAMin ja tämän tutkimuksen käytettävissä, eikä niitä luovuteta muille osapuolille. Jos mieleenne tulee mitä tahansa kyselyyn liittyvää kysyttävää tai palautetta, otattehan yhteyttä tutkijaan joko sähköpostitse (heli.kiukkonen@gmail.com) tai puhelimella (040-861 6852). Lämmin kiitos avustanne!

takaisin

(1)

Kuinka usein luet sanomalehti Keskisuomalaisen urheilujuttuja?

- Joka päivä luen yhden tai useamman jutun alusta loppuun
- Joka päivä silmäilen
- Useita kertoja viikossa
- Harvemmin
- En lue koskaan urheilusivuja

(2)

Kuinka usein katsot Keskisuomalaisen verkkopalvelun urheilujuttuja?
Verkkopalvelu sisältää ilmaista sisältöä ja maksullisen digipaketin.

- Joka päivä katson yhden tai useamman jutun alusta loppuun
- Joka päivä silmäilen
- Useita kertoja viikossa.
- Harvemmin
- En katso koskaan verkkopalvelun urheilujuttuja

(3)

Jos et koskaan lue Keskisuomalaisen urheilujuttuja sanomalehdestä ja/tai verkkopalvelusta, miksi et? Miten haluaisit sisältöjä kehitettävän, että kiinnostuisit niistä?

Jos luet Keskisuomalaisen urheilujuttuja lehdestä tai verkosta, sinun ei tarvitse vastata tähän kysymykseen.

(Voit kirjoittaa korkeintaan 500 merkkiä)

(4)

Viime viikonloppuna kilpailtiin Keuruun SM-hiihdot. Mikä väitteistä pitää kohdallasi paikkansa?

- Olin paikan päällä katsomassa ja seurasin tapahtumaa mediasta.
- Olin paikan päällä katsomassa, mutta en seurannut tapahtumaa mediasta.
- En ollut paikan päällä, mutta seurasin tapahtumaa ahkerasti mediasta.
- En ollut paikan päällä, mutta seurasin tapahtumaa jonkin verran mediasta.
- Tapahtuma ei kiinnostanut minua lainkaan.

(5)

Mistä viestimistä seuraisit kyseistä tapahtumaa? Voit valita useita vastausvaihtoehtoja

- Television erikoislähetys kyseisestä tapahtumasta
- Television urheilu-uutiset
- Teksti-TV
- Radio
- Keskisuomalaisen verkkopalvelu
- Sosiaalinen media
- Muu verkkomedia
- Sanomalehti Keskisuomalainen
- Muu lehti
- En seurannut tapahtumaa lainkaan mediasta

Urheilu

OLYMPIAVIT
New York

40 VUOTTA
Mourinho jättämässä Realin

OLYMPIAVIT
Mancie Henrich jättämässä maailman

Keuruun SM-hiihdot

Vaikene jo, taivaan tykki

Erkki Virkalahden haastattelu
Enkä päästä enää tippu. En halua luota kukaan kukaan tällaisiin oikareihin.

Kolmas kerta viidessä vuodessa toden sanoo?

Uutuutena SM-historian ensimmäinen prologi

Keskisuomalainen

SM-hiihdon kilpailuohjelma

SM-hiihdon kilpailuohjelma

Mitkä seuraavista jutuista luit keskiviikkona 25.1.2012 sanomalehti Keskisuomalaisesta?

- Vaikene jo, taivaan tykki (Ratamestari Erkki Virkalahden haastattelu)
- Kolmas kerta viidessä vuodessa toden sanoo? (Kilpailunjohtaja Veikko Ahosen haastattelu)
- Uutuutena SM-historian ensimmäinen prologi (Uutinen kisatyyppistä ja tietografiikka)
- En mitään yllämainituista.

LIIKKEALUE
Urheilu

26.1.2012
15.000
11000
10000

OKSAIPIIT
Keskiviikko
Aiempiä tuloja
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko

Ulkomaailma
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko

OKYSEUROITIE OKYTAIPIIT
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko
Keskiviikko

Kauruun SM-hiihdot
Hiihtäminen on ihanaa
Silja Tarvosen ihonhoito-ohjelmaa hyödyntävät ovat tärkeitä pitkin pitkin.
Lisäksi
Lisäksi
Lisäksi
Lisäksi
Lisäksi
Lisäksi
Lisäksi
Lisäksi
Lisäksi
Lisäksi



Pentsisen mitalitöive ei ole haihattelua
Anssi Pentsisen
Anssi Pentsisen
Anssi Pentsisen
Anssi Pentsisen
Anssi Pentsisen
Anssi Pentsisen
Anssi Pentsisen
Anssi Pentsisen
Anssi Pentsisen
Anssi Pentsisen

Mitkä seuraavista jutuista luit torstaina 26.1.2012 sanomalehti Keskisuomalaisesta?

- Hiihtäminen on ihanaa (Silja Tarvosen haastattelu ja faktalaatikko)
- Pentsisen mitalitöive ei ole haihattelua (Anssi Pentsisen haastattelu)
- En mitään yllämainituista.

Urheilu | Keuruun SM-hiihdot

Ensimmäiset SM-hiihdot Terveystieteiden tutkimuskeskuksessa

KÄYNNIN TYKKÄÄ LÄHTENMÄEN

Edessä heti aivan armoton sekuntitaistelu

Krista Lähteenmäen Minä olen se, joka on ollut mukana kaikissa Suomen SM-hiihdoissa.

Uudessa roolissa ei vieritusoireita

Kotiyteisöstä ylimääräistä tsemppiä





Mitkä seuraavista jutuista luit perjantaina 27.1.2012 sanomalehti Keski-suomalaisesta?

- Ensimmäiset SM-hiihdot TD:n roolissa (pikkuhaastattelu Annmari Viljanmaasta, joka vaihtoi hiihtouran teknisen asiantuntijan rooliin.)
- Kyllönen tykkää ralliradasta (Pikkuhaastattelu Anne Kyllösen ennakkotunnelmista.)
- Saarinen hiihtää kahdesti (Haastattelu Aino-Kaisa Saarisen ennakkotunnelmista.)
- Edessä heti aivan armoton sekuntitaistelu (Haastattelu Krista Lähteenmäen ennakkotunnelmista.)
- Uudessa roolissa ei vieritusoireita (Pikkuhaastattelu kommentaattoriksi siirtyneestä Pirjo Murasesta.)
- Kotiyteisöstä ylimääräistä tsemppiä (Haastattelu Keuruun oman pojan Matti Aallon ennakkotunnelmista.)
- En mitään yllämainituista.

Uutiset
Uutiset
Uutiset

Uutiset | Keuruun SM-hihdot

Pakkasen haittasi menoa
Pakkasen haittasi menoa / "Kohtuullisen hyvä hiihto" (pikkujutut keskisuomalaisten hiihtäjien menestyksestä)

"Kohtuullisen hyvä hiihto"
Pikkujutut keskisuomalaisten hiihtäjien menestyksestä

Montosvuoren pakkasessa viihtyivät lapset, vaimot ja isät
Montosvuoren pakkasessa viihtyivät lapset, vaimot ja isät (juttu SM-hiihtojen yleisön seasta)

Letkajenkkaa lauantaina
Letkajenkkaa lauantaina (juttu miesten prologikisasta ja kainalojuttu Matti Heikkisestä)

Matti Heikkinen kapasi hillanseen luvkaa hulluutta
Matti Heikkinen kapasi hillanseen luvkaa hulluutta

Tähdet hymyilivät mestarille
Tähdet hymyilivät mestarille (juttu naisten prologikisasta ja kainalojutut Anne Mäkisestä ja Anni Kainulaisesta)

Roponen nousee tänään mitalistiksi
Roponen nousee tänään mitalistiksi (ennakkojuttu lauantain kisasta)

Kommentti: Tervetullut uusi mestari
Kommentti: Tervetullut uusi mestari (toimittaja Erkki Kinnusen mielipidejuttu)

En mitään yllämainituista.

Uutiset
Uutiset
Uutiset

Uutiset

Pakkasen haittasi menoa
Pakkasen haittasi menoa / "Kohtuullisen hyvä hiihto" (pikkujutut keskisuomalaisten hiihtäjien menestyksestä)

"Kohtuullisen hyvä hiihto"
Pikkujutut keskisuomalaisten hiihtäjien menestyksestä

Montosvuoren pakkasessa viihtyivät lapset, vaimot ja isät
Montosvuoren pakkasessa viihtyivät lapset, vaimot ja isät (juttu SM-hiihtojen yleisön seasta)

Letkajenkkaa lauantaina
Letkajenkkaa lauantaina (juttu miesten prologikisasta ja kainalojuttu Matti Heikkisestä)

Matti Heikkinen kapasi hillanseen luvkaa hulluutta
Matti Heikkinen kapasi hillanseen luvkaa hulluutta

Tähdet hymyilivät mestarille
Tähdet hymyilivät mestarille (juttu naisten prologikisasta ja kainalojutut Anne Mäkisestä ja Anni Kainulaisesta)

Roponen nousee tänään mitalistiksi
Roponen nousee tänään mitalistiksi (ennakkojuttu lauantain kisasta)

Kommentti: Tervetullut uusi mestari
Kommentti: Tervetullut uusi mestari (toimittaja Erkki Kinnusen mielipidejuttu)

En mitään yllämainituista.

Mitkä seuraavista jutuista luit lauantaina 28.2. 2012 sanomalehti Keskisuomalaisesta?

- Letkajenkkaa lauantaina (juttu miesten prologikisasta ja kainalojuttu Matti Heikkisestä)
- Montosvuoren pakkasessa viihtyivät lapset, vaimot ja isät (juttu SM-hiihtojen yleisön seasta)
- Pakkanen haittasi menoa / "Kohtuullisen hyvä hiihto" (pikkujutut keskisuomalaisten hiihtäjien menestyksestä)
- Tähdet hymyilivät mestarille (juttu naisten prologikisasta ja kainalojutut Anne Mäkisestä ja Anni Kainulaisesta)
- Roponen nousee tänään mitalistiksi (ennakkojuttu lauantain kisasta)
- Kommentti: Tervetullut uusi mestari (toimittaja Erkki Kinnusen mielipidejuttu)
- En mitään yllämainituista.

(10)

Urheilu | Keuruun SM-hinnot

Mitali karahti kolarin
Miesten takaa-ajon SM-kisat päättyivät kolarin aiheuttamaan keskeytykseen ja kolarin seurauksena SM-voiton vei kolarin aiheuttaman keskeytyksen jälkeen.



Ville Nousainen uskoi loppukiriin



Urheilu

Cochisekko kolarin



Hevosten Saponissa

Keuruun SM-hinnot

Jippii, jälleen kultaa
Kultaa ja hopeaa voitti naisten takaa-ajossa ja kainalojutussa.



Silja Tarvosen ohitti 17 ilpaasikoa



Kiira Korven taistelu tuotti EM-hopean



Mitkä seuraavista jutuista luit sunnuntaina 29.1.2012 sanomalehti Keski-suomalaisesta?

- Mitali karahti kolarisiin (juttu miesten takaa-ajokisasta ja kainalojuttu Ville Nousiaisesta)
- Kommentti: Prologille ja takaa-ajolle peukkaa (toimittaja Ari Mäntylän mielipidekirjoitus)
- Neljännen sijan kirous ei hellitä (pikkujuttu Jussi Simulasta)
- Sympatiaa Simulalle ja tänään SM-mitali (Pikkujuttu Anssi Pentsisestä)
- Jippii, jälleen kultaa (juttu naisten takaa-ajokisasta sekä kainalojutut Silja Tarvosesta, Riikka Sarasoja-Liljasta ja Anne Mäkisestä)
- En mitään yllämainituista.



Mitkä seuraavista jutuista luit maanantaina 30.1.2012 sanomalehti Keski-suomalaisesta?

- Ilveksen ote mitalista lipesi vasta loppusuoralla (juttu miesten parisprintistä)
- Kommentti: SM-hiihdot tarjolla Jyväskylään (toimittaja Ari Mäntylän mielipidejuttu)
- Ruut Sariolan kultavauhti yllätys kaikille (juttu naisten parisprintistä)
- Kalskeen kuudes sija maistui Silja Tarvoselle (pikkujuttu naisten parisprintissä hiihtäneestä Tarvosesta)
- Kolmena päivänä noin 4000 katsojaa (pikkujuttu tapahtumajärjestelyistä)
- En mitään yllämainituista.

(12)

Mikä näistä jutuista oli paras? Perustele vastauksesi.

(Voit kirjoittaa korkeintaan 500 merkkiä)

(13)

Entä mikä näistä jutuista oli huonoin? Perustele vastauksesi.

(Voit kirjoittaa korkeintaan 500 merkkiä)

(14)

Millaista sisältöä luit tai katsoit Keskisuomalaisen verkkopalvelusta? Voit valita useita vastausvaihtoehtoja

- Juttu: Saarinen komppuroi kultansa hopeaksi (27.1.2012)
- Juttu: Lähteenmäki voitti naisten prologin Keuruulla (27.1.2012)
- Kuvasarja: Keuruun SM-hiihdot lauantaina (28.1.2012)
- Juttu: SM-kullat täpärästi Lähteenmälle ja Nousiaiselle (28.1.2012)
- Juttu: Krista kukisti Saarisen loppukirissä (28.1.2012)
- Juttu: Parisprintti nosti Sariolan parrasvaloihin (29.1.2012)
- Juttu: Keski-Suomesta kolme joukkuetta viestifinaaliin (29.1.2012)
- Juttu: Sariola ja Roponen saavoivat parisprintin ykkösiksi (29.1.2012)
- En lukenut tai katsonut mitään edellä mainituista sisällöistä

KESKISUOMALAINEN



KESKISUOMALAINEN



KESKISUOMALAINEN



KESKISUOMALAINEN



KESKISUOMALAINEN



KESKISUOMALAINEN



KESKISUOMALAINEN



KESKISUOMALAINEN



(15)

Mikä näistä sisällöistä oli paras? Perustele vastauksesi.

(Voit kirjoittaa korkeintaan 500 merkkiä)

(16)

Mikä näistä sisällöistä oli huonoin? Perustele vastauksesi.

(Voit kirjoittaa korkeintaan 500 merkkiä)

(17)

Oliko sanomalehti Keski-suomalaisen urheilusivuilla sellaisia juttuja, joiden uutisisällön olit saanut jo edellisenä iltana sähköisistä medioista? Jos kyllä, mitkä jutut olivat tällaisia?

(Voit kirjoittaa korkeintaan 500 merkkiä)

(18)

Jos vastasit edelliseen kysymykseen kyllä, tarjosivatko mainitsemasi jutut kuitenkin jotain uutta, lukemisen arvoista sisältöä? Jos kyllä, millaista?

(Voit kirjoittaa korkeintaan 500 merkkiä)

(19)

Mitä mieltä olit toimittajien kirjoittamista kommenttijuista?

(Voit kirjoittaa korkeintaan 500 merkkiä)

(20)

Millaista palautetta haluat antaa Keskisuomalaisen verkko- ja urheilutoimitukselle kyseisen tapahtuman uutisoinnista?

(Voit kirjoittaa korkeintaan 500 merkkiä)

(21)

Mitä mieltä olet Keskisuomen urheilujournalismista kokonaisuudessaan?
Liikuta kursori sopivaan kohtaan janalla.

Keskisuomalaisen urheilujournalismi on...



vanhanaikaista

modernia

(22)

Miten usein luet Keskisuomalaisen paperilehden tulospalstaa?

- Päivittäin
- Silloin tällöin
- En koskaan

(23)

Mitä aiheita toivoisit Keskisuomalaisen urheilutoimituksen käsittelevän nykyisten lisäksi?

(Voit kirjoittaa korkeintaan 500 merkkiä)

[takaisin](#)

LIITE 3: KYSELYLOMAKE – CASE 2. JYPIN PUDOTUSPELIT

AD HOC

ad hoc-osion nimi	Urheilusivujen tutkimus - maaliskuu 2012
ad hoc-osion pisteet	25
Osion ohjeteksti (valinnainen)	Vastaamalla seuraavaan tutkimukseen ansaitset 25 pistettä. Arvon panelisti, tämä kysely on osa journalistiikan pro gradu -tutkielmaa. Olette saattaneet vastata samantapaiseen kyselyyn jo tammikuussa Keuruun SM-hiihtojen jälkeen, mikä ei haittaa, sillä kyselyjä käsitellään erillisinä tapaustutkimuksina. Tutkimusmateriaalista poistetaan panelistien henkilötiedot, ja vastauksianne käsitellään tutkimuksessa täysin anonymisti. Kaikki tiedot, jotka olette antaneet rekisteröityessänne tai tämän kyselyn yhteydessä, ovat vain RAMin ja tämän tutkimuksen käytettävissä, eikä niitä luovuteta muille osapuolille. Jos mieleenne tulee mitä tahansa kyselyyn liittyvää kysyttävää tai palautetta, otattehan yhteyttä tutkijaan joko sähköpostitse (heli.kiukkonen@gmail.com) tai puhelimella (040-861 6852). Lämmin kiitos avustanne!

takaisin

(1)

Kuinka usein luet sanomalehti Keski-suomalaisen urheilujuttuja?

- Joka päivä luen yhden tai useamman jutun alusta loppuun
- Joka päivä silmäilen
- Useita kertoja viikossa
- Harvemmin
- En lue koskaan urheilusivuja

(2)

Kuinka usein katsot Keski-suomalaisen verkkopalvelun urheilujuttuja? Verkkopalvelu sisältää ilmaista sisältöä ja maksullisen digipaketin.

- Joka päivä katson yhden tai useamman jutun alusta loppuun
- Joka päivä silmäilen
- Useita kertoja viikossa.
- Harvemmin
- En katso koskaan verkkopalvelun urheilujuttuja

(3)

Jypin pudotuspelit alkoivat viime viikolla. Mikä väitteistä pitää kohdallasi paikkansa?

- Olin paikan päällä katsomassa ja seurasin pudotuspelejä mediasta.
- Olin paikan päällä katsomassa, mutta en seurannut pudotuspelejä mediasta.
- En ollut paikan päällä, mutta seurasin pudotuspelejä ahkerasti mediasta.
- En ollut paikan päällä, mutta seurasin pudotuspelejä jonkin verran mediasta.
- Pudotuspelit eivät kiinnostaneet minua lainkaan.

(4)

Mistä viestimistä seurasit Jypin pudotuspelejä? Voit valita useita vastausvaihtoehtoja.

- Television erikoislähetys kyseisistä tapahtumista
- Television urheilu-uutiset
- Teksti-TV
- Radio
- Keski-suomalaisen verkkopalvelu ottelun aikana
- Keski-suomalaisen verkkopalvelu ennen tai jälkeen ottelun
- Sosiaalinen media
- Muu verkkomedia
- Sanomalehti Keski-suomalainen
- Muu lehti
- En seurannut pudotuspelejä lainkaan mediasta.



Mitkä seuraavista jutuista luit torstaina 22.3.2012 sanomalehti Keski-suomalaisesta?

- Haaveilija palasi kiekkokartalle (henkilöjuttu JYPin Riku Heleniuksesta)
- Keskustellen kohti finaalia (toimittaja Heikki Kärjen kolumni)
- Herkkä saa olla, muttei yliherkkä (uutisen takana -ennakkojuttu alkavista pudotuspeleistä)
- En mitään yllämainituista.



Mitkä seuraavista jutuista luit perjantaina 23.3.2012 sanomalehti Keski-suomalaisesta?

- Kauden parempi startti (otteluraportti ensimmäisestä puolivälierästä JYP-Porin Ässät)
- Mitä seuraavaksi tapahtuu? (toimittaja Heikki Kärjen kommentti)
- Seppo Mäkelä takaisin, vaati Jonne Virtanen (kainalojuttu tuomarilinjasta ja Jonne Virtasen kommentit torstain puolivälierästä)
- En mitään yllämainituista.



Mitkä seuraavista jutuista luit lauantaina 24.3.2012 sanomalehti Keskisuomalaisesta?

- "Ässät ei horjuta meitä henkisesti", Vatanen vakuuttaa (juttu puolivälierien välipäivästä)
- Hyvää yötä, Herra Patasydän? (toimittaja Ilkka Kulmalan kommentti)
- En mitään yllämainituista.

(8)



Mitkä seuraavista jutuista luit sunnuntaina 25.3.2012 sanomalehti Keskisuomalaisesta?

- Annos jypiläistä viisautta (otteluraportti toisesta puolivälierästä Porin Ässät-JYP)
- Vatasen vaatimattomuus naurattaa jo joukkuekavereitakin (kainalojuttu Sami Vatasen poikkeuksellisesta lahjakkuudesta)
- En mitään yllämainituista.

(9)

Mikä näistä jutuista oli paras? Perustele vastauksesi.

(Voit kirjoittaa korkeintaan 500 merkkiä)

(10)

Entä mikä näistä jutuista oli huonoin? Perustele vastauksesi.

Empty text input field for user response.

(Voit kirjoittaa korkeintaan 500 merkkiä)

(11)

Millaista sisältöä luit tai katsoit Keski-suomalaisen verkkopalvelusta?

Rastita lukemasi jutut. Voit rastita useita.

- Juttu: JYP-ratkaisija: "Konnasta sankariksi on lyhyt matka" (24.3.2012)
- Juttu: Halssilan pyssymies riehui Porin illassa (24.3.2012)
- Juttu: Vähän maaleja ja harvinaista suitsutusta (24.3.2012)
- Juttu: Nöyrä JYP haki voiton Porista (24.3.2012)
- Juttu: Tappeluita vai taitokiekkoa (24.3.2012)
- Tuomas Heikkilän blogi: Isomäen hallissa on tunnelmaa, mutta milloin sinne saapuu nykyaika? (24.3.2012)
- Juttu: Niin paljon ketutti, etten jutellut kenellekään (23.3.2012)
- Juttu: Jonne Virtanen: "Nyt voi taas sikailta rauhassa" (23.3.2012)
- Juttu: Pudotuspelit alkoivat - halli ei täyttynyt - miksi? (23.3.2012)
- Video: JYP-Ässät, Jonne Virtanen (23.3.2012)
- Juttu: Oikeusmurha, linjattomuus ja joukkuetappelu = kohtalainen suoritus (22.3.2012)
- Juttu: Tässä on tuomaritoiminnasta putsattu pelianalyysi (22.3.2012)
- En lukenut tai katsonut mitään yllä mainituista sisällöistä.

JYP-ratkaisija: "Konnasta sankariksi on lyhyt matka"

Tuomas Heikkilä
24.03.2012 klo 10:00
JYP-ratkaisija Matti Pesonen ja Anttoni Kumpulainen olivat kovat kaverit ja kumpikin voittaja. Tuomas Heikkilä on seuralla ollut jo useita kausia ja on ollut mukana useissa kisoissa. Hän on ollut mukana useissa kisoissa ja on ollut mukana useissa kisoissa. Hän on ollut mukana useissa kisoissa ja on ollut mukana useissa kisoissa.



JYP:n Matti Pesonen

Halssilan pyssymies riehui Porin illassa

Tuomas Heikkilä
24.03.2012 klo 10:00
Kun JYP:n voitto halssilaisista on ollut selvä, niin on ollut selvä, että JYP:n voitto on ollut selvä. Tuomas Heikkilä on seuralla ollut jo useita kausia ja on ollut mukana useissa kisoissa. Hän on ollut mukana useissa kisoissa ja on ollut mukana useissa kisoissa.



JYP:n Matti Pesonen

Ässä-PVP 1-2, otteluvoitot 2-0 Vähän maaleja ja harvinaista suitsutusta

Tuomas Heikkilä
24.03.2012 klo 10:00
JYP:n voitto on ollut selvä, niin on ollut selvä, että JYP:n voitto on ollut selvä. Tuomas Heikkilä on seuralla ollut jo useita kausia ja on ollut mukana useissa kisoissa. Hän on ollut mukana useissa kisoissa ja on ollut mukana useissa kisoissa.



JYP:n Matti Pesonen

Nöyrä JYP haki voiton Porista

Tuomas Heikkilä
24.03.2012 klo 10:00
JYP:n voitto on ollut selvä, niin on ollut selvä, että JYP:n voitto on ollut selvä. Tuomas Heikkilä on seuralla ollut jo useita kausia ja on ollut mukana useissa kisoissa. Hän on ollut mukana useissa kisoissa ja on ollut mukana useissa kisoissa.



JYP:n Matti Pesonen

Tappeluita vai taitokiekkoa?

Tuomas Heikkilä
24.03.2012 klo 10:00
JYP:n voitto on ollut selvä, niin on ollut selvä, että JYP:n voitto on ollut selvä. Tuomas Heikkilä on seuralla ollut jo useita kausia ja on ollut mukana useissa kisoissa. Hän on ollut mukana useissa kisoissa ja on ollut mukana useissa kisoissa.



JYP:n Matti Pesonen

Isomäen hallissa on tunnelmaa, mutta milloin sinne saapuu nykyaika?

Tuomas Heikkilä
24.03.2012 klo 10:00
JYP:n voitto on ollut selvä, niin on ollut selvä, että JYP:n voitto on ollut selvä. Tuomas Heikkilä on seuralla ollut jo useita kausia ja on ollut mukana useissa kisoissa. Hän on ollut mukana useissa kisoissa ja on ollut mukana useissa kisoissa.



JYP:n Matti Pesonen

Niin paljon ketutti, etten jutellut kenellekään

Tuomas Heikkilä
24.03.2012 klo 10:00
JYP:n voitto on ollut selvä, niin on ollut selvä, että JYP:n voitto on ollut selvä. Tuomas Heikkilä on seuralla ollut jo useita kausia ja on ollut mukana useissa kisoissa. Hän on ollut mukana useissa kisoissa ja on ollut mukana useissa kisoissa.



JYP:n Matti Pesonen

Jonne Virtanen: "Nyt voi taas sikailta rauhassa"

Tuomas Heikkilä
24.03.2012 klo 10:00
JYP:n voitto on ollut selvä, niin on ollut selvä, että JYP:n voitto on ollut selvä. Tuomas Heikkilä on seuralla ollut jo useita kausia ja on ollut mukana useissa kisoissa. Hän on ollut mukana useissa kisoissa ja on ollut mukana useissa kisoissa.



JYP:n Matti Pesonen

Pudotuspelit alkoivat - halli ei täyttynyt - miksi?

Tuomas Heikkilä
24.03.2012 klo 10:00
JYP:n voitto on ollut selvä, niin on ollut selvä, että JYP:n voitto on ollut selvä. Tuomas Heikkilä on seuralla ollut jo useita kausia ja on ollut mukana useissa kisoissa. Hän on ollut mukana useissa kisoissa ja on ollut mukana useissa kisoissa.



JYP:n Matti Pesonen

Oikeusmurha, linjattomuus ja joukkuetappelu = kohtalainen suoritus

Tuomas Heikkilä
24.03.2012 klo 10:00
JYP:n voitto on ollut selvä, niin on ollut selvä, että JYP:n voitto on ollut selvä. Tuomas Heikkilä on seuralla ollut jo useita kausia ja on ollut mukana useissa kisoissa. Hän on ollut mukana useissa kisoissa ja on ollut mukana useissa kisoissa.



JYP:n Matti Pesonen

Tässä on tuomaritoiminnasta putsattu pelianalyysi

Tuomas Heikkilä
24.03.2012 klo 10:00
JYP:n voitto on ollut selvä, niin on ollut selvä, että JYP:n voitto on ollut selvä. Tuomas Heikkilä on seuralla ollut jo useita kausia ja on ollut mukana useissa kisoissa. Hän on ollut mukana useissa kisoissa ja on ollut mukana useissa kisoissa.



JYP:n Matti Pesonen

(12)

Mikä näistä sisällöistä oli paras? Perustele vastauksesi.

(Voit kirjoittaa korkeintaan 500 merkkiä)

(13)

Mikä näistä sisällöistä oli huonoin? Perustele vastauksesi.

(Voit kirjoittaa korkeintaan 500 merkkiä)

(14)

Oliko sanomalehti Keski-suomalaisen urheilusivuilla sellaisia juttuja, joiden uutissisällön olit saanut jo edellisenä iltana sähköisistä medioista? Jos kyllä, mitkä jutut olivat tällaisia?

(Voit kirjoittaa korkeintaan 500 merkkiä)

(15)

Jos vastasit edelliseen kysymykseen kyllä, tarjosivatko mainitsemasi jutut kuitenkin jotain uutta, lukemisen arvoista sisältöä? Jos kyllä, millaista?

(Voit kirjoittaa korkeintaan 500 merkkiä)

(16)

Mitä pidät tärkeimpinä ominaisuuksina otteluraporteissa?

Valitse 1-3.

- Valmentajan kommentit
- Pelaajien kommentit
- Kertaus pelitapahtumista
- Toimittajan kommenttijuuttu
- Toimittajan arvio joukkueen kokonaistilanteesta

Muu, mikä?

(17)

Luitko sanomalehdestä ja/tai verkkopalvelusta muiden SM-liigajoukkueiden kuin JYPin pudotuspelikuulumisia? Mitkä jutut jäivät mieleesi?

(Voit kirjoittaa korkeintaan 500 merkkiä)

(18)

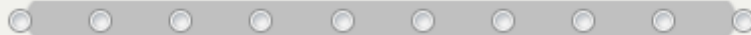
Millaista palautetta haluat antaa Keskisuomalaisen verkko- ja urheilutoimitukselle JYPin pudotuspelien tähänastisesta uutisoinnista?

(Voit kirjoittaa korkeintaan 500 merkkiä)

(19)

Mitä mieltä olet Keskisuomalaisen otteluraporteista kokonaisuudessaan?

Liikuta kursori sopivaan kohtaan janalla.



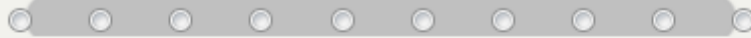
Näkökulmattomia

Liian kikkailevia

(20)

Mitä mieltä olet Keski-suomalaisen otteluraportista kokonaisuudessaan?

Liikuta kursori sopivaan kohtaan janalla.



Liian vanhanaikaisia

Liian moderneja

(21)

Mitä mieltä olet Keski-suomalaisen urheilutoimittajien tavasta kirjoittaa?

Liikuta kursori sopivaan kohtaan janalla.



Asiantunteva

Asiantuntematon

(22)

Mitä mieltä olet Keski-suomalaisen urheilutoimittajien tavasta kirjoittaa?

Liikuta kursori sopivaan kohtaan janalla.



Liian kriittinen

Liian positiivinen

takaisin

LIITE 4: KYSELYLOMAKE – CASE 3. MM-RALLIT

AD HOC

ad hoc-osion nimi	Urheilusivujen tutkimus - elokuu 2012
ad hoc-osion pisteet	25
Osion ohjeteksti (valinnainen)	Arvon panelisti, Tämä kysely on osa journalistiikan pro gradu - tutkielmaa. Tutkimusmateriaalista poistetaan panelistien henkilötiedot, ja vastauksianne käsitellään tutkimuksessa täysin anonyymisti. Kaikki tiedot, jotka olette antaneet rekisteröityessänne tai tämän kyselyn yhteydessä, ovat vain RAMin ja tämän tutkimuksen käytettävissä, eikä niitä luovuteta muille osapuolille. Olette saattaneet vastata samantapaiseen kyselyyn jo tammikuussa Keuruun SM-hiihtojen jälkeen tai maaliskuussa JYPin pudotuspeleihin liittyen, mikä ei haittaa, sillä kyselyjä käsitellään erillisinä tapaus tutkimuksina. Tutkimusta ovat rahoittaneet Journalistisen kulttuurin edistämissäätiö, Viestintäalan Tutkimussäätiö ja C.V. Åkerlundin säätiö. Jos mieleenne tulee mitä tahansa kyselyyn liittyvää kysyttävää tai palautetta, otattehan yhteyttä tutkijaan joko sähköpostitse (heli.kiukkonen@gmail.com) tai puhelimella (040-861 6852). Lämmin kiitos avustanne!

takaisin

(1)

Kuinka usein luet sanomalehti Keskiuomalaisen urheilusivuja?

- Joka päivä luen yhden tai useamman jutun alusta loppuun.
- Joka päivä silmäilen.
- Useita kertoja viikossa.
- Harvemmin.
- En lue koskaan urheilusivuja.

(2)

Kuinka usein katsot Keskisuomalaisen verkkopalvelun urheilujuttuja?

Verkkopalvelu sisältää ilmaista sisältöä ja maksullisen digipaketin.

- Joka päivä katson yhden tai useamman jutun alusta loppuun.
- Joka päivä silmäilen.
- Useita kertoja viikossa.
- Harvemmin.
- En katso koskaan verkkopalvelun urheilujuttuja.

(3)

Jyväskylän MM-ralli ajettiin viime viikonloppuna. Mikä väitteistä pitää kohdallasi paikkansa?

Valitse yksi.

- Olin paikan päällä katsomassa ja seurasin rallia mediasta.
- Olin paikan päällä katsomassa, mutta en seurannut rallia mediasta.
- En ollut paikan päällä, mutta seurasin rallia ahkerasti mediasta.
- En ollut paikan päällä, mutta seurasin rallia jonkin verran mediasta.
- Rallit eivät kiinnostaneet minua lainkaan.

(4)

Mistä viestimistä seuraisit kyseistä tapahtumaa?

Voit valita useita vastausvaihtoehtoja.

- Television erikoislähetys kyseisestä tapahtumasta
- Television urheilu-uutiset
- Teksti-TV
- Radio
- Keskisuomalaisen verkkopalvelu
- Sosiaalinen media
- Muu verkkomedia (voit vastata tarkemmin alempana)
- Sanomalehti Keskisuomalainen
- Muu lehti (voit vastata tarkemmin alempana)
- En seurannut tapahtumaa lainkaan mediasta.

Muu, mikä?

(5)

Tänä vuonna ei ilmestynyt ralliliitettä, vaan ennakkojutut olivat päälehden urheilusivuilla keskiviikkona 1.8. Mikä väitteistä pitää kohdallasi paikkansa?

Valitse yksi. Voit antaa sanallista palautetta kysymyksessä 18.

- Luen ennakkojutut mieluummin päälehden urheilusivuilta kuin erillisestä liitteestä.
- Luen ennakkojutut mieluummin erillisestä liitteestä kuin päälehden urheilusivuilta.
- Minulle ei ole väliä, ovatko ennakkojutut erillisessä liitteessä vai päälehden urheilusivuilla.
- En osaa sanoa.

(6)

Seitsensivuisessa rallien ennakkopaketissa (1.8.) julkaistiin Mikko Hirvosen, Jari-Matti Latvalan, Jari Ketomaan, Sebastian Loebin ja Petter Solbergin haastattelut. Mikä näistä oli paras, miksi?

(Voit kirjoittaa korkeintaan 1000 merkkiä)

(7)

Entä mikä ennakkohaastatteluista oli huonoin, miksi?

(Voit kirjoittaa korkeintaan 1000 merkkiä)

(8)

Ennakkopaketissa julkaistiin myös grafiikat rallin reitistä, aikataulusta, osanottajista sekä MM-sarjan kokonaistilanteesta. Mitä mieltä olit näistä?

Valitse yksi. Voit antaa sanallista palautetta kysymyksessä 18.

- Grafiikat olivat hyödyllisiä, otin ne talteen ja katsoin useasti.
- Grafiikat olivat hyödyllisiä, mutta katsoin ne vain kertaalleen, enkä ottanut niitä talteen.
- Grafiikat eivät olleet hyödyllisiä.
- En osaa sanoa.



Mitkä seuraavista jutuista luit torstaina 2.8. sanomalehti Keskisuomalaisesta?

- Kärkikuslien kantapäillä (Thierry Neuville haastattelu)
- En pysty kiusaamaan nuorempiani, nauraa rallikonkari (Sebastian Lindholm haastattelu)
- Loeb saa peräänsä suomalaiskaksikon (juttu ja grafiikka lähtöjärjestyksestä)
- Wilsonin mukaan täysillä mennään (Fordin tallipäällikön haastattelu)
- En mitään yllämainituista.

Uutuus | **Jyväskylän MM-ralli** | **22.8.2012**

Rauhallisemmin oikeissa paikoissa
 Joonas Lindroosin haastattelu

Tulevia synttäreitä juhlimassa
 Ari Saxbergin haastattelu

Rauhallisempiä juhlia
 Ari Saxbergin haastattelu

Nikaralle paha takaisku heti alkuun
 Jarkko Nikaran haastattelu

Ensimmäistä kertaa nelivetosen ratissa ja MM-rallissa
 Matias Kauppisen haastattelu

Fordit vaihtavat iskareita avauspäivän jälkeen
 Fordin kuskeista

Loeb karkasi liian kauas
 Jyväskylän rallin kokonaistilanteesta avauspäivän jälkeen






Mitkä seuraavista jutuista luit perjantaina 3.8.2012 sanomalehti Keski-suomalaisesta?

- Loeb karkasi liian kauas (juttu Jyväskylän rallin kokonaistilanteesta avauspäivän jälkeen)
- Fordit vaihtavat iskareita avauspäivän jälkeen (juttu Fordin kuskeista)
- Nikaralle paha takaisku heti alkuun (Jarkko Nikaran haastattelu)
- Ensimmäistä kertaa nelivetosen ratissa ja MM-rallissa (Matias Kauppisen haastattelu)
- Rauhallisemmin oikeissa paikoissa (Joonas Lindroosin haastattelu)
- Tulevia synttäreitä juhlimassa (Ari Saxbergin haastattelu)
- En mitään yllämainituista.

Uutiset... (11)...

Voitosta päätetään Citroenilla
 Keskisuomalaisista...


Säväytys ja kolahdus
 Esa-Pekka Lapin...


Liigala haluaa palauttaa Koffin Peestä

Latvalalta ei löydy vastusta Citroenille

Liigasuuren tulos

Mitkä seuraavista jutuista luit lauantaina 4.8. sanomalehti Keskisuomalaisesta?

- Voitosta päätetään Citroenilla (juttu rallin kärkitaistelusta)
- Latvalalta ei löydy vastusta Citroenille (Jari-Matti Latvalan haastattelu)
- Jarkko Nikara johtaa N-ryhmää
- Ketomaa nousi seitsemänneksi
- Säväytys ja kolahdus (Esa-Pekka Lapin haastattelu)
- Ei kilpailu vaan tapahtuma (Heikki Kärjen kolumni)
- En mitään yllämainituista.



Mitkä seuraavista jutuista luit sunnuntaina 5.8.2012 sanomalehti Keski-suomalaisesta?

- Loebia vastaan ei riitä edes erinomainen ajo (juttu rallin lopputuloksista)
- Autot vaihtuvat mutta Loebin ylivalta kestää (Ari Mäntylän kolumni)
- Suunnitelman mukainen luokkavoitto (Joonas Lindroosin haastattelu)
- N-ryhmän voitosta hyvä näyttö rallipomoille (Jarkko Nikaran haastattelu)
- Hakemista, vaikeuksia ja hurja ilmalento (Jari-Matti Latvalan haastattelu)
- Malcolm Wilson myönsi pettyneensä (Fordin tallipäällikön haastattelu)
- En mitään yllämainituista.

Ksml.fi-verkkopalvelun ralliaiheisilta erikoissivuilta löytyi juttu jokaiselta erikoiskokeelta, EK-reittien esittelyt, historiallisia lehtileikkeitä, kuvasarjoja sekä linkit kuljettajien Twitter-tileihin. Mitä mieltä olit tästä kokonaispaketista?

(Voit kirjoittaa korkeintaan 1000 merkkiä)

(14)

Jäitkö kaipaamaan vielä jotain lisää ksml.fi-verkkopalveluun?

(Voit kirjoittaa korkeintaan 1000 merkkiä)

(15)



Mitä mieltä olit toimittajien kirjoittamista mielipidejutuista?

Sanomalehti 4.8. Heikki Kärki: Ei kilpailu, vaan tapahtuma; Verkkopalvelu 4.8. Tuomas Heikkilä: Parkaisu paviijongista: Mikään laji ei ole niin läpimätä kuin ralli; Sanomalehti 5.8. Ari Mäntylä: Autot vaihtuvat mutta Loebin ylivalta kestää

(Voit kirjoittaa korkeintaan 1000 merkkiä)

(16)

Oliko sanomalehti Keski-suomalaisen urheilusivuilla sellaisia juttuja, joiden uutisisällön olit saanut jo edellisenä iltana sähköisistä medioista? Jos kyllä, mitkä jutut olivat tällaisia?

(Voit kirjoittaa korkeintaan 1000 merkkiä)

(17)

Jos vastasit edelliseen kysymykseen kyllä, tarjosivatko mainitsemasi jutut kuitenkin jotain uutta, lukemisen arvoista sisältöä? Jos kyllä, millaista?

(Voit kirjoittaa korkeintaan 1000 merkkiä)

(18)

Millaista palautetta haluat antaa Keski-suomalaisen verkko- ja urheilutoimitukselle Jyväskylän MM-rallin uutisoinnista?

(Voit kirjoittaa korkeintaan 1000 merkkiä)

[takaisin](#)