

Erno Rautarinta

PÄIVITTÄISSEURANTAA JA OMIA IDEOITA.

Välitetyt ja tuotetut jutut Ilta-Sanomien ja Turun Sanomien urheilutarjonnassa

Journalistiikan
pro gradu –tutkielma.
Jyväskylän yliopisto,
Viestintätieteiden laitos.
Joulukuu 2002.

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta HUMANISTINEN	Laitos VIESTINTÄTIETEIDEN
Tekijä Erno Rautarinta	
Työn nimi Päivittäisseurantaa ja omia ideoita. Välitetyt ja tuotetut jutut Ilta-Sanomien ja Turun Sanomien urheilutarjonnassa.	
Oppiaine Journalistiikka	Työn laji pro gradu -tutkielma
Aika joulukuu 2002	Sivumäärä 102
<p>Tiivistelmä - Abstract</p> <p>Tutkimuksen tavoitteena oli tarkastella urheilujuttujen tekotapoja ja vertailla kahden erityyppisen lehden urheilujournalismia. Lähtökohtana oli ajatus siitä, että lehdet pyrkivät varmistamaan jatkuvan juttutarjontansa erilaisin keinoin riippumatta kulloisenkin päivän uutistarjonnan määrästä. Yhtenä keinona tähän voi pitää niin sanottuja tuotettuja juttuja, jotka ovat välitettyjä juttuja riippumattomampia ajankohtaisista tapahtumista. Tämä jako tuotettuihin ja välitettyihin juttuihin on tutkimuksen keskeinen näkökulma uutisaineiston kuvaamisessa.</p> <p>Aineistona tutkimuksessa on Ilta-Sanomien ja Turun Sanomien urheilutoimitusten esimiesten haastattelut sekä lehtien urheilujutut toukokuulta 2001, syyskuulta 2001 ja tammikuulta 2002. Yhteensä näitä juttuja oli vajaa tuhat. Juttujen rakenneosia arvioitiin haastatteluista ja kirjallisuudesta saatujen luokitusten avulla. Lehtien ja juttujen eroja kuvattiin lopuksi prosenttivertailujen avulla.</p> <p>Lehdet erottuivat toisistaan melko selvästi. Ennakko-odotusten mukaisesti Ilta-Sanomat keskittyi harvempiin lajeihin ja käsittelee kiinnostaviksi katsomiaan aiheita tarkemmin ja usein henkilöiden kautta. Turun Sanomat puolestaan käsittelee kaikkia levikkialueensa urheilutapahtumia uutismaisesti. Tuotetut jutut osoittautuivat nimenomaan Ilta-Sanomien keinoksi aineiston saamiseen hiljaisina uutispäivinä, kun Turun Sanomat näyttäisi madaltavan ennemmin välitettyjen juttujen uutiskynnystä.</p>	
Asiasanat urheilujournalismi, uutisvälitys, uutiskriteerit	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto / Tourulan kirjasto	
Muita tietoja	

1. Johdanto	3
2. Urheilusivujen asema sanomalehdessä	6
3. Urheilujournalismi	8
3.1. Historiaa	8
3.2. Erityispiirteitä	13
3.2.1. Huippu-urheilukeskeisyys	13
3.2.2. Viihteellisyys	16
3.2.3. Urheilusivujen lukijaryhmät	17
3.2.4. Subjektiivisuus ja kantaa ottavuus	18
3.3. Juttutyypit	20
4. Uutistuotanto	24
4.1. Journalismi ja uutinen	24
4.2. Kysyntä ja tarjonta journalismissa	26
4.3. Oikeita uutisaiheita vai pseudotapahtumia	29
4.4. Tiedon tuottaminen vs. tiedon välittäminen	32
5. Tutkimusasetelma	35
5.1. Menetelmä	36
5.2. Tutkimusaineisto	38
5.3. Urheilun vuosikierto	39
6. Tutkimuslehdet ja niiden urheiluosastot	40
6.1. Lehtien yleisarvioinnit	40
6.2. Iltä-Sanomat ja urheilupäällikkö Juha Niemi	40
6.3. Turun Sanomat ja urheilutoimituksen esimies Kalle Virtapohja	45
6.4. Lehtien vertailua	48
7. Tutkimustulokset	49
7.1. Journalistinen perustehtävä (Koljosen jaottelu)	51
7.2. Kohderyhmä	55
7.3. Jutun päähenkilö	59
7.4. Riippuvuus yksittäisestä urheilutapahtumasta	66
7.5. Ajankohtaisuus	68
7.6. Näkökulma	72
7.7. Tyyli	75
7.8. Lajit	80
7.9. Urheilun taso	82
7.10. Uutinen	85
8. Päivittäisseurantaa ja omia ideoita	87

Taulukot:

<i>Taulukko 1: Tuotetut ja välitetyt ominaisuudet eri rakenneosissa</i>	37
<i>Taulukko 2: Tuotettujen ominaisuuksien määrä jutuissa</i>	50
<i>Taulukko 3: Juttujen jakautuminen journalistisen perustehtävän mukaan</i>	53
<i>Taulukko 4: Juttujen jakautuminen kohderyhmän mukaan</i>	57
<i>Taulukko 5: Juttujen jakautuminen päähenkilön mukaan</i>	63
<i>Taulukko 6: Juttujen jakautuminen urheilutapahtumasta riippuvuuden mukaan</i>	67
<i>Taulukko 7: Juttujen jakautuminen ajankohtaisuuden mukaan</i>	70
<i>Taulukko 8: Juttujen jakautuminen näkökulman mukaan</i>	73
<i>Taulukko 9: Juttujen jakautuminen tyylin mukaan</i>	78
<i>Taulukko 10: Juttujen jakautuminen urheilulajin mukaan</i>	81
<i>Taulukko 11: Juttujen jakautuminen urheilun tason mukaan</i>	83
<i>Taulukko 12: Juttujen jakautuminen sen mukaan, onko jutussa uutinen</i>	85

Kuviot:

<i>Kuvio 1: Lehtien journalististen perustehtävien painotukset</i>	54
<i>Kuvio 2: Välitettyjen ja tuotettujen juttujen jakautuminen kohderyhmien mukaan</i>	58
<i>Kuvio 3: Lehtien päähenkilöt</i>	65
<i>Kuvio 4: Välitettyjen ja tuotettujen juttujen riippuvuus yksittäisestä tapahtumasta</i>	67
<i>Kuvio 5: Juttujen jakautuminen ajankohtaisuuden mukaan</i>	71
<i>Kuvio 6: Välitettyjen ja tuotettujen juttujen jakautuminen näkökulman mukaan</i>	74
<i>Kuvio 7: Lehtien juttutyilien erot</i>	79
<i>Kuvio 8: Lehtien erot urheilulajien painotuksessa</i>	82
<i>Kuvio 9: Välitettyjen ja tuotettujen juttujen jakautuminen urheilun tason mukaan</i>	84
<i>Kuvio 10: Uutisen sisältyminen lehtien juttuihin</i>	86

Lähdeluettelo	91
---------------------	----

Liitteet

Liite 1: Turun Sanomien urheilutoimituksen esimies Kalle Virtapohja. Sähköpostihaastattelu 3.5. 2002.	94
Liite 2: Ilta-Sanomien urheilupäällikkö Juha Niemi. Sähköpostihaastattelu 23.5. 2002.	97
Liite 3: Tarkka jaottelu juttujen jakautumisesta urheilulajien mukaan (taulukko)	101

1. Johdanto

Urheilu on kilpailua. Se voi olla kilpailua eri ihmisten, eri maiden tai erilaisten ajattelutapojen välillä. Alkujaan kilpailu oli välttämätöntä eloonjäämisen kannalta, ja vaikka myöhemmin hitaammatkin alkoivat jäädä henkiin, silti kilpailussa parhaiten menestyvät ovat aina olleet yhteiskunnan arvostetuimpia jäseniä. Esimerkiksi antiikin Kreikassa ja Roomassa urheilu oli suurten kansanjoukkojen huvia. Nykyinen huippu-urheilusysteemi on kuitenkin kehittynyt vasta 1900-luvulla.

Urheilu on myös leikkiä. Tämä tahtoo usein unohtua varsinkin nykyisessä huippu-urheilun maailmassa. Panokset ovat koventuneet ja enää ei riitä itsensä voittaminen ainakaan silloin, kun vastustaja on vielä sekunnin kymmenyksen nopeampi. Huipputaso urheilu on vakavaa puuhaa paitsi urheilijoille itselleen, myös katsomoissa istuville ja suosikkijoukkueestaan lehdestä lukeville. Toisaalta on olemassa myös niitä, jotka ihmettelevät miten lähes koko kansakunta voi pysähtyä seuraamaan kun ”aikuiset miehet takovat jäällä toisiaan ja pientä kuminkappaletta”.

Tärkeä osa urheilun kehittymisessä nykyiselle on tiedotusvälineillä. Aivan samoin kuin urheilijat kilpailevat kentillä ja radoilla toisiaan vastaan, kamppailevat tiedotusvälineet katsojista ja lukijoista. Tässä kamppailussa urheilu on tärkeä kilpailukeino. Urheiluohjelmat ovat vuodesta toiseen korkealla katsotuimpien tv-ohjelmien luettelossa ja varmasti löytyy ihmisiä, jotka lukevat sanomalehdestä sarjakuvien lisäksi vain urheilusivut. Ilman televisiota sadattuhannet suomalaiset eivät olisi heränneet keskellä yöllä vain saadakseen tietää, kuinka nopeasti maanmies ajaa autolla toisella puolella maapalloa.

Urheilun tärkeä asema tiedotusvälineissä näkyy sen saamana tilana ja aikana. Erilaiset urheilu-uutislähetykset ovat nykyään jokapäiväisiä, kun aiemmin niitä tuli vain viikonloppuna ja torstaisin, lähinnä palloilukierrosten takia. Myös lehdistössä urheilu on entistä selvemmin jokapäiväinen jutunaihe. Tätä kuvaa hyvin se, että Ilta-Sanomat alkoi julkaista syyskuussa 2001 päivittäistä urheiluliitettä lehden mukana, kun aiemmin liite tuli vain maanantain lehden mukana. Urheilu-uutisten eriyttäminen ei sinänsä tarkoita sitä, että uutisten määrä tai merkitys olisivat lisääntyneet, mutta ainakin se kertoo tiedotusvälineiden luottavan urheilun jatkuvaan uutistarjontaan.

Tiedotusvälineet pystyvät kehittyneen viestintäteknologian myötä erikoistumaan ja urheilulle onkin jo pyhitetty yksi digitaalinen tv-kanava. Muut kanavat eivät kuitenkaan ole luopumassa urheilusta kokonaan, eikä niin käy varmasti sanomalehdissäkään, vaikka urheilun erikoislehdistön merkitys kasvaisikin. Myös urheilussa pätevät samat ongelmat kuin journalismissa yleensä – mistä saada tarpeeksi laadukasta aineistoa täyttämään lisääntynyt tila. Määrä kun ei yleensä korvaa laatua yleisön silmissä.

Mistä media sitten saa aiheensa joka päivä? Tätä kysymystä pohditaan varmasti paljon muuallakin kuin urheilutoimituksissa. Urheilujournalismista on usein sanottu, että se on tuloskeskeistä ja seuraa vain huippu-urheilua. Vaikka huippu-urheilua on nykyään paljon, joka päivälle ei riitä olympialaisia tai maailmanmestaruuskisoja. Jääkiekon SM-liigan ottelumäärää on lisätty ja jalkapallossa ottelupäiviä on ripoteltu pitkin viikkoa, mutta silti on aina hiljaisia urheilupäiviä. Minkälaista on siis tulosten raportoinnin ulkopuolelle jäävä urheilujournalismi ja onko sille edes tarvetta ja kysyntää?

Onko olemassa sellaisia ajattomia urheilujuttuja, joita toimituksissa voidaan säästää hiljaisien päivien varalle? Entä kuinka paljon urheilutoimitukset voivat valinnoillaan vaikuttaa siihen, mitkä lajit yleisö kokee kiinnostaviksi? Miten tätä kiinnostusta pidetään yllä? Voidaanko tällaista kiinnostusta synnyttää?

Tutkin sanomalehtien urheilusivuja edelliset kysymykset mielessä pitäen uutisten ja tiedon tuottamisen näkökulmasta. Kuinka paljon juttuja tulee päivittäisten ja etukäteen tiedettyjen tapahtumien ulkopuolelta? Urheilussa uutisaiheet ovat usein jo valmiiksi tiedossa, joten lehdissä osataan varmasti varautua uutisköyhiin päiviin etukäteen. Onko olemassa lajeja tai urheilijoita, joita seurataan, vaikka kilpailukausi ei ole käynnissä? Esimerkiksi formula 1 -autoilu lienee sellainen laji, jota seurataan ympäri vuoden. Valitsevatko lehdet hiljaisina päivinä vain yksinkertaisesti vähemmän seurattuja lajeja tai muuten pieniä kilpailutapahtumia, ja kertovat niistä tyypillisiin tapaan tulokset ja kuvaavat tapahtumat? Mikä on huippu-urheilun suhde kilpaurheiluun ja saavatko kuntourheilu tai liikunta ollenkaan palstatilaa?

Pyrin vastaamaan näihin kysymyksiin tiedon tuottamisen käsitteellä. Tiedon tuottamisen ja välittämisen raja ei ole välttämättä kovinkaan selkeä, mutta monissa urheilujournalismin kehittämistä käsittelevissä tutkimuksissa ja puheenvuoroissa kiinnitetään huomiota nimenomaan pelkkien tulosten kertaamisen ja ottelutapahtumien

kuvaamisen lisäksi tehtäviin juttuihin. Aivan puhtaastihan tietoa ei voi lehtien sivuille vain välittää, vaan toimittaja tekee aina jonkinlaisia tulkintoja todellisuudesta juttua tehdessään. Jonkinlaisesta aste-erosta voitaneen silti puhua eri lähtökohtaisten juttujen välillä. Omat jutunaiheet ja skuupit kelpaavat varmasti urheilutoimituksillekin. Tutkimiani tuotettuja juttuja voisikin pitää useammalla tavalla normaalista tulosjournalismista poikkeavana urheilujournalismina.

Haen vastauksia yksinkertaisesti kartoittamalla urheilusivujen sisältöä ja luokittelemalla jutut erilaisin perustein. Näillä luokituksilla yritän erottaa tyypillistä jutuista sellaiset, joissa on yksi tai useampia erikoisia ominaisuuksia. Mikäli näitä erikoisuuksia on kyllin paljon, voi juttua mielestäni kutsua perustellusti tuotetuksi. Tavoitteena on tutkia sitä, kuinka paljon urheilusivuilla on tuotettuja juttuja verrattuna välitettyihin juttuihin. Jaottelu tuotettuihin ja välitettyihin juttuihin kulkee läpi koko tutkimuksen ja yritän löytää myös eroja eri lehtien tavasta tuottaa näitä juttuja.

2. Urheilusivujen asema sanomalehdessä

Urheilujournalismi on runsaan satavuotisen historiansa aikana kokenut monenlaisia muutoksia. Siitä on tullut yksi tiedotusvälineiden tärkeimmistä uutisaiheista, mutta samalla se on viihdettä, jota ei perinteisesti ole pidetty vakavasti otettavana journalismina. On urheilujournalismi sitten journalismia tai viihdettä, joka tapauksessa se on ainoita aihealueita, joita käsitellään kaikissa tiedotusvälineissä. Tasokkaat ja laajat urheilusivut ovat myös sellainen kilpailutekijä, johon moni sanomalehti panostaa.

Seppo Pänkäläinen pitää urheilua tärkeänä osastona sanomalehdille. ”Kun sanomalehdet siirtyivät 7-päiväisyyteen, se olisi ollut paljon takkuisempaa ilman viikonvaihteen urheilua. Oli helpompaa laajentaa urheiluosastoja, jotka tuottivat runsaasti pidettyä aineistoa kuin panostaa muuhun uutistoimintaa. Vielä nytkin viikonvaihteessa toimitussihteerit haikailevat 'kunnon uutisia', kun pörssi on kiinni ja päätöksentekijät kotonaan. Urheilukentillä sen sijaan tapahtuu aina viikonloppuisinkin. (Pänkäläinen 1997, 6-7)

Urheilu ei kuitenkaan ole pelkästään viikonloppujen uutisaihe. Kaikki sanomalehdet julkaisevat päivittäin useamman urheilusivun ja kaikilla tv-kanavilla on päivittäinen urheilu-uutislähetys. Vaikka Pänkäläisen (mt) mukaan urheiluosastot joutuivat karsimaan sivumääriään taloudellisesti tiukkoina aikoina, on niiden suhteellinen osuus silti suuri. Esimerkiksi kaikissa tutkimusjaksoni lehdissä oli urheilu-uutisia vähintään kaksi aukeamallista.

Etelä-Euroopassa ilmestyy päivittäisiä urheilun erikoislehtiä ja sellaisen mahdollisuudesta Suomenkin markkinoilla on puhuttu. Pänkäläinen uskoo, että sellaisella todella voisi olla kysyntää. ”Journalistiikan professori Raimo Salokangas on todennut, että Suomeen mahtuisi urheilun päivälehti. Teoriassa hän on oikeassa. Urheilun päivälehti, jossa olisi muun muassa vedonlyöntiä ja urheilujulkiksia, saattaisi oikeaan aikaan lanseerattuna hyvinkin saavuttaa jalansijaa”. (Pänkäläinen 1997, 3-4)

Koljonen (2000, 83) vertaa tutkimuksessaan Helsingin Sanomien urheilusivujen sivu- ja juttumäärää muutamaan muuhun isoon suomalaislehteen. Hänen mukaansa lehdistö saavutti urheilutarjonnan rajat 80-luvun loppupuolella. Tämän jälkeen sekä sivu- että juttumäärät ovat pudonneet lähes jokaisessa lehdessä, mutta eivät kovin paljon.

Esimerkiksi Ilta-Sanomien keskimääräinen juttumäärä lisääntyi hieman välillä 1993-98, vaikka sivumäärä väheni samana aikana. Mitään isoja ja pysyviä muutoksia lehtien urheilutarjonnan määrässä ei kuitenkaan ole nähty pitkään aikaan ja urheiluaiheiden osuus on siis pysynyt suurena.

Nieminen (1994, 31-32) listaa muutaman tutkimustuloksen urheilusivujen lukemisesta. Niiden mukaan urheilusivuja lukee aikuisväestöstä ainakin silloin tällöin puolet lukijakunnasta ja moni pitää niitä yhtenä lehden tärkeimmistä aihealueista. Lukijatutkimukset ovat varmasti hyvin toimitustenkin tiedossa, joten urheilusivuihin panostamista ja pyrkimystä varmistaa urheiluaineiston saamista ei tarvitse ihmetellä.

Tämä panostaminen näkyy monella tavalla. Kari A. Nurmelan mukaan urheiluosastot ovat hyvin itsenäisiä. ”Sanomalehden kenties autonomisin osa on urheiluosasto. Sen koko ja ennen kaikkea itsenäisyys ja rahankäyttö ovat toimituksissa omaa luokkaansa”. (Nurmela 1985, 13-15)

Käytännön urheilujournalismia on pyritty aktiivisesti kehittämään jo pitkään, mutta teoreettinen ja analyttisempi tutkimus on Pänkäläisen (1998, 29) mukaan jäänyt melko vähälle. Vielä 1980-luvulla useat urheilujournalismin kehitystä koskeneet puheenvuorot käsittelivät urheilujournalismin kansanterveydellistä ja –liikunnallista merkitystä, mutta esimerkiksi Vuolle (1983, 77) huomauttaa, että ”urheiluviihteen merkitystä aikuisväestön liikuntaharrastuksen aktivoijana lienee ylikorostettu”.

Nykyään urheilujournalismiin suhtauduttaneenkin poikkeuksetta viihteenä. Vuolle kuvaa urheilun joukkotiedotuksen tehtävää kolmella tasolla: tietojen, tunne-elämysten ja toimintamallien välittäjänä. ”Meillä tehdyt tutkimushavainnot samoin kuin arkielämän kokemus osoittavat, että joukkotiedotusvälineiden, radion, television ja lehdistön välittämä liikuntainformaatio on pääasiassa tunne-elämyksiä virittävää viihteellistä informaatiota”. (Vuolle 1983, 74-79)

3. Urheilujournalismi

Urheilujournalismin määrittely on yksinkertaisimmillaan helppoa. Hemánuksen (1983, 43) mukaan se on järjestelmä joka tuottaa tietoa ja mielipiteitä itse urheilun järjestelmästä. Nieminen (1994, 4) jakaa yhdyssanan osiin; journalismi määrittää ilmiön tiedotusvälineisiin liittyväksi, ja alkuosa kertoo kohdealueena olevan urheilun. Nämä määritelmät vastaavatkin hyvin arkikäsitystä, urheilujournalismi on sitä, minkä tiedotusvälineet julkaisevat urheiluotsikon alla. Sanomalehdessä urheilujournalismia olisivat siis urheilusivuille sijoitetut jutut.

Tämä ei kuitenkaan ole täysin aukotonta, esimerkiksi tiedesivujen juttu dopingista ja sen fysiologisista vaikutuksista ei mahdu määritelmien alle, ellei sitten Hemánuksen "urheilun järjestelmää" ymmärretä tarpeeksi laajasti. Urheilu on käsitteenä ja ilmiönä sen verran monitahoinen, että sitä voi perustellusti sanoa "maailman tärkeimmäksi sivuseikaksi". Journalismiakaan ei voida määritellä pelkästään tiedotusvälineiden toiminnan tulokseksi. Kahden näin ison käsitteen leikkauspinta, urheilujournalismi, on siten sekin iso käsite, ja parhaan kuvan siitä saa tarkastelemalla sen erityispiirteitä ja sitä miten ne juontuvat sen omasta ja urheilun yhteisestä historiasta.

Koska tutkin tässä työssä urheilu-uutisten **journalistista** tuottamista, keskityn historiaosuudessa enemmän niihin asioihin, joissa kehittyvä ja kasvava urheilujärjestelmä joutuu kosketuksiin tiedotusvälineiden kanssa.

3.1. Historiaa

Urheilu sellaisena kuin se nykyään tunnetaan sai alkunsa vasta 1800-luvun lopussa. Sitä ennen urheilu oli oikeastaan miesporukoiden keskinäisiä mittelöitä. Näitä mittelöitä ei ollut tarkoitettu ulkopuolisille ja tarkoituksena oli erilaisten kuntoisuuksien todistaminen. Sana "sport" on peräisin 1300-luvulta ja tarkoittaa huvittavia pelejä ja leikkejä.

Esa Sironen kirjoittaa Tiede-lehden kysymyspalstalla suomen kielen urheilu-sanan alkuperästä. "Sanan otti käyttöön nykymerkityksessään Helsingin yliopiston suomenkielen ja kirjallisuuden professori August Ahlqvist. Fennomanian aallossa

vierasperäisille sanoille keksittiin innokkaasti suomenkielisiä vastineita. Sanalle sport tarjottiin erilaisia vaihtoehtoja, kuten kisa, karkelo, hippa, homma, taitous ja virkeily. Sport-sanan käännöksestä syntyi kiista Ahlqvistin ja voimakastahtoisien kielen- ja kansanrunoudentutkijan E. N. Setälän välille. Setälä tarjosi käännökseksi kiistoa, Ahlqvist urheutta, josta muodostui nykyinen käsite urheilu. Kantasana urho, joka viittasi alun perin täysikasvuiseen mieheen, sankariin, on huomattavasti vanhempi. Se esiintyy jo Mikael Agricolan rukouskirjassa 1500-luvulla”. (Sironen 2002)

Kärkkäisen mukaan (1986, 33) urheilu merkitsi alkujaan temppuilemistä hullun- tai tyhmänrohkealla tavalla ja sitä saattoi olla heikoilla jäillä liikkuminen tai poikien vaaralliset leikit kuten puissa kiipeileminen.

Ensimmäiset urheilulehdet perustettiin jo 1800-luvun puolivälin paikkeilla. Tuolloin kilpaurheilua ei vielä kovinkaan runsaasti ollut, joten nämä lehdet käsittelivät lähinnä metsästystä, purjehdusta tai muita ei varsinaisia kilpaurheilulajeja. Päivälehtiä ei urheilu kiinnostanut tässä vaiheessa oikeastaan muuten kuin liikunnan kansanterveydellisten vaikutusten kautta. Lehtien perustaminen jo tuolloin kertoo kuitenkin siitä, että ihmisillä oli kiinnostusta urheilua kohtaan.

Sekä kilpaurheilun että urheilujournalismin varsinaisen synnyn voi katsoa alkaneen 1800-luvun lopussa. Pierre de Coubertinin haave antiikin olympialaisten elvyttämisestä toteutui 1896, kun Ateenassa pidettiin ensimmäiset nykyajan kisat. Samoihin aikoihin perustettiin myös useita urheilulehtiä. Vuonna 1895 perustettu italialainen La Gazzetta dello Sport on vanhin yhä ilmestyvä urheilulehti ja vuotta myöhemmin perustettu Suomen Urheilulehti ilmestyy sekin yhä.

Vuosisadan vaihteen jälkeen kilpaurheilu ja varsinkin olympiakisat alkoivat kiinnostaa jo päivälehtiäkin. Hyöty oli molemminpuolinen, sillä lehdet saivat lukijoita kiinnostavaa aineistoa ja urheilu julkisuutta. Tästä hyvänä osoituksena käy Hannes Kolehmainen. Ilman tiedostusvälineitä hänen juoksunsa Tukholman olympialaisissa 1912 olisivat auttamatta unohtuneet, eikä Suomea fraasin sanoin olisi juostu maailman kartalle. Kolehmaisesta tapauksessa kyseessä oli toki nationalismien heräämisestä ja politiikasta, mutta joka tapauksessa se osoittaa, minkälaisia mahdollisuuksia urheilun ja tiedotusvälineiden liitto tarjosi. Samalla se osoittaa, kuinka urheilujournalismilla oli jo alusta alkaen taipumus tehdä urheilusta "itseään suurempaa".

Kalle Virtapohja (1998) on tutkinut kahdeksaa suomalaista urheilusankaria, joista ensimmäinen oli juuri Hannes Kolehmainen. Virtapohjan mukaan suomalaisten lehtien uutisointi vuoden 1912 kisoissa vastasi nykyajalle tyypillistä televisioajan mediatapahtumaa. Kisoihin valmistautumista seurattiin ja tunnelmaa luotiin jo paljon ennen varsinaisia kilpailuja. Pääpaino näissä jutuissa oli sillä, miten Suomen joukkueeseen suhtauduttiin. "Olympiauutiset rakensivat tunnelmaa itse päänäytökseen, heinäkuun alkuun, jolloin viralliset avajaisetkin pidettiin Tukholmassa. Odotuksia loivat lisäksi uutiset valintakilpailusta ja Suomen joukkueen matkasta kisapaikalle". (Virtapohja 1998, 186)

Itse kisoissakin kansallistunne oli vahvasti esillä. Avajaisista huomioitiin Suomen joukkueen esiintyminen ilman minkäänlaista tunnuslippua, kun Suomen joukkueen tunnuksena ollut helsinkiläisen naisvoimisteluseuran lippu poistettiin näkyvistä venäläisten vaatimuksesta. Esimerkiksi Turun Sanomien lukijoita asia kiinnosti niin paljon, että ihmiset soittelivat toimitukseen saadakseen lisätietoja. Virtapohjan (1998, 189) referoimassa lehtikirjoituksessa puhutaankin jo "skandaalista" ja Suomesta kansakuntana, jota "maailman pimeimmätäkään voimat eivät voi painaa maan tasalle".

Lippuskandaalit eivät olleet mitenkään uusi asia, sillä jo kaksissa edellisissä olympialaisissa suomalaiset yrittivät esiintyä omien tunnustensa alla. Virtapohjan mielestä tällaiset lippukiistat ovat esimerkkejä urheilun poliittisuudesta. "Politiikalle urheilu on väline siinä missä urheilusankaritkin. Lipulla on puolestaan merkittävä symbolinen arvo, erityisesti urheilusankarin kädessä tai harteilla" (Virtapohja 1998, 110).

Niemisen (1994, 23) mukaan urheilua seurattiin ennen 1920-lukua päivälehdissä kuitenkin vain satunnaisesti. 1920-luvun suomalaisurheilijoiden menestys olympiakisoissa oli kuitenkin niin hyvä, että lehdistö alkoi seurata urheilua säännöllisemmin.

Salokankaan mukaan suuremmilla lehdillä oli omat kirjeenvaihtajansa jo Antwerpenin kisoissa 1920 ja Pariisin kisoissa neljä vuotta myöhemmin Paavo Nurmi oli Turun Sanomien nimikkourheilijana, eikä voittoja seuranneina päivinä lehdellä ollut etusivuongelmaa. Salokangas toteaa urheilun kehittyneen nopeasti tärkeäksi aiheeksi

päivälehtien sivuilla. ”1920-luvun lopussa ja 1930-luvulla ei kilpailukykyiseksi mielivän lehden auttanut nyreksiä urheilua”. (Salokangas 1987, 374-377).

Seppo Pänkäläinen (1998, 13) nimittää vuoden 1923 urheilulehdistön kulta-ajan aluksi, muun muassa sillä perusteella, että tuolloin Martti Jukolasta tuli Urheilulehden päätoimittaja. Pänkäläisen mukaan Jukola alkoi tietoisesti kehittää lehdestä uutismaisempaa. Samoihin aikoihin järjestettiin useita urheilukilpailuja, jotka lisäsivät suomalaisten urheiluinnotusta ja urheilujournalismin kysyntää. Erikoislehdistöllä oli tässä innostuksen nousussa Pänkäläisen mukaan oma tärkeä osuutensa: ”Urheilun erikoislehdistö ei siis pelkästään luonut journalismin aakkosia, vaan myös opetti yleisön lukemaan (urheilua)”. (Pänkäläinen mt, 13-14)

Urheilutoimittajien ammattikunta alkoi varsinaisesti syntyä kuitenkin vasta 1940-luvulla. Aluksi toimittajina toimivat urheilijat itse, suoritustensa lomassa. Esimerkiksi kuuluisimmaksi sinivalkoiseksi ääneksi kohonnut Pekka Tiilikainen teki ensimmäisen radioselostuksensa heti oman uintiurakkansa päättymisen jälkeen Oslon PM-uinneissa 1935.

Tästä juontaa juurensa yksi urheilujournalismin erikoispiirteistä eli se, että toimittajat ovat tai ainakin olivat hyvin tiukasti sidoksissa ja lähellä alaansa. Positiivisessa mielessä tämä näkyi asiantuntemuksena, mutta toisaalta se teki kriittisten näkemysten esittämisen hankalaksi.

Seuraava suuri mullistus suomalaisessa urheilujournalismissa oli Niemisen (1994, 24) mukaan Helsingin olympialaiset 1952. Viimeistään siitä lähtien urheilua alettiin pitää lehdistössä kilpailutekijänä. Esimerkiksi maakuntalehti Keski-suomalaisessa alettiin seurata ulkomaantapahtumia tarkemmin, vaikka oman maakunnan tapahtumat olivat keskeisellä sijalla. Lisäksi kisoissa saatuja kokemuksia ja oppeja kansainvälisestä urheilujournalismista saatettiin hyödyntää oman lehden kehittämisessä.

Urheilujournalismin historiaa voi tarkastella myös teknisen kehityksen kautta. Virtapohja on jakanut sankaritutkimuksessaan urheilujournalismin kuuteen vaiheeseen. Hannes Kolehmainen on syntyvaiheen sankari, jolloin urheilujournalismia teki vain lehdistö. Myös Paavo Nurmea seurasi lähinnä vain lehdistö, vaikka ensimmäiset urheilulähetykset kuultiin Suomessa radiosta vuonna 1926 ja Amsterdamin

olympialaiset 1928 selostettiin jälkilähetystenä (Pänkäläinen 1998, 16). Tapio Rautavaara ja vuotta 1948 Virtapohja luonnehtii radion ajaksi, samoin kuin Veikko Hakulista ja vuotta 1960. Seuraava sankari on jo tv-ajan urheilija Lasse Virén vuonna 1972. Virtapohjan jaossa 1980-luvun alku ja Keke Rosberg ja Marja-Liisa Hämäläinen edustavat urheilujournalismin vaiheina monipuolistumista. Tällä Virtapohja tarkoittaa sitä, että Rosbergin myötä suomalainen urheilujournalismi kiinnostui uusista lajeista (formula 1) ja Hämäläisen myötä myös naisurheilu alkoi kiinnostaa aiempaa enemmän. Viimeinen sankari Virtapohjan tutkimuksessa on Curt Lindström, joka edustaa joukkuelajien esiintuloa. (Virtapohja 1998, 36-37)

Vaikka kaikki Virtapohjan jaot eivät suoranaisesti viittaa uusiin ja vastakehittyneisiin tiedotusvälineisiin, silti ne antavat hyvän kuvan siitä, miten koko median kentän muutoksilla on ollut vaikutuksia urheilujournalismiin. Virtapohjan esiin nostamat sankarit ovat kaikki olleet tiedotusvälineiden erityiskiinnostuksen kohteita, paitsi menestyksensä, niin myös jonkin muun asian takia. Kolehmainen ja Nurmi olivat esimerkiksi hyviä symboleita nationalistiselle kirjoittelulle, Rautavaara oli aikansa julkkis elokuviansa ja laulajauransa kautta. Keke Rosberg edustaa puolestaan vauhdikasta ja hyvin mediamyönteistä lajia. Curt Lindströmiä Virtapohja puolestaan pitää median taitajana. (Virtapohja 1998, 37).

Virtapohjan tutkimuksen sankarit ovat hyvä esimerkki siitä, että tiedotusvälineissä sankareiksi nousevat yleensä sellaiset urheilijat, joihin pystyy lataamaan muitakin merkityksiä kuin pelkästään urheilusuorituksiin liittyviä. Lehdille tämä on suureksi eduksi, sillä mikäli urheilija kiinnostaa yleisöä myös kentän ulkopuolella, saa hänestä tehtyä myös juttuja, vaikka tämä ei kilpailisikaan.

3.2. Erityispiirteitä

Seppo Pänkäläinen (29, 1998) on listannut kuusi tosiasiaa suomalaisesta urheilujournalismista.

1. Se on miesten luomaa ja ylläpitämää
2. Se muuttuu hitaasti, perusrakenteiltaan tuskin lainkaan
3. Se on miesten kilpa- ja huippu-urheiluun keskittyvää
4. Se on tiettyihin kansallisiin ja ns. valtalajeihin keskittyvää
5. Se suhtautuu uusiin lajeihin passiivisen myönteisesti
6. Se on erityisesti nuorten ja keski-ikäisten miesten suosima sisältöaines

Käyn seuraavassa läpi muutamaa oman tutkimukseni kannalta merkittävintä näistä erityispiirteistä.

3.2.1. Huippu-urheilukeskeisyys

Urheilu on laaja käsite, mutta jo arkimerkitys viittaa tavallisemmin kilpailuun. Omaksi huviksi lenkkeilystä puhutaan yleensä kuntoiluna tai liikuntana, joskin siihen voidaan viitata myös sanalla kuntosurheilu. Nieminen (1994, 7) on kerännyt eri tapoja jaotella urheilu. Melkein kaikille tavoille on yhteistä se, että kuntoliikunta ja kilpaurheilu on erotettu omiksi kokonaisuuksiksi. Kilpaurheilusta voi edelleen erottaa huippu-urheilun, joka esimerkiksi Seppäsen (9, 1984) mukaan tähtää kansainväliseen menestykseen.

Pertti Hemánus (11, 1985) jaottelee urheilun yksinkertaisesti kuntoliikuntaan, muuhun kilpaurheiluun ja huippu-urheiluun. Näistä kaksi ensimmäistä ovat Hemánuksen mukaan sukulaisilmiöitä, mutta kolmas ei ole lainkaan verrattavissa muihin yhteiskunnallisina ilmiönä. Tiedotusvälineitä on kiinnostanut alusta alkaen huippu-urheilu. Aluksi menestys kansainvälisissä kilpailuissa valjastettiin nimenomaan nationalismiin tarpeisiin. Viimeistään television myötä urheiluun astui myös raha ja ammattilaisuus - urheilusta alkoi tulla yhä enemmän osa median viihdekoneistoa.

Hemánus (1983, 44-45) toteaaakin huippu-urheilun olevan kaupallis-ideologinen ilmiö. Syntyessään huippu-urheilu oli järjestelmänä kuitenkin pelkästään ideologinen. Sen

arvoja olivat muun muassa maanpuolustushengen vaaliminen ja terveyden edistäminen (Hemánus 1983, 45). Näiden arvojen arveltiin siirtyvän huippu-urheilijoiden ja heidän suoritustensa kautta kansalle. Nykyään liikunta- ja kuntoiluaiheet on yleensä eroteltu omalle osastolleen, eikä niitä mielletä muutenkaan kuuluvaksi urheilukäsitteen alle.

Kaupallisen puolen esiintulo huippu-urheilun järjestelmässä on myöhäisempi ilmiö. Medialla on tässä suuri rooli, sillä urheilutapahtumia paikan päällä seuraavien lipputuloilla ei kovin pitkälle päästäisi. Suurin syy huippu-urheilujärjestelmän kaupallistumiseen lieneekin medialla ja sen tarjoamalla näkyvyydellä. Tämä näkyvyys on tuonut urheilun pelikentälle uuden pelaajan eli sponsorit.

Siinä missä liike-elämä maksaa suurimman osan miljardiluokan bisnekseksi muuttuneen järjestelmän kuluista, myös yleisölle käy kalliiksi pitää yllä kiinnostustaan. Tämä näkyy jo yksin kallistuneina pääsylippuina ja siinä, että yhä useampi urheilutapahtuma näkyy vain maksullisilla tv-kanavilla. Huippu-urheilutapahtumien seuraaminen siis maksaa yleisölle paradoksaalisesti sitä enemmän mitä enemmän kiinnostuneita on mukana.

Median suhde huippu-urheiluun onkin Hemánuksen (1983, 42-43) mukaan symbioottinen enemmän kuin heijastussuhde. Ihmiset ovat kiinnostuneita huippu-urheilusta, joten tiedotusvälineiden pitää myös tarjota sitä käsittelevää aineistoa. Toisaalta media on juuri se tekijä, joka tekee kilpaurheilusta huippu-urheilua. Ei tarvitse kuin seurata television urheiluohjelmia tai lukea urheilusivuja huomatakseen, että juuri median seuraamat lajit ovat niitä, joissa isoimmat rahat liikkuvat. Tässä suhteessa erityisesti television merkitys korostuu, sillä television seuraamat lajit ovat suosituimpia myös muissa tiedotusvälineissä (esim. Nieminen 1994, 84).

Todella isojen rahamäärien liikkuminen huippu-urheilun järjestelmässä ei ole voinut olla vaikuttamatta siihen. Hemánus vertaa darwinistista ja humanistista urheilukäsitystä, ja päätyy selkeästi darwinistisen kannalle. Siitäkin on hänen mielestään siirrytty seuraavalle tasolle. Enää ei riitä, että (luonnostaan) parhaat selviävät eli voittavat, vaan aina vain parempien tulosten saavuttamiseksi saatetaan käyttää sääntöjenvastaisia ja terveydellisesti arveluttavia keinoja. "Doping-ongelma sanan laajimmassa mielessä on eräänlainen darwinismista loogisesti seuraava ilmiö, joka samalla saattaa lopulta vaarantaa darwinistisenkin - ja kaiken - huippu-urheilun järjestelmän jatkuvan olemassaolon edellytykset." (Hemánus 1983, 45).

Doping on myös Virtapohjan (1996, 21) mielestä merkki urheilun ylivakavoitumisesta. Kaupallisuus on tuonut muassaan muitakin lieveilmiöitä. Tarkastelemalla toimittajien suhtautumista muun muassa näihin lieveilmiöihin ja laajemmin koko urheilujärjestelmään, päästään väitteeseen urheilujournalismin kritiikkittömyydestä.

Toimittajille huippu-urheilun vakavoituminen on hankala paikka. Urheilijat ja urheilutoimittajat oli ennen mielletty molemmin puolin kavereiksi, joilla on keskenään yhtenäiset intressit.

Viime kädessä näin on varmasti yhä, mutta urheilutoimittajan ammattitaitoon kuuluu kritisoida silloin, kun kritisoitavaa on. Nieminen (1994, 48) ottaa esimerkiksi Falunin MM-hiihtojen mäkihyppääjät ja heidän illanvietostaan kirjoittaneen Jukka T. Virtasen. Tuolloin urheilijat marssivat näyttävästi STT:n toimitiloihin kisapaikalla ja sanoivat irti kaveruutensa Virtaseen. Niemisen referoimassa kirjoituksessa Virtanen toteaa, että urheilutoimittaminen on helpompaa, mikäli toimittaja on urheilujohtajien ja urheilijoiden kaveri, mutta politiikassa tai talousjournalismissa kukaan ei kutsu kriittisesti kirjoittavaa toimittajaa 'kaverinpettäjäksi'. (Nieminen 1994, 48)

Urheilun vakavoitumisen aiheuttamat moraaliset ongelmat eivät tätä nykyä jää vain sen arviointiin, voiko urheilijoiden vapaa-ajan vietosta raportoida vai ei. Doping ja talousotkut ovat urheilusivujen vakioaineistoa ja näistä aiheista saadaan usein isoja otsikoita myös tavallisille uutissivuille.

Urheilijat ovat ehkä vieläkin tarkemman suurennuslasin alla tekemisissään kuin muut viihdejulkikset, sillä heidät halutaan nähdä tervehenkisinä nuorison esikuvina. Lehdillä on valta pudottaa esikuviksi nostamansa urheilijat jalustalta, mikäli nämä eivät esiinny julkisuudessa sen edellyttämällä tavalla. Tämä prosessi on tiedotusvälineille hyvä juttulähde, sillä se kiinnostaa lukijoita ja uusia tarjokkaita urheilijoita löytyy helposti, sillä näkyvyys on tärkeää sponsoreiden saamisen kannalta. Vastaavasti sponsorit saattavat olla mukana pudottamassa urheilijaa jalustalta tämän herättämien negatiivisten mielikuvien myötä. Viimeisin lehtien tarkoin seuraama tämänlainen tapaus on NHL:n jääkiekkoilija Jere Karalahdelle langettama pelikielto. Lehdissä asiaa kommentoivat muut pelaajat, valmentajat, urheilujohtajat, sponsoreiden edustajat, toimittajat ja lakimiehet – Atlantin molemmin puolin.

Tietyllä lailla huippu-urheilukeskeisyys siis laajentaa urheilujournalismin kenttää pikemmin kuin kaventaa. Moraalikysymyksiin voidaan palata aina tarpeen niin vaatiessa ja urheilun järjestelmästä löytyy epäkohtia joihin voi puuttua. Näin pitääkin tehdä, jotta urheilujournalismi olisi yhä journalismia. On kuitenkin huomattava, että valtaosa urheilua käsittelevästä aineistosta on pelkästään viihteellistä.

3.2.2 Viihteellisyys

Lienee selvää, että urheilu ja urheilujournalismi ovat viihdettä enemmän kuin esimerkiksi politiikka ja sen uutisointi. Vuolle (1983) on tutkinut urheilusivujen sisältöä Pietilän (1971) tekemän luokittelurungon pohjalta. Tässä jaossa koko joukkotiedotuksen sisältö jakaantuu kolmen tyyppiseen tietoon: orientoivaan, praktiseen ja viihteelliseen tietoon.

Orientoiva tieto on relevanttia maailmankatsomuksen kannalta. Urheiluun siirrettynä tämä tarkoittaa arkipäiväntilanteista riippumatonta yleisempää tietoa liikunnan yksilöllisestä ja yhteiskunnallisesta merkityksestä.

Praktinen tieto puolestaan on käytännön elämäntilanteissa tarvittavaa tietoa. Urheilussa ja liikunnassa tällaista edustavat informatiiviset jutut, joissa esimerkiksi kerrotaan mitä kannattaa ottaa huomioon urheiluvälineitä hankittaessa tai muut käytännön ohjeet.

Urheilusivut koostuvat Vuolteen tutkimuksen mukaan kuitenkin lähes yksinomaan viihteellisestä tiedosta. "Viihteellinen tieto tuottaa hetkellistä mielihyvää tai tyydytystä. Se voidaan kokea arvoksi sinänsä, ilman että testaamme sillä maailmankuvaamme tai käytämme sitä apuna arkielämän kokemuksissa. Tyypillistä viihteellistä tietoa ovat urheiluselostukset." (Vuolle 1983, 22)

Journalismin kannalta viihteellisyydessä on muutamia ongelmia. Urheilu ei aiheena mahdu tiukimpiin uutiskriteereihin, koska niiden mukaan asioilla pitää olla yhteiskunnallista merkitystä tai niiden pitää vaikuttaa ihmisten elämään jollain tavalla. Toisaalta kiristyneen kilpailun myötä lähes kaikki tiedotusvälineet käsittelevät juuri niitä asioita, joista lukijat ovat kiinnostuneita. Tähän uutisvalintatapaan urheilu kyllä sopii.

Kuten edellä todettiin, urheilu on nykyään tärkeä osa viihdeteollisuutta ja siinä liikkuu paljon rahaa. Jo tämän takia urheilu kohoaa tiedotusvälineissä helposti itseään suuremmaksi. Edellä käsitelty urheilun valjastaminen nationalismiin on myös ollut osaltaan vaikuttamassa todellisempien ja vakavampien uutistapahtumien syntyyn, esimerkkinä tästä Hondurasin ja El Salvadorin sota 1970-luvulla. Kyseisen sodan leimaaminen jalkapallosodaksi on liioittelua, mutta silti urheilulla oli oma sijansa kansallishengen negatiivisessa ilmentymisessä ja tilanteiden kärjistymisessä.

Palaan uutistuotantoa käsittelevässä luvussa tarkemmin siihen, kuinka journalismin yleiset mallit ja uutishankinnan keinot kiinnittyvät urheilujournalismiin.

3.2.3. Urheilusivujen lukijaryhmät

Urheilu ja sitä käsittelevä urheilujournalismi kiinnostavat miljoonia ihmisiä ympäri maailmaa, mutta on myös niitä, joita ei asia kiinnosta lainkaan. Mikään muu sanomalehden osasto ei jaa lukijoiden mielipiteitä samalla tavoin kuin urheilu. Toisille urheilusivut ovat syy hankkia ylipäätään koko lehti, kun toiset eivät vilkaisekaan niitä. Niemisen (1994, 72) tutkimukseen vastanneista Keski-suomalaisen lukijoista 54 prosenttia ilmoitti seuraavansa lehden urheilusivuja paljon. Urheilusivuja silloin tällöin tai vähän seuraavia oli siten 46 prosenttia. Niemisen tutkimuksen ulkopuolelle jäivät kokonaan ne, jotka eivät lainkaan seuraa urheilusivuja, mutta heitäkin löytynee lehden lukijoista.

Sanomalehden koko lukijakunnan voineekin jakaa kolmeen ryhmään: urheilun suurkuluttajiin, enemmän tai vähemmän satunnaisesti seuraaviin sekä osaston kokonaan sivuuttaviin.

Ilta-Sanomien päätös alkaa julkaista erillistä urheiluliitettä päivittäin juontuu osin juuri tästä. Urheilun ystäville voidaan taata joka päivä luettavaa. Toisaalta niiden, joita urheilu ei kiinnosta, on helpompi hypätä koko osaston yli.

Suurkisat nostavat yleistä kiinnostusta urheilua kohtaan. Niemisen (1994, 76) tutkimuksessa yli 80 prosenttia vastaajista sanoi seuraavansa urheilusivuja tavallista enemmän kisojen aikana. Tämä pätee myös kolmannessa ryhmässä, kisojen aikana

urheilu-uutisia seuraa luultavasti myös moni sellainen lukija, joka ei tavallisesti ole lainkaan kiinnostunut urheilusta.

Kahtiajako näkyy myös itse jutuissa. Valtaosan urheilu-uutisten yleisöstä uskotaan olevan asiaan vihkiytyneitä, ja jutut kirjoitetaan tästä lähtökohdasta. Juttujen ei niinkään ole tarkoitus houkutella uusia lukijoita urheiluaiheiden pariin, vaan enneminkin saada jo valmiiksi urheilusta kiinnostuneet lehden lukijoiksi ja myös pysymään sen lukijoina. Oma ryhmänsä ovat sellaiset jutut, jotka eivät avaudu kuin kaikista asiantuntevimmille lukijoille. Lehdet saattavat tehdä tällaisiakin juttuja, jos niiden lukijoissa uskotaan olevan tarpeeksi esimerkiksi jonkin yksittäisen lajin seuraamiseen erikoistuneita. Tällaisia lukijoita Turun Sanomien urheilutoimituksen esimies Kalle Virtapohja kutsuu lajifriikeiksi.

Normaalisti lehdet kirjoittanevat juttunsa urheilua yleisesti seuraavalle lukijajoukolle. Niin sanottu tulosjournalismi soveltuu juuri heille, sillä lajifriikit ovat varmasti jo perillä tuloksista ja toisaalta urheiluun vihkiytymättömälle pelkät tulokset eivät kerro juuri mitään. Alentamalla jutun sisäistämisen vaatimaa tietotason kynnystä lehti kuitenkin voi palvella kaikkia lukijoita ja vastaavasti nostamalla sitä se palvelee lajifriikkejä.

3.2.4. Subjektiiivisuus ja kantaottavuus

Seppo Pänkäläinen on nimennyt suomalaista urheilujournalismia käsittelevässä kirjassaan yhden luvun seuraavasti: "Urheilukielessä jännitys karkaa kattoon ja yllätys roikkuu ilmassa" (Pänkäläinen 1998, 20).

Urheilujournalismissa erilaiset ylisanat, kielikuvat ja tapahtuman tai suorituksen suuruutta kuvaavat ilmaukset ovat varsin tavallisia. Muussa journalismissa ylisanojen käyttäminen eli niin sanottu hehkuttaminen ei tulisi kysymykseenkään. Pänkäläisen mielestä (1998, 21) vaarallisella alueella liikutaan silloin, kun urheilu ja urheilija irrotetaan asiayhteydestään ja kun tehdään päätelmiä, joiden paikkansapitävyys on kyseenalaista.

Tämä on ongelmallista erityisesti journalismin objektiivisuuden kannalta. Niemisen (1994, 27) mielestä subjektiivisuudella on urheilujournalismissa erilainen merkitys kuin

journalismissa yleensä katsotaan olevan. Nieminen kirjoittaa "tarkoituksellisesta subjektiivisuudesta" tekijänä, joka erottaa urheilujournalismin muusta journalismista.

Tätä tarkoituksellista subjektiivisuutta voi tarkastella esimerkiksi kansallisen tai maakunnallisen me-hengen ja identiteetin näkökulmasta.

Risto Kunelius kirjoittaa Viestinnän vallassa -teoksessaan seuraavasti: "Yhteiskunnan jäsenten on tunnettava kuuluvansa 'meihin'. Tässä me-hengen luomisessa joukkoviestimillä on helppo nähdä tärkeä rooli. Nostamalla esiin yhteisiä puheenaiheita ja tarjoamalla yhteisiä kokemuksia joukkoviestintä luo tuntua siitä, että olemme samassa veneessä" (Kunelius, 1998, 168).

Jaana Orjalan mukaan me-henkinen aineisto keskittyy maakuntalehdissä juuri urheilusivuille. Me-henkisyys oli voimakkainta alueilla, joilla on selkeä alueellinen identiteetti. Orjalan mukaan kyse ei kuitenkaan ole yksittäisten toimittajien vahvasta maakuntahengestä, vaan perinteeseen sosiaalistumisesta. (Orjala 1996, 60)

Tämä subjektiivisuus tai kantaaottavuus näkyy muun muassa sanavalinnoissa (Orjala 1995, 134). Orjala käyttää esimerkkeinä verbivalintoja kuten "kahmia", "napsia" ja "kruunata". Ehkä vielä selvemmin asiaa osoittaa adjektiivien käyttö, josta Orjala antaa esimerkeiksi sanat "mahtava", "hieno" ja "mainio". Erityisesti Pohjanmaan lehdet Pohjalainen ja Ilkka saattoivat vielä käyttää adjektiivien edessä vahvikesanoja kuten "todella". (Orjala 1995, 134.)

Orjala toteaa, että vaikka urheilujournalismi käyttää normaalin uutistekstin välttämisiä adjektiiveja ja superlatiiveja, ei sen kantaaottavuus ole pelkästään sanavalinnoissa. "Kyse on ennen muuta *maakunnallisesta* viitekehyksestä: asioita katsotaan oman maakunnan näkökulmasta, näkökulmaa ei ole tarkoituskaan peittää." (Orjala 1996, 134.) Urheilujournalismin kieli on muutenkin usein hyvin värikästä. Janne Palomäki (2001) on tutkinut eri maiden jalkapalloselostuksissa esiintyneitä metaforia. Tavallisimpia ovat sotaa kuvaavat sanat, kuten ampua ja hyökätä. Espanjalaisissa lehdissä esiintyi muun muassa härkätaistelusta lainattua sanastoa. Rungas metaforien käyttö kertoo osaltaan siitä, että urheilusta halutaan luoda viihteellistä draamaa.

3.3. Juttutyypit

Urheilujournalismin voi jakaa erilaisiin luokkiin monilla eri perusteilla. Journalismin oppikirjat erottavat muun muassa uutissähkeen, henkilöhaastattelun ja reportaasin eri juttutyypeiksi niiden erilaisen tekotavan perusteella.

Helsingin Sanomien urheilujournalismia tutkinut Kari Koljonen hahmottaa urheilusivujen juttutyyppejä toimittajien journalististen perustehtävien kautta. Helsingin Sanomissa oli viidenlaisia perustehtäviä toteuttavia juttuja: tiedottavia, palvelevia, taustoittavia, värittäviä ja kommentoivia. (Koljonen 2000, 26.)

Koljonen on laskenut tiedottaviksi jutuiksi sellaiset, joissa käsitellään äskettäin olleita otteluita ja kilpailuja. Hän kuvaa tätä juttutyyppeä urheilujournalismin perustyyppiksi. "Näiden tapahtumien selostukset ja referoinnit ovat urheilujournalismin perustyyppi, jonka pohjalta muut genret ovat kehittyneet. Samaan kategoriaan olen myös ottanut uutiset, joissa kerrotaan vaikkapa loukkaantumisista, valinnoista, nimityksistä ja pelikentän ulkopuolisista tapahtumista useimmiten lyhyesti, sähkömäisesti." (Koljonen 2000, 26).

Palvelevat jutut ovat Koljosen jaottelussa vakiovinjettien alla esiintyviä tulosluetteloja tai vedonlyöntilistoja. Myös ne ovat yleensä aika- ja tapahtumasidonnaisia.

Koljonen sijoittaa loput kolme journalistista perustehtävää feature-käsitteen alle. Taustoittavia juttuja ovat muun muassa taustaselvitykset kun taas henkilöhaastattelut reportaasit ja pakinat ovat värittäviä. Kommentoiviksi Koljonen on tulkinnut lehden omien toimittajien kommentit sekä urheilutoimituksen ulkopuolisten mielipidekirjoitukset. (Koljonen 2000, 26.)

Varsinaisiin juttutyyppeihin Koljonen pääsee jakamalla jokaisen journalistisen perustehtävän eri juttutyyppeihin. Esimerkiksi värittävät jutut koostuvat pääosin henkilöhaastatteluista, mutta mukana on myös reportaaseja ja pakinoita (Koljonen 2000, 27).

Koljosen tyypit vastaavat hyvin omaa jaotteluani tuotettuihin ja välitettyihin juttuihin. Tiedottavat ja palvelevat jutut ovat toimituksille yleensä melkein valmista aineistoa kun

muut kolme edellyttävät enemmän omaa ideointia ja vaivaa. Se, että juttu ei ole sidottu aikaan eikä tiettyyn tapahtumaan, tekee siitä jossain määrin ajattoman. Tällaiset jutut lienevät tärkeitä hiljaisina uutispäivinä, sillä niitä voi tehdä varastoon ja julkaista tarvittaessa. Palaan Koljosen jakoon tarkemmin määrittäessäni tuotetun jutun käsitettä.

Valtaosa urheilusivujen jutuista kuitenkin viittaa johonkin tapahtumaan. Kalevi Heinilä on hahmotellut kaavan tai säännönmukaisuuksia, jolla sanomalehdet seuraavat suurkisoja.

1. viritetään mielenkiinto tiettyä suurkilpailua kohtaan
2. herätetään menestysodotuksia
3. vahvistetaan odotuksia mm. valmennusuutisten avulla
4. selostetaan kilpailutapahtuma ja toiveitten täyttymys
5. palvotaan voittajia
6. syvennetään sankaripalvontaa ja samaistumista urheilijan yksityiselämän kuvausten avulla
7. pidetään uutistauko yleisön kyllästymisen estämiseksi

Vaihtoehtoisesti kohtien 5-6 paikalla voidaan pohtia tappion syitä ja etsiä syntipukkeja. (Heinilä 1973, 116.)

Heinilän malli on 70-luvulta, mutta se pätee varmasti vieläkin monin osin. Tosin on huomattava, että televisio ja radio seuraavat entistä suuremmalla mielenkiinnolla urheilua ja myös suurkisoja, eikä sanomalehdistö voi kilpailla sähköisten välineiden kanssa uutisoinnin nopeudessa. Niinpä varsinainen kilpailutapahtumien selostus jää lehdissä usein varsin vähälle. Koljosen (2000, 86-89) haastattelemat Helsingin Sanomien urheilutoimittajat kokevatkin lehdistön urheilutoimittajien olevan analyyttisempia kuin kollegansa sähköisissä välineissä.

Pelkkä tapahtumien taustoitus ja kilpailujen tarkka analyysi ei kuitenkaan enää välttämättä riitä lehdille kilpailussa sähköisiä viestimiä vastaan. Nykyään varsinkin televisio lähettää suurkisojen aikana useita tunteja kisastudioita, joissa taustoitetaan kisoja ennakolta hyvin kattavasti ja analysoidaan asiantuntijoiden avulla kisatapahtumat tuoreeltaan. Lehdistö ei näin enää voi täydentää television antia, vaan se joutuu

kilpailemaan sen kanssa etsimällä mielenkiintoisia näkökulmia, joita edellisillan lähetyksessä ei ole nostettu esiin.

Seppo Pänkäläinen (1997, 3-4) huomauttaa lehtien urheilusivujen puolustavan aina paikkaansa riippumatta televisiolähetyksistä. ”Olen aivan varma, että urheilun runsaus sanomalehdissä on palvellut sekä kustantajia että lukijoita. Suomi on urheiluhullua kansaa, ja vaikka se kuinka näkisi televisiosta tai kuulisi radiosta lassevirenien voitot, se haluaa lukea niistä myös aamun lehdistä.”

Lehdet eivät ole hylänneet tapahtumista kertomista kokonaan, minkä huomaa helposti jokaisen palloilukierroksen jälkeen. Vaikka suurin osa lukijoista tietää tulokset, ratkaisut ja maalintekijät, seuraavan päivän lehti käy ne vielä kerran läpi. Nämä tulosjutut lienevät monessa lehdessä varsin haluttua materiaalia, ja niiden vähentäminen herättäisi todennäköisesti lukijoiden joukossa vastalauseita. Toisaalta lehdiltä vaaditaan siis myös taustoittavia ja analysoivia juttuja, joten tila käy väkisinkin pieneksi varsinkin vilkkaita urheilupäiviä seuraavissa numeroissa.

Lehdet erottuvat suhteessa tulosurheiluun muun muassa ilmestymisajankohdan mukaan. Aamulla ilmestyvien päivälehtien on luonnollisempaa kertoa edellisen päivän otteluista ja niiden tuloksista uusina asioina eli uutisina, kun iltapäivälehtien lukijat tietävät todennäköisemmin jo tulokset muiden tiedotusvälineiden kautta. Iltapäivälehdet myydään irtonumeroina kunakin päivänä erikseen, joten niiden toiminta-ajatus on muutenkin erilainen kuin kotiin tilattavien lehtien. Koljonen (2000, 84) kutsuu tätä viihteelliseksi toiminta-ajatukseksi.

Tämä erilainen toiminta-ajatus näkyy iltapäivälehdissä monella tavalla. Koljonen toteaa iltapäivälehtien antavan enemmän tilaa niin sanotuille eliittilajeille kuten golfille, tennikselle ja alppihiihdolle. Laatu korvaa Koljosen mielestä tässä eri lajien välisessä arvottamisessa määrän, sillä perinteisissä uutiskriteereissä korkealle ovat kohonneet sellaiset lajit, joilla on paljon harrastajia. Eliittilajit sen sijaan herättävät kiinnostusta sellaisissa lukijoissa, jotka puolestaan kiinnostavat mainostajia. (Koljonen 2000, 84)

Edelleen iltapäivälehtien viihteellinen toimintamalli näkyy juttujen vahvana henkilöimisenä. Uutiskriteerinä painotetaan kiinnostavuutta, eikä kaikkien tapahtumien kattamiseen ja tuloksien noteeraamiseen kiinnitetä niin paljon huomiota kuin

päivälehdissä (Koljonen 2000, 85). Siirränkin nyt tarkastelun painopisteen urheilusta journalismiin eli pohdin tiedon tuottamista ja juttuaiheiden syntymistä yleisten uutisteorioiden kautta. Urheilu ja journalismi kulkevat kuitenkin tässä tutkimuksessa edelleen käsi kädessä.

4. Uutistuotanto

Edellisessä luvussa käsittelin lähinnä urheilujournalismin sellaisia erityispiirteitä, joita muussa journalismissa ei esiinny. Nämä erityispiirteet juontuvat urheilun ja urheilujournalismin yhteisestä historiasta. Harvalla muulla journalismin kohteella on niin paljon valtaa sitä käsittelevään journalismiin kuin urheilun järjestelmällä on. Silti urheilujournalismi on myös journalismia ja siinä pätevät samat määritelmät kuin journalismissa yleensäkin.

Tässä uutistuotantoa käsittelevässä luvussa pureudun siis tarkemmin yhdyssanan urheilujournalismi jälkimmäiseen osaan, kun edellisessä luvussa pääpaino oli ensimmäisellä osalla eli urheilulla. Tarkastelen sitä, mitä journalismin yleiset teoriat sanovat uutishankinnasta, uutiskriteereistä eli yksinkertaistettuna sitä, mistä jutut oikein tulevat.

Yritän hahmotella veteen piirrettyä viivaa tiedon välittämisen ja tiedon tuottamisen välillä. En kuitenkaan liiku täysin abstraktilla tasolla, vaan yritän pitää työni aiheen, urheilujournalismin, mukana koko ajan.

4.1. Journalismi ja uutinen

Uutista pidetään puhtaimpana tai tyypillisimpänä journalismin lajina. (Esim. Hemánus 1990, 91.) Vaikka journalismissa on muitakin juttutyyppejä, sisältyy suurimpaan osaan sanomalehtien jutuista uutinen ainakin jossain muodossa. Uutisen voikin ymmärtää kahdella tavalla eli journalistisena juttutyypinä tai ylipäätään viestinä, joka antaa vastaanottajalleen uutta tietoa. Van Dijk löytää sanalle uutinen kolme eri merkitystä.

1. Uusi informaatio tapahtumista, asioista tai henkilöistä.
2. Radion tai tv:n ohjelmatyyppi, jonka muodossa uutisia esitetään.
3. Yksittäinen uutisjuttu jossakin journalistisessa välineessä.

(Suomennukset Hemánus 1990, 93).

Uutinen on siis vanhin journalistinen juttutyyppi. Se pohjautuu sanomalehdistön edeltäjään uutiskirjejournalismiin (Hemánus 1989, 76). Nykyistä uutisjournalismia pidetään usein kaavamaisena ja pinnallisena. Tietyllä tavalla voidaan sanoa, että uutisesta on tullut kulutustavaraa, jota voidaan tehtailla päivittäin.

Jos uutinen nähdään päivittäin tuotettavana kulutustavarana, niin täytyy myös olla jokin raaka-aine, josta uutiset tehdään. Tyypillisimmillään raaka-ainetta ovat selkeät ja rajatut tapahtumat, joista on helppo tehdä kaavamainen uutinen. Tähän viittaa jo useiden uutiskirjoitusoppaiden ohje, jonka mukaan uutisen pitää vastata kysymyksiin kuka, mitä, missä ja niin edelleen. Näin uutisten ulkopuolella jäävät usein pitkäkestoiset tapahtumat ja kehityskulut.

Tässä mielessä urheilu on sanomalehdille mitä parhainta uutisten raaka-ainetta. Urheilukilpailujen ajankohdat tiedetään ennakolta ja niihin osataan näin varautua. Tekijäkin löytyy helposti, sillä voittajan hakemisestahan kilpailemisessa on kysymys ja nimenomaan voittaja on se, josta ihmiset oletetaan olevan kiinnostuneita.

Seppo Pänkäläinen toteaa Suomalainen urheilujournalismi –kirjassaan urheilutoimittajien itsekkin tiedostavan urheilun ja urheilujournalismin kaavamaisuuden. ”Merkittävimpänä pidän sitä, että urheilu on itsessään kovin kaavamaista ja yksinkertaista. Kaavamaisuus näkyy mm. pitkissä sarjoissa ja liigoissa: kymmeniä otteluita, joissa lopputulokset ja yksityiskohdat vaihtelevat, mutta joissa perusrakenne on aina sama.” (Pänkäläinen 1998, 6)

Urheilujournalismin kaavamaisuudesta Pänkäläinen ottaa esimerkiksi jääkiekon sarjaotteluiden uutiselostukset, jossa hänen mukaansa tehdään lähes aina samalla sapluunalla. Selostuksissa käydään läpi ottelun ratkaisutekijät ja –henkilöt, arvioidaan tuomarityöskentelyä sekä tehdään arvio tulevasta. Pänkäläinen huomauttaa iltapäivälehtien aikoinaan muuttaneen sapluunaa siten, että juuri ne pyrkivät nostamaan ottelusta esiin jonkin yksityiskohdan tai pelaajan. Lehdet ovat kuitenkin Pänkäläisen mielestä tämän sapluunan vankeja, jolla hän tarkoittanee sitä, että ne joutuvat otteluselostuksissaan keskittymään vain ja ainoastaan ottelutapahtumiin löytääkseen nämä esiin nostettavat yksityiskohdat. (Pänkäläinen 1998, 6-7)

Muussa journalismissa urheilujournalismin tämän sapluunan kaavamaisuudella vetävät vertoja ehkä vain onnettomuus uutiset, jotka vastaavat vain ja ainoastaan kuka, mitä ja missä –kysymyksiin. Toisaalta on huomattava, että niin kaavamaisesti kuin näihin kysymyksiin sekä jääkiekon otteluselostuksissa että onnettomuus uutisissa vastataankin, niin ne ovat tapahtumien kannalta oleellisimpia ja kiinnostavimpia tietoja.

Kaavamaisilla otteluselostuksilla ei kuitenkaan saa herätettyä kiinnostusta, vaan ne on ennemminkin suunnattu sellaisille, jotka ovat jo valmiiksi kiinnostuneita aiheesta. Esimerkiksi mainittuja tyypillisiä jääkiekkoselostuksia on kritisoitu jopa siitä, että ne on suunnattu edellisenä iltana hallissa istuneille, ikään kuin todistukseksi heille itselleen siitä, että ottelussa on oltu. Vaikka asia ei olisi aivan näin, niin on vaikea uskoa, että pelkät otteluselostukset herättäisivät kiinnostusta lajia kohtaan tai urheiluun yleensä. Tarvitaan toisenlaisia juttuja, joilla lukijat saadaan kiinnostumaan ja innostumaan. Juuri näitä juttuja käsittelen tutkimuksessani tuotettuina juttuina.

4.2. Kysyntä ja tarjonta journalismissa

Pertti Hemánuksen ja Ilkka Tervosen Totuuksista utopioihin (1986) käsittelee myös joukkotiedotuksen ja journalismin tavaraluonteisuutta. Tällä tavaraluonteisuudella on heidän mielestään selkeä vaikutus joukkotiedotuksen sisältöön. ”Pakko myydä, pakko menestyä markkinoilla, pakko menestyä vieläpä kaksilla markkinoilla eli taistelussa yleisöstä ja taistelussa mainostajista vaikuttaa hyvin suuresti siihen, minkälaisen sisältöjen tuominen markkinoille kannattaa parhaiten” (Hemánus & Tervonen 1986, 32).

Yksinkertaistettuna tiedotusvälineiden pitää siis seurata sitä, minkälaisella tuotteella eli jutuilla on kysyntää. Urheilu on aiheena kysytty, joten ei ole ihme, ettei mikään tiedotusväline oikein tule toimeen ilman sitä. Koljonen (2000, 84) huomauttaa Uuden Suomen johdon pohtineen aikanaan urheilutoimituksen lopettamista, kun se ei pystynyt kilpailemaan Helsingin Sanomien kanssa. Muita esimerkkejä täysin urheiluttomasta päivälehdestä tai sellaisen mahdollisuudesta ei viime vuosilta ainakaan hakematta löydy.

Edellä käsitelty kysyntä ei kuitenkaan synny tyhjästä. Tiedotusvälineillä on tärkeä rooli siinä, mikä ihmisiä kiinnostaa. Niinpä voitaneekin sanoa tarjonnan synnyttävän kysyntää. Urheilusivuilla esimerkiksi tästä käynee vaikka henkilöjuttu nuoresta, lupaavasta urheilijasta. Ihmiset kiinnostuvat tästä ja alkavat seurata hänen edesottamuksiaan ja uraansa. Mikäli tätä kiinnostusta riittää, saattavat lehdet alkaa uutisoida hyvinkin pienet tapahtumat kyseisen urheilijan elämästä sillä perusteella, että tämä kiinnostaa ihmisiä. Äärimmilleen vietyinä menestynyttä urheilijaa saatetaan seurata vielä vuosia tämän uran päättymisen jälkeen. Tästä tunnetuin esimerkki on tietysti Matti Nykänen, joka tosin on karannut urheilusivuilta aivan muiden osastojen huoleksi.

Kysynnän luominen tarjonnalla ei liene kuitenkaan näin yksioikoista. Toimittajien ammattitaitoon kuuluu nähdä potentiaaliset jutun aiheet ja tuoda niissä esiin juuri kiinnostavimmat puolet. Näitä kiinnostavia asioita ei kuitenkaan voi keksiä täysin tyhjästä. Yksittäisen urheilijan kohoamiseksi suuren yleisön tietoisuuteen tarvitaan myös yleensä menestystä kilpailuissa, sillä tiedotusvälineet uskovat vain voittajien kiinnostavan ihmisiä tarpeeksi. Niemisen (1994, 63) haastatteleminen Keski-suomalaisen urheilutoimittajien mielestä ideaalinen haastateltava on nuori nouseva kyky, jota lukijat eivät vielä välttämättä tunne.

Tästä on tietysti poikkeuksia – esimerkiksi venäläinen tennispelaajatar Anna Kournikova on kohonnut median lemmikiksi muilla kuin pelillisillä ansioillaan. Kournikova onkin hyvä esimerkki siitä, kuinka media voi nostaa huipputasoon nähden keskinkertaisten urheilijoiden satapäisestä massasta yksilöitä ja tehdä näistä ihmisten silmissä kiinnostavia. Tätä ei kuitenkaan voi tehdä täysin mielivaltaisesti, sillä varmasti naisten tenniksessä ja naisurheilussa yleensäkin on olemassa ilman mediaakin sosiaalinen tilaus tämänkaltaiselle silmänruoalle – semminkin kun valtaosa yleisöstä on miehiä.

Kournikova ei ole voittanut yhtään isoa tennisturnausta ja hänen listasijoituksensa on tätä kirjoitettaessa viidennenkymmenennen paikkeilla. Siitä huolimatta hänen tulonsa ovat ylivoimaisesti suurimmat naistenniksessä. Aivan samaan tapaan kuin ranking-listan kärkipelaaja joutuu jatkuvasti kohtaamaan uusia, lupaavia haastajia säilyttääkseen ykköspaikkansa, myös Kournikovalla on haastajansa median ja miesyleisön lemmikkinä. Isojen turnausten aikana lehdistö hakee uusia kournikovia ja uutisoi heistä näyttävästi. Useampaakin näistä haastajista pidetään pelitaidoiltaan Kournikovaa

parempina, mutta venäläinen on toistaiseksi säilyttänyt asemansa naistenniksen kauneuskuningattarena.

Kysynnän ja tarjonnan suhdetta on vaikea määritellä. Vastaako toimittaja kysyntään tekemällä jutun nuoresta lupauksesta vai tarjoaako hän urheiluväelle uutta sankaria ja toivoo, että yleisö kiinnostuisi tästä? Sami Niemisen (1994) tutkimus käsittelee juuri kysynnän ja tarjonnan kohtaamista sanomalehti Keski-suomalaisen urheilusivuilla. Niemisen mukaan tarjonta vastaa melko hyvin kysyntää. Tämä ei Niemisen mukaan ole yllätys, sillä toimittajan ammattitaitoon kuuluu arviointi siitä, mikä lukijoita kiinnostaa. ”Sanomalehden tarjonta muodostuu toimittajien ammattitaidon pohjalta tekemistä valinnoista ja muusta journalistisesta työstä. Ammattitaitoon kuuluu arvioida, mikä on lukijan kannalta merkittävää aineistoa ja erottaa laajoista asiakokonaisuuksista olennaisimmat asiat.” (Niemi 1994, 133)

Seppäsen mukaan urheilua sponsoroiva liike-elämä haluaa ennen kaikkea näkyvyyttä ja sitä saa parhaiten sensaatioilla. ”Mitä enemmän sensaatioita tietty urheilutapahtuma pystyy tuottamaan, sitä todennäköisemmin sitä katsotaan. Vaikka katsomiseen vaikuttaa myös kunkin yhteiskunnan oma liikuntaperinne, sensaationälkkää voidaan myös luoda. Sitä voidaan luoda sekä perinteisissä että ei perinteisissä urheilumuodoissa ja myös urheilun liepeillä. Tehokkaimmin kaikki kuitenkin tapahtuu silloin, kun urheilutapahtuma pystyy tarjoamaan voimakkaita tunne-elämyksiä – mahdollisuuksia aggressiivisuuden, jännityksen, pelon ja liikutuksen kokemiseen.” (Seppänen 1984, 11)

Aina ei ole helppo arvioida, mikä on lukijan kannalta merkittävää ja olennaista aineistoa. Olympiakisat ja muut suur tapahtumat ovat tietysti sellaisia, mutta niihin panostaminen on Nurmelan (1985, 13-15) mielestä liian itsestään selvää: ”Runsaalla miehityksellä olympiakisoissa palvellaan ennen kaikkea lehden näkyvyyttä, ei välttämättä lukijaa”.

Vaikka suurkisoja järjestetään juuri median uutistarpeen ja sponsoreiden näkyvyyden turvaamiseksi useammin ja useammin, ei niitäkään ole koko ajan käynnissä. Silti lehtien pitää täyttää urheilusivunsa joka päivä.

Pertti Hemánus aloittaa ihmistä joukkotiedotuksen vastaanottajana käsittelevän luvun väitteellä: joukkotiedotuksen tarjonta on aina suuresti määrännyt sen kulutusta, ja erityisesti tämä tuntuu pätevän tajuntateollisuuden vaiheessa (Hemánus 1989, 85).

Hemánus perustelee väitteensä muun muassa sillä, että television katsojatutkimukset osoittavat ihmisten toivovan juuri sellaisia ohjelmia, joita on jo paljon tarjottu. Sama ei hänen mukaansa päde kuitenkaan niin selkeästi sanomalehdistössä, jossa vakavien uutisten runsas tarjonta ei ole synnyttänyt kysyntää, vaan kevyt uutisaineisto vetoaa lukijoihin keskimäärin enemmän. (Hemánus 1989, 86-87)

Tarjonnan voinee siis kuitenkin sanoa synnyttävän kysyntää ja toisaalta kysyntään vastataan tarjonnalla. Molemmat säännöt pätevät varmasti urheilujournalismissakin, joka pohjimmiltaan viihteellisenä koostuu pelkästään kevyistä jutuista, eivätkä uutisaiheet siten sinänsä vaikuta ihmisten elämään tai kosketa koko lukijajoukkoa.

4.3. Oikeita uutisaiheita vai pseudotapahtumia

Yksi journalismin peruskysymyksistä on juttujen suhde todellisuuteen ja siihen mikä todella on tärkeää. Aikaisemmin lehdet tai niitä edeltäneet uutiskirjeet ilmestyivät harvakseltaan ja viikkojenkin takainen tapahtuma oli uutisarvoinen. Tiedonvälitysteknologia on kuitenkin kehittynyt ja uutisista tullut päivittäistä kulutustavaraa. Uutisissa arvostetaan tuoreutta, sanonnan mukaanhan mikään ei ole niin vanha kuin eilinen lehti. Toisaalta lehdet pyrkivät uutisten standardoimiseen eli siihen, että ne olisivat riippumattomia päivän tapahtumista.

Päivittäinen lehti tarkoittaakin sitä, että palstat on täytettävä riippumatta uutistarjonnasta. Niin sanotut mätäkuun jutut ovat tuttuja sanomalehdistä varsinkin kesäiseen aikaan. Iltaapäivälehdet saattavat juttupulassaan polkaista käyntiin vaikka leijonanmetsästyksen Itä-Suomen metsissä, kuten Ruokolahdella kävi muutama vuosi sitten. Mätäkuun jutut ovat tyypillisesti sinänsä harmittomia, mutta jännittäviä. Niitäkään ei voida keksiä aivan tyhjästä, mutta sanonta ”tehdä karpäsestä härkänen” pätee niihin hyvin.

Median valta jonkin tapahtuman tai uutisaiheen nostamisessa julkisuuteen on ollut tiedossa jo pitkään ja sitä on tutkittu paljon. Ero todellisen maailman ja median siitä luomien mielikuvien välillä voi olla hyvinkin suuri. Walter Lippmann kirjoitti jo 1920-luvulla pseudoympäristöstä, jonka ihmiset luovat jäsentääkseen todellista ympäristöä, joka on aivan liian valtava ja mutkikas. Lehdistön ongelma oli Lippmannin mielestä juuri se, että se ei saanut välitettyä todellista tietoa todellisesta maailmasta, vaikka ihmiset siihen luottavatkin. Tämä johtuu hänen mukaansa muun muassa uutisen luonteesta. Uutisen tiedonvälityskykyä kaventaa sen kiinnittyminen yksittäisiin tapahtumiin ja stereotyyppinen muoto. (Lippmannista Pietilä 1997, 140-148).

Näennäis- eli pseudoympäristöstä kirjoitti 1960-luvulla Daniel J. Boorstin. Erkki Karvonen esittelee Imagologia-kirjassaan (1997) Boorstinin ajatuksia. Karvonen kuvaa Boorstinin näkemystä rappiotarinana, jossa kunnollinen aito oikea elämäntapa häviää ja aidon todellisuuden korvaavat väärennökset (Karvonen 1997, 77).

Karvosen Boorstinin *The Image. Or What Happened to the American Dream* –teoksesta poimimien erottelujen avulla saa hyvän kuvan siitä, mitä Boorstin tarkoitti pseudo- eli näennäistapahtumilla.

Boorstinin jaottelee lehdistön historian vanhaan hyvään aikaan ja nykyisyyteen. Vanhana hyvänä aikana uutiset kerättiin kun nykyisin ne tehdään. Boorstin käyttää esimerkkinä ensimmäistä amerikkalaista sanomalehteä, joka alun perin ilmestyi kerran kuukaudessa, mutta saattoi ilmestyä useammin ”jos tapahtumien paljoutta esiintyy”. Toimittajan vastuulla oli vanhana hyvänä aikana ”antaa selonteko sellaisista huomionarvoisista seikoista, jotka ovat saapuneet tietoomme”. Uutiset olivat siis Jumalan luomia tapahtumia, joista vain annettiin selostus. Graafisen vallankumouksen jälkeen tilanne muuttui Boorstinin mielestä suuresti. Vastuu maailman mielenkiintoisista tapahtumista siirtyi Jumalalta toimittajille, joiden piti täyttää lehti mielenkiintoisilla uutisilla oli sitten tällaisia tapahtumia tai ei. Boorstinin mielestä nykymentaliteettia kuvaa lause: ”Uutista on kaikki se mitä hyvä toimittaja valitsee painettavaksi lehteen.” (Karvonen 1997, 78-79)

Boorstin jatkaa samoilla linjoilla myös suhteessa uutisten henkilöihin. Vanhaan hyvään aikaan suurmiehet olivat rohkeutensa tai urotekojensa vuoksi ihailtuja sankareita. Nykyisin suurmiehet eivät ole enää sankareita vaan median luomia julkkiksia. Oikean

sankarin ihmiset muistaisivat pitkään, kun julkkiksen pitää pysytellä jatkuvasti mediassa, että hänet muistettaisiin. Julkkis on Boorstinin mukaan pseudotapahtuman alalaji, inhimillinen näennäistapahtuma. Oikeita ansioita hänellä ei ole, julkkis tunnetaan siitä, että hän on tunnettu. (Karvonen 1997, 81)

Karvonen on koonnut Boorstinin teoksen erottelut luetteloksi hierarkkisista pareista (Karvonen mt, 84-85). Vanhaan hyvään aikaan uutiset siis kerättiin, kun nyt ne ovat median tekemiä. Aiemmin lehdet ilmestyivät harvakseltaan todellisia tapahtumia vastaten, kun nykyisin vallitsee kellonympäri-media, joka on pakotettu keksimään palstantäytettä. Julkisuuteen eivät pääse enää syvälliset ja harkintakykyiset henkilöt, vaan ulkonäkö ja sanavalmius ovat tärkeämpiä. Boorstin kutsuu jälkimmäisiä ominaisuuksia näennäisominaisuuksiksi.

Karvonen on löytänyt Boorstinilta kolmattakymmenettä hierarkkista paria, joista kaikki viittaavat havaintoon siitä, että vanhaan hyvään aikaan uutistapahtumat olivat aitoja, Jumalan luomia. Lehti kertoi sen miltä asiat todella näyttävät, kun nykyään kaikki halutaan esittää mielenkiintoisen moniselitteisenä ja kiehtovana. Ennen tyydyttiin tavalliseen tylsään todellisuuteen, kun nykyään lehdissä esiintyy mukavaksi, kiinnostavaksi ja puoleensa vetäväksi tehty maailma. Nykyajan uutiset ovat yksinkertaistavia ja konkreetteja, kun vanhaan hyvään aikaan ne olivat ei-yksinkertaistavia ja abstrakteja.

Urheilujournalismi sopii hyvin Boorstinin määritelmään, sillä kaikki urheilukisat ovat ihmisten järjestämiä, tietyllä lailla keinotekoisia tapahtumia. Medialla on sitä paitsi suuri merkitys tapahtumien järjestämisessä, sillä ilman televisiota esimerkiksi formula 1 –kilpailut tuskin olisivat niin valtaisia tapahtumia kuin ne tätä nykyä ovat.

Urheilutoimittajat ovat taitavia löytämään kiehtovia seikkoja näistä tapahtumista, jotka sitten kohoavat uutisarvoiksi sen takia, että ne ovat olleet sitä aiemminkin. Formula 1 –kuljettajien kansalaisuus on esimerkiksi täysin sivuseikka itse ajojen kannalta. Seppo Pänkäläinen (1998, 21) huomauttaa Mika Häkkisen maailmanmestaruuden korostamisen suomalaisuuden näkökulmasta olevan vähintäänkin kiistanalaista. Pänkäläinen uskoo, että kovin moni suomalainen ei osaisi sanoa mistä Häkkisen tallitoveri David Coulthard on kotoisin.

Pänkäläinen kirjoittaa edellisen johtuvan siitä, että urheilujournalismin kieli on liioittelevaa ja sillä on ”taipumusta luoda sellaisia suhteita ja yleistyksiä, jotka eivät ole arkikielen rajoissa”. Pänkäläinen jatkaa edelleen: ”Näin Häkkisen osakilpailuvoitto muuttuu koko kansakunnan voitoksi ja maailmanmestaruudesta tulee suomalaisen vientiteollisuuden uusin veturi.” (Pänkäläinen 1998, 21)

Liioittelu ja yleistysten tekeminen ovat tapoja saada urheilu vaikuttamaan elämää suuremmalta tai Boorstinin sanoin mielenkiintoisen moniselitteiseltä ja kiehtovalta. On kuitenkin vaikea vetää rajaa pseudotapahtuman ja oikean, aidon tapahtuman välillä. Olympiakisat ovat iso tapahtuma ja niillä oli merkitystä jo ennen kuin niistä tuli valtaisia mediatapahtumia.

Karvonen huomauttaa, että yhteiskunnallisten tapausten osuus verrattuna ”Jumalan luomiin” on suhteessa lisääntynyt jo senkin takia, että ”yhteiskunta” on kasvanut ja monimutkaistunut. ”Jos journalismi kertoisi vain junaonnettomuuksista, niin miten ihmiset voisivat orientoitua yhteiskunnassa? Mitä vikaa on siinä, että journalistit aktiivisesti pyrkivät keksimään aiheita sosiaalisesta todellisuudesta?” Karvonen kysyy. (Karvonen 1997, 95)

Karvonen nimittää Boorstinin näennäistapahtumaksi kutsumaa ilmiötä nykyaikaisesti mediatapahtumaksi. Karvosen mukaan mediatapahtumat tehtaillaan julkisuutta ja mediaa silmällä pitäen, mutta hän kritisoi käsitystä siitä, että kaikki tapahtuminen olisi vain mediaa silmällä pitäen tehtyä. Journalistinen käytäntö on sellainen, että se noteeraa ennen muuta tapahtumat. Karvonen vertaa journalismia kalaan, jonka kiinnostuksen herättämisessä tapahtumia käytetään täkyinä. ”Mediatapahtuma on tavallaan seurausta tapahtumia tarvitsevasta journalismista”. (Karvonen 1997, 95)

4.4. Tiedon tuottaminen vs. tiedon välittäminen

Tuottaminen on journalismissa hankala käsite, sillä sanalla saatetaan viitata erilaisiin kaupallisiin sopimuksiin tietynlaisen aineiston tuottamisesta. Itse käytän sitä tässä tutkimuksessa kuitenkin yksinkertaisesti kuvaamaan sellaisia lehtijuttuja, jotka ovat joiltain ominaisuuksiltaan Boorstinin sanoin median tekemiä ennemmin kuin kerättyjä. Urheiluun tätä on hieman vaikea soveltaa, sillä mikään urheilussa ei tapahdu itsestään,

vaan kaikki tapahtumat ovat ihmisten järjestämiä. Niinpä koko urheilujärjestelmää voisi kutsua tuotetuksi. Haluan kuitenkin tehdä urheilun sisällä erottelun tuotettuun ja välitettyyn aineistoon.

Jatkan tämän luvun aloittaneesta vertauksesta uutisista kulutustavarana ja uutisoitavista asioista niiden raaka-aineena. Välitetty tieto on käynyt läpi vain vähän käsittelyä ja jalostamista, se toimitetaan ihmisille lähes sellaisenaan. Tehdastyössä tätä voisi vastata jonkin raaka-aineen erottelu ja purkittaminen sopiviin annospakkauksiin.

Tuotettua tietoa voisi puolestaan verrata yksilölliseen käsityöhön, jossa raaka-aine puetaan kokonaan uudenlaiseen muotoon. Toinen vaihtoehto on yhdistellä erilaisia raaka-aineita ja tuottaa näin jotakin uutta. Toisinaan voi käydä myös niin, että raaka-ainetta ei ole saatavilla lainkaan. Silloin sekin pitää tuottaa jostakin.

Matias Möttölä (2002, 11) Journalisti-lehteen haastattelemaa koripallotoimittajaa Jeffrey Denbergia voi pitää tällaisena tuottajana. Denberg on ”beat writer”, jonka ainoa työtehtävä on kirjoittaa lehteen Atlanta Hawks –koripallojoukkueesta. Helpolla Denberg ei kuitenkaan pääse, sillä juttuja on kirjoitettava, vaikka joukkueella ei olisi otteluita. Yhdestä ottelusta joukkueen perässä vieraskiertueillakin matkaava Denberg kirjoittaa ensin ennakkotutun ja ottelun päätyttyä uutisjutun. Näin raaka-aineesta tulee todella kaikki käytettyä. Välillä raaka-aine on huonolaatuista ja sitä on hankala muokata. ”Vaikeinta on seistä yksin pukuhuoneen ovella tylsän ottelun jälkeen. Ei ole ketään, jonka kanssa miettiä ottelusta kiinnostavia näkökulmia”, Denberg sanoo.

Työ ei kuitenkaan siis rajoitu pelkästään otteluiden seuraamiseen. Denberg kertoo keräävänsä aina materiaalia, jota voi käyttää välipäivien jutuissa. Nämä jutut eivät ole niin riippuvaisia raaka-aineesta eli uutisoitavista tapahtumista, sillä Denberg saattaa kirjoittaa kahden päivän jutut yhtenä päivänä ja pitää vapaapäivän samaan aikaan joukkueen kanssa. (Möttölä mt, 11)

Suomalaisessa urheilujournalismissa ei vielä ole menty beat writer –käytäntöön asti. Osin tämä johtuu siitä, että suomalaista urheilua ei ole tuotteistettu samaan tapaan kun Yhdysvalloissa. Yksittäinen joukkue tai laji ei pelkästään kelpaa täällä niin hyvin lehtijuttujen raaka-aineeksi, vaan vaaditaan jotain uutisoimisen arvoisia tapahtumia. Ison rahan ammattilaisurheilussa on sitä paitsi enemmän otteluita kuin meikäläisissä

sarjoissa ja raha liikkuu suuremman fanipohjan myötä aivan toisella tavalla kuin täällä, joten ”oikeaa” uutisoitavaa riittää.

Asiantuntevat beat writerit ovat yksi keino tuottaa tietoa. Suuri osa heidänkin työstään on silti tiedon välittämistä eli otteluiden seuraamista ja tapahtumien kuvailua. Mitä enemmän kirjoittajalla on aikaa paneutua otteluun, sitä paremmin hän voi löytää siitä uusia ja kiinnostavia näkökulmia. Näiden näkökulmien etsimistä ja kehittelyä voi verrata raaka-aineen muokkaamiseen ja sitä kautta tiedon tuottamiseen. Yleensä urheilujournalismissa kuitenkin tyydytään kertomaan ottelutapahtumista sellaisenaan, eikä muokkausta katsota tarpeelliseksi tai ehditä tehdä. Ehkä raaka-aine kelpaa yleisölle ilman tuottamistakin. Raaka-ainetta eli otteluita, joita kuvailla ei kuitenkaan aina ole saatavilla, joten jonkinlaista tuottamista siis esiintyy suomalaisessakin urheilujournalismissa.

Toki on huomattava sekin, että kaikki kirjoitettu on toimittajan tulkintaa todellisuudesta, eikä todellisuutta voi sellaisenaan ”välittää”.

Olen tässä teoriaosassa siis koettanut erotella urheilujournalismin erityispiirteitä ja toisaalta tiedon tuottamista tiedon välittämisestä yleisellä tasolla. Varsinaisessa tutkimusosassa tarkastelen esiin tulleita asioita aineiston kautta ja yritän löytää eroavaisuuksia Ilta-Sanomien ja Turun Sanomien tavasta välittää ja tuottaa urheilutietoa.

5. Tutkimusasetelma

Olen edellä käsitellyt journalismia ja urheilujournalismia monelta kannalta. Punaisena lankana on ollut kuitenkin se, kuinka media saa ihmiset kiinnostumaan jostakin aiheesta ja se mistä lehtien urheiluaiheet oikein tulevat. Lehdet ilmestyvät useine urheilusivuihin nykyään lähes joka päivä, mutta urheilurintamalla ei voi kilpailla näin usein siten, että kamppailut säilyisivät jatkuvasti kiinnostavina. Siitä huolimatta lehtien pitää tarjota luettavaa joka päivä myös urheilun saralta.

Tutkimuksessani yritän löytää niitä keinoja, jolla kiinnostusta herätetään. Samalla tarkastelen sitä, miten lehdet vastaavat hiljaisten urheilupäivien aiheuttamaan juttupulaan. Uskon, että esimerkiksi SM-liigakierrosten jälkeen lehdessä on enemmän tyypillisiä ottelukuvauksia ja tuloslistoja, kun hiljaisempina päivinä lehdet joutuvat Boorstinin hengessä tekemään ja ideoimaan itse uutisensa. Moni urheilutapahtuma on jo itsessään pseudotapahtuma eli se on tärkeä vain sen takia, että media on päättänyt sen olevan tärkeä.

Tutkimukseni perustuu urheilusivujen juttujen kahtiajakoon. Toisen ääripään juttujen raaka-aineet esiintyvät lehdessä lähes sellaisenaan eli urheilutapahtumien kuvauksina tai sähkönomaisina uutispätkinä ilman muokkausta tai suurempaa toimituksellista panosta. Nämä jutut ovat välitettyä tietoa ja välitettyjä juttuja, kun taas toisen ääripään tuotetuissa jutuissa asioille ja tapahtumille luodaan uusia, kiinnostavia puolia ja yhteyksiä. Kutsun näitä kiinnostusta herättäviä tai ylläpitäviä juttuja tuotetuiksi jutuiksi, vaikka siinä on väärinymmärtämisen vaara. Toinen vaihtoehto olisi kutsua niitä tehdyiksi jutuiksi, mutta kaikki jututhan ovat tietyllä tasolla tehtyjä. Tuottaminen viittaa mielestäni paremmin sekä juttuaiheiden synnyttämiseen että siihen prosessiin, jossa niistä jalostetaan valmiita juttuja.

Tuottaminen ja välittäminen ovat liiankin yksinkertaistettuja termejä kuvaamaan tutkimaani ilmiötä, mutta raaka-ainevertauksen avulla uskon niiden kuitenkin kertovan tarpeeksi hyvin, mistä on kyse. Esittelen seuraavassa tutkimusmenetelmäni tarkemmin ja perustelen myös aineistovalintani.

5.1. Menetelmä

Tavoitteenani on siis määritellä tuotettu juttu ja tarkastella sitä, kuinka paljon niitä lehdistä löytyy ja minkälaisia ne ovat. Tuotetut jutut ovat sellaisia artikkeleita, jotka tavalla tai toisella eroavat normaalista tulosjournalismista. Usein niiden tarkoitus on tietyllä lailla saada lukija koukkuun tai pysymään siinä. Tyypillinen esimerkki koukkuun saamisesta voisi olla juttu, jossa esitellään nuori urheilija juuri arvokisojen alla. Jos lukijat saadaan innostumaan tästä, voidaan olettaa, että urheilijasta kertovat normaalit tulosuutisetkin ovat haluttuja jatkossa, vaikka niissä ei enää olisikaan mitään uutta kiinnostusta herättävää.

On tietenkin vaikea tietää, lataavatko toimittajat tarkoituksella näitä koukkuja juttuihinsa. Kaikki jutut yritetään varmastikin kirjoittaa sillä lailla, että ne kiinnostavat lukijoita. Koukkuun saamisella tarkoitan kuitenkin sellaisia juttuja, jotka saavat lukijan haluamaan lisää juttuja samasta aiheesta. Myös sellaiset jutut, jotka tuovat esiin joitakin tavallisesta poikkeavia näkökulmia, herättänevät ihmisten kiinnostuksen.

Seuraavaan taulukkoon olen koonnut kymmenen kohtaa, joiden avulla urheilujuttuja voi erotella. Taulukon vasemman reunan eri kohdat voi nähdä jutun rakenneosina, joiden summana syntyy kokonaisvaikutelma jutusta. Kunkin näistä kohdista voi nähdä myös yhtenä mahdollisuutena tuottaa urheilujournalismia. Olen erotellut taulukkoon oman näkemykseni siitä, milloin kunkin rakenneosan kohdalla voidaan puhua tiedon tuottamisesta ja milloin tiedon välittämisestä.

Taulukko on laadittu nimenomaan yksittäisten juttujen hankkimisen ja tekemisen näkökulmasta, ei niinkään tapahtumien. Huippu-urheilutapahtumat voivat olla tapahtumina keinotekoisia eli tuotettuja, mutta juttuina ne ovat usein välitettyä tietoa, kun kuntosurheilujutuissa jutun sisältöä kehitellään varta vasten, vaikka itse tapahtuma olisikin ”luonnollisempi”. Tämän takia olen sijoittanut kilpa- ja kuntosurheilun käsittelemisen tuotetuksi ominaisuudeksi ja huippu-urheilun välitetyksi. Eron korostaminen on tärkeää, sillä toin aiemmin esiin huippu-urheilun mediatapahtumaluonnetta, jonka takia nimenomaan huippu-urheilua käsittelemisen voisi sijoittaa tuotetuksi ominaisuudeksi. Huippu-urheilussa tämä tuottaminen on siis kuitenkin jo tietyllä lailla sisään rakennettuna itse tapahtumissa, eikä välttämättä näy tapahtumaa käsittelevän jutun tasolla.

Taulukko 1: Tuotetut ja välitetyt ominaisuudet eri rakenneosissa

RAKENNEOSA	TUOTETUT OMINAISUUDET	VÄLITETYT OMINAISUUDET
Journalistinen perustehtävä (Koljosen jaottelu)	Taustoittavat, kommentoivat ja värittävät	Tiedottavat ja palvelevat
Kohderyhmä	Kaikki lukijat, lajifriikit	Urheiluväki
Päähenkilö/Tekijä	Karismaattiset urheilijat, perhe, yleisö, maailmantähdet, julkkiset ja asiantuntijat	Yksittäisen ottelun ratkaisijat, valmentajat, urheilujohtajat, kisajärjestäjät
Riippuvuus yksittäisestä urheilutapahtumasta	Ei	Kyllä
Ajankohtaisuus	Ajattomat jutut, historiaa käsittelevät	Edellisen päivän tapahtumat, ennakkojutuissa seuraavan, väljästi ajankohtaiset jutut
Näkökulma	Moraali, me-henki ja julkkisnäkökulma	Tiukasti kiinni urheilussa
Tyyli	Haastattelut, toimittajan mielipiteet tai havainnointi, opastus ja sankaria rakentavat jutut	Faktatietoa, otteluiden kuvailua ja tilastoja, tietyllä sapluunalla tehdyt jutut, sähkömäisyys
Lajit	Muut lajit	Profililajit (Formula 1 ja jääkiekko)
Urheilun taso	Kunto- ja kilpaurheilu	Huippu-urheilu
Uutinen	Ei	Kyllä

Esimerkiksi karismaattisesta urheilijasta kertovassa jutussa on päähenkilö-rakenneosan suhteen tuotettu ominaisuus, kun vastaavasti yksittäisen ottelun ratkaisijasta kertovassa jutussa on päähenkilön suhteen välitetty ominaisuus. Rakenneosat ovat osin päällekkäisiä, mutta siitä huolimatta erilaisia variaatioita esiintyy. Tuotettu ominaisuus yhden rakenneosan suhteen ei automaattisesti tarkoita sitä, että myös muissa rakenneosissa olisi tuotettu ominaisuus. Yleensä jutuissa on joitakin tuotettuja ominaisuuksia, mutta kaikkien esiintyminen samanaikaisesti lienee harvinaista. Palaan taulukossa esitettyihin rakenneosiin ja niiden kautta määriteltyihin tuotettuihin ja välitettyihin ominaisuuksiin tutkimustulosten yhteydessä. Määrittelen silloin myös sen, kuinka monta tuotettua ominaisuutta tarvitaan, ennen kuin koko juttua voi kutsua tuotetuksi jutuksi.

Teoreettisesti tuotetun jutun voisi määritellä siis seuraavalla tavalla. Tuotettu juttu on artikkeli, joka herättää tai ylläpitää kiinnostusta johonkin aiheeseen, josta saadaan jatkossa uutisjuttuja tai voidaan tuottaa hetkellisesti aineistoa hiljaisen uutispäivän aiheuttamaan juttupulaan.

5.2. Tutkimusaineisto

Tutkimusaineisto koostuu kahden eri sanomalehden kolmen viikon numeroiden urheilusivuista tai -liitteistä. Lehtiä on yhteensä 39 ja juttuja 983. Valitut lehdet ovat Ilta-Sanomat (IS) ja Turun Sanomat (TS).

Ilta-Sanomien valintaa tutkittavaksi puoltaa se, että iltapäivälehdet seuraavat urheilua tarkoin ja se lienee niille myös tärkeä kilpailukeino toisiaan vastaan. Tämän kilpailun takia lehdessä voi olettaa olevan paljon tuotettuja juttuja, sillä juuri niillä lehti voi erottua kilpailijoistaan. Iltapäivälehdet eroavat muista lehdistä myös ilmestymisajankohtansa ja myyntitapansa kautta.

Alun perin kiinnostukseni Ilta-Sanomia kohtaan heräsi siitä, että lehti alkoi julkaista urheilua omana erillisenä liitteenään. Tämä kertoo siitä, että lehden urheilutoimitus luottaa pystyvänsä tarjoamaan tietyn määrän kiinnostavia urheilujuttuja päivittäin riippumatta siitä, onko urheilussa tapahtunut jotain. Iltapäivälehdet valitsevat juttunsa myös päivälehtiä enemmän juuri niitten kiinnostavuuden perusteella, joten sellaisen mukanaolo tutkimuksessa on mielestäni paikallaan.

Myös Turun Sanomat seuraa urheilua tarkasti. Sanonnan mukaan se on ainoa urheilulehti, jossa on myös kuolinilmoitukset. Lehti on kehittänyt urheiluosastoaan 1920-luvulta alkaen eli sen urheilujournalismilla on pitkä historia. Maakuntalehdet ovat siinä mielessä kiinnostavia, että niiden pitää hoitaa valtakunnallisten aiheiden lisäksi oman maakunnan asioiden uutisointi, vaikka näillä ei olisikaan niinkään merkitystä alueen ulkopuolella. Urheilussa tämän luulisi helpottavan asioita, sillä maakunnallisen tason tapahtumien uutisointi tarjoaa lukijoita kiinnostavia jutunaiheita silloinkin, kun valtakunnan tasolla tai kansainvälisillä kentillä ei urheilla. Turun Sanomat edustaa hyvin urheilua valppaasti seuraavaa maakuntalehteä, jonka toimituksessa on riittävästi asiantuntemusta omien juttujen tekemiseen eri lajeista.

Aineisto koostuu siis yhdestä iltapäivälehdestä ja yhdestä maakuntalehdestä. Helsingin Sanomia pidetään yleisesti suomalaisen journalismin esikuvana ja epäilemättä sen tekemisiä seurataan myös muiden lehtien urheilutoimituksissakin. Tässä tutkimuksessa HS ei kuitenkaan ole mukana, sillä Kari Koljosen (2000) tutkimus Helsingin Sanomien urheilujournalismista ulottuu myös juttutyyppeihin.

5.3. Urheilun vuosikierto

Urheilujournalismia tutkittaessa pitää ottaa huomioon se, että urheilu noudattaa tietynlaista vuosikiertoa. Eri lajien kilpailukaudet ovat hyvinkin eri aikoina kalenterivuotta, joten tammikuun urheilusivut poikkeavat sisältönsä puolesta heinäkuun urheilusivuista. Tässä tutkimuksessa asialla on merkitystä, onhan yhtenä tavoitteena tutkia juuri hiljaisten urheilupäivien uutisointia. Aion myös kiinnittää huomiota siihen, uutisoidaanko joitain tiettyjä lajeja myös silloin, kun kilpailukausi ei ole meneillään.

Aineistossa on siis lehdet yhden viikon ajalta toukokuulta (2001), syyskuulta (2001) ja tammikuulta (2002). Tällä tavalla aineistoon osuu lehtiä kaikkien seuratuimpien lajien kilpailukaudelta ja myös ajalta, jolloin näissä lajeissa ei kilpailla. Urheilun vuosikierto tulee siis huomioiduksi.

Näihin viikkoihin ei osu suurkilpailuja, joskin toukokuun viikko on juuri jääkiekon MM-kisoja seurannut. Hopealle jääneen maajoukkueen kotiin paluuta seuranneet jutut ovat melko suuressa osassa. En katso tämän kuitenkaan vääristävän tuloksia, sillä tämänkaltaiset kotiinpaluujutut kuuluvat mielestäni urheilujournalismiin ja on kunkin lehden oman valinta kuinka paljon niille annetaan painoarvoa. Sitä paitsi kyseiset jutut ovat hyvä esimerkki lehtien tavasta ammentaa aineistoa myös kilpailutapahtumien ulkopuolelta. Eri asia olisi tutkia lehtiä olympialaisten aikana, jolloin lehti on täynnä tuloksia ja kisatapahtumiin liittyviä juttuja. Aineistoni viimeinen viikko sijoittuu ajalle noin kuukautta ennen Salt Lake Cityn talviolympialaisia, mutta en usko tämän vaikuttavan tuloksiin vääristävästi, sillä nykyään jotkut suurkisat ovat aina lähitulevaisuudessa, eikä ole olemassa vuotta ilman jonkin suosituksen arvokisoja.

6. Tutkimuslehdet ja niiden urheiluosastot

Tässä tutkimusosassa erittelen ensiksi molempia lehtiä yleisluonteisesti ja vertaan niiden urheilujournalismia keskenään. Varsinaisessa tutkimusosassa käyn läpi edellisen luvun taulukkoon merkittyjä rakenneosia tarkoitukseni löytää erilaisia näkökulmia juttujen tuottamiseen.

Olen laskenut vain juttujen absoluuttisen määrän, enkä mitannut esimerkiksi palstamillimetrejä. Näin pieni juttu saa samanlaisen painoarvon kuin iso. En kuitenkaan usko tämän vaikuttavan tuloksiin merkittävästi, sillä tarkastelemani muuttujat eivät ole kovin riippuvaisia jutun pituudesta. Esimerkiksi turkulaisen jääkiekkjoukkueen ottelusta kertova pitkä kuvallinen juttu antaa todennäköisesti samat muuttujat kuin Turun Sanomissa oleva STT:n uutissähke muualla pelatusta jääkiekko-ottelusta. Toiseksi olen kiinnostunut nimenomaan siitä, minkälaisia juttuja lehdissä on ja mihin ne viittaavat. Jokainen lehdessä oleva juttu on ylittänyt julkaisukynnyksen, joten se on kiinnostava jo sinänsä. Jutun pituus on osin taitollinen kysymys, sillä esimerkiksi hyvät kuvat saattavat nostaa tietyn uutisen sivun pääjutuksi.

6.1. Lehtien yleisarvioinnit

Iltä-Sanomissa oli tutkimusjaksoni lehdissä yhteensä 465 urheilujuttua ja Turun Sanomissa 518. Juttumäärä oli kohdallaan antamaan tarpeeksi monipuolisen kuvan urheilujournalismista ja eri vuodenaikoina harrastettavat lajit tulivat hyvin edustetuiksi. Käyn tämän lehtien yleiskatsauksen yhteydessä myös läpi lehtien urheilutoimitusten esimiesten haastattelut.

6.2. Iltä-Sanomien ja urheilupäällikkö Juha Niemi

Iltä-Sanomissa urheilu on tärkeä kilpailutekijä, mikä näkyy lehden sivuillakin. Suurin osa jutuista keskittyy halutuiksi tiedettyihin lajeihin ja asioihin. En havainnut sisällössä suuria eroja sen mukaan oliko kyseessä urheiluliite vai tutkimusjakson ensimmäisen viikon tapaan perinteiset urheilusivut. Tätä kirjoittaessa (lokakuu 2002) myös toinen iltapäivälehti eli Iltalehti on siirtynyt päivittäiseen erilliseen urheiluliitteeseen.

Ilta-Sanomien urheilupäällikön Juha Niemen mukaan liitteeseen siirtyminen mahdollisti riippumattomuuden muun lehden sivujaosta. Urheilusta kiinnostumattomat voivat helpommin hypätä urheilun yli. Liite tuo urheilulle myös lisää tilaa, jota tarvitaan Niemen mukaan kehitystyössä. ”Lukijat eivät ole selvästikään valmiita siihen, että ottelutuloksista luovutaan kokonaan. Jotta saataisiin kehitettyä urheilutoimittamista ja voitaisiin julkaista omia juttuja, tarvitaan tilaa”. (Niemi 2002)

Kahtiajako ottelutulosten ja Niemen mainitsemien omien juttujen välillä tuli Ilta-Sanomissa esille melkoisen selvästi. Molempia löytyy päivästä riippuen suhteellisen runsaasti. Ilta-Sanomien joutuu kilpailutilanteensa takia kuuntelemaan lukijoiden enemmistön mielipiteitä herkin korvin, mikä näkyy esimerkiksi lajivalikoimassa.

Juha Niemen mukaan Ilta-Sanomilla on erikseen määritellyt profiililajit, joista kirjoitetaan enemmän juttuja kuin muista lajeista. ”Suuremmista lajeista kirjoitetaan enemmän kuin pienistä. Suuruus määritellään esimerkiksi katsojamäärien paikan päällä ja televisiossa, harrastajamäärien, levinneisyyden, lajissa liikkuvien rahamäärän, yleisen näkyvyyden, tähtien karisman ja muiden mielikuva-asioiden varsin perstuntumaisella kombinaatiolla. Me kutsumme tätä kombinaatiota kiinnostavuudeksi”, Niemi listaa.

Ilta-Sanomien isoja lajeja ovat Niemen mukaan kotimainen jääkiekkoilu, (eurooppalainen) jalkapalloilu ja nelipyöräinen moottoriurheilu. Lisäksi suurkisat perinteisissä lajeissa kuten hiihdossa ja yleisurheilussa noteerataan korkealle. Myös eri lajien valovoimaisimmat tähdet näkyvät IS:n sivuilla, esimerkeiksi Niemi antaa tennistähdet, NBA:n koripalloilijat ja NHL-jääkiekkoilijat.

Lajivalikoimaa kartuttavat vielä uudet lajit, joista ihmiset ovat kiinnostuneita. ”Olemme yrittäneet suhtautua kunnioituksella myös uusiin lumilautailuihin ja muihin sen kaltaisiin lajeihin”. (Niemi 2002)

Ilta-Sanomien keskittyy niihin lajeihin, joiden uskotaan olevan tarpeeksi kiinnostavia lukijoiden mielestä. Kovin monta eri lajia sen sivuilla ei siten esiintynytäkään, sillä isoissa lajeissa tuntuu tapahtuvan ympäri vuoden. Esimerkiksi jalkapallon vuosirytmiksi on sellainen, että kun Suomessa ei pelata, ympäri eteläisempää Eurooppaa pelataan. Huippu-urheilu on lisäksi kokovuotista siinä mielessä, että kilpailukauden ulkopuolellakin harjoitellaan. Harjoituskaudellakin tulee uutisia esimerkiksi siirtojen ja

loukkaantumisten takia. Mitään lajia ei kuitenkaan seurata vuoden ympäri sen takia, että ihmisten kiinnostus saataisiin säilytetyksi. Niemenkään mukaan kiinnostusta ei pidetä yllä keinotekoisesti: ”Uutiset uutisoidaan, mutta mitään ei tehdä väkisin” (Niemi 2002).

Ilta-Sanomissa ei näkynytäkään merkkejä tällaisen katkeamattoman yhteyden luomisesta kovin paljon. Formula 1 –juttuja oli lähes jokaisessa tutkimusalueen lehdessä, myös tammikuussa, jolloin laji oli tauolla. Tammikuun jutut kuitenkin selittyvät osin sillä, että Kimi Räikkönen aloitti testit uudella autollaan juuri kyseisellä viikolla.

Ottelutulosten raportoinnin lisäksi urheilujournalismissa on perinteisesti ollut tapana luoda odotuksia ja jännitystä erilaisilla ennakkojutuilla. Tästä käytännöstä on ainakin osin pyritty pois muun muassa sen takia, että illan ottelusta kertova juttu on ilmainen mainos kotijoukkueelle. Ilta-Sanomissa ei liiemmin ollut yksittäisiin sarjaotteluihin liittyviä ennakkojuttuja, mutta isot kisat ja alkavat sarjat huomioitiin kyllä.

Juha Niemen mukaan isot ennakkojutut tehdään eri lajien (jääkiekon SM-liiga, veikkausliiga, F1-kausi) kausien alkaessa. Myös suurkisat huomioidaan ennakkojutuilla, jotka usein ilmestyvät erillisenä liitteenä. Niemen mukaan Ilta-Sanomien ei ennakoita yksittäisiä otteluita, ellei siihen ole jotain erityistä syytä.

Edellä käsiteltyjen otteluraporttien ja urheilutapahtumiin suoraan viittaavien juttujen lisäksi lehdessä on paljon muitakin juttuja. Juttujen jakautuminen sen mukaan, viittaavatko ne urheilutapahtumiin on luonnollisesti hyvin päiväkohtaista. Hiljaista urheilupäivää seuraavassa lehdessä on enemmän ajattomia juttuja kuin esimerkiksi maanantain lehdessä, jossa kerrotaan usein hyvinkin vilkkaan viikonlopun urheilutapahtumista. Juha Niemi arvioi, että Ilta-Sanomien täyttää keskimäärin puolet käytettävissä olevasta tilasta tapahtumista riippumattomilla tai niihin vain löysästi liittyvillä jutuilla. Hänen mukaansa juttuja ei kuitenkaan tehdä varsinaisesti varastoon hiljaisten päivien varalle.

Täysin ajattomia juttuja Ilta-Sanomissa oli vain muutama, mutta hyvin väljästi ajankohtaisia jo useampia. Niemi sanoo, että ajattomia juttuja sijoitetaan toisinaan lauantain lehteen. ”Se on kaksi päivää myynnissä joten perusjuttu tulosurheilusta ei siinä lehdessä toimi välttämättä kuten arkisin”, Niemi perustelee. Muutoin ajattomat jutut ilmestyvät useimmiten juuri hiljaisina urheilupäivinä. (Niemi 2002)

Tutkimusjakson Ilta-Sanomissa oli melko paljon henkilöhaastatteluja. Henkilöhaastattelut ovatkin Niemen mukaan tyypillisimpiä IS:n ajattomia juttuja. Täysin ajattomia ne eivät paria poikkeusta lukuun ottamatta olleet, vaan usein haastateltava oli syystä tai toisesta ajankohtainen henkilö. Päivän päälle ne eivät kuitenkaan olleet, eikä niissä ollut varsinaista uutista. Niemen mukaan IS:n urheilusivujen jutuissa ei tarvitsekaan välttämättä olla uutista. ”Meillä on myös henkilöjuttuja, analyysyjä, arvioita ja taustoja”, Niemi luettelee.

Juttujen ideoinnissa Niemi toteaa yksittäisten toimittajien älynväläysten olevan merkittävässä roolissa. Lehden kaksi urheilupäällikköä pitävät keskinäisiä palavereja, joissa syntyy suurin osa ideoista. ”Ideoimme enemmän päivä kerrallaan. Meillä on päivittäin uutiskokous, jossa kaikkien osastojen aiheita ideoidaan. Urheilu pitää kerran viikossa palaverin”.

Päivä kerrallaan –rytmi näkyy itse lehdessäkin. Yhdessäkään lehdessä ei näkynyt merkkejä siitä, että jutut olisivat loppuneet kesken. Urheilusta lienee niin paljon uutistarjontaa, että aina löytyy jotain kerrottavaa. Niinpä suunnittelu lieneekin enemmän karsimista kuin jutunaiheiden kehittämistä tyhjistä. Pikku-uutisia tarvitaan lehdessä kuin lehdessä paljon jo taitollisista syistä, jolloin niiden joukkoon saattaa tosin eksyä sellaisiakin, jotka lukijaa eivät välttämättä kiinnosta. Ilta-Sanomissa monet marginaalisemmat urheilulajit pääsevät vain näihin pikku-uutisiin ja sähköisiin. Sen sijaan pääjutut ovat yleensä itse ideoituja ja toteutettuja.

Ilta-Sanomien urheilusivujen tyypillinen lukija on Niemen mukaan kaupunkilainen, keski-ikäinen, koulutettu ja urheilusta kiinnostunut. Juttuja ei kuitenkaan tehdä pelkästään alan tuntijoille, sillä lukijoiden tietotaso voi olla mitä vain. ”Oletamme, että se vaihtelee päivittäin. Jalkapallosta ja jääkiekkoilusta ja formuloistakin uskallamme tehdä juttuja, jotka vaativat lukijalta taustan tuntemista. Muissa lajeissa ei niinkään. Silti kiekon ja futiksen asiantuntevamminkin jutut pitää kirjoittaa siten, että asiaa tuntematonkin pystyy niistä innostumaan”, Niemi pohtii IS:n lukijoiden tietotasoa.

Ilta-Sanomien jutut eivät ole yleisesti ottaen kovin vaikeatajuisia, eivätkä ne vaadi paljon taustojen tuntemista. Toki esimerkiksi jääkiekkojutuissa näkyi se, että iso osa niistä oli kirjoitettu olettaen, että lukija seuraa lajia. Urheilusivuille satunnaisesti eksyvä ei välttämättä saisi näistä jutuista kovinkaan paljon irti. Toinen kiinnostava

yleisluonteinen havainto IS:n urheilusivuista oli se, että jutut olivat henkilöityjä. Tapahtumat tuotiin esille urheilijoiden, valmentajien ja muun urheiluväen kautta, jolloin esimerkiksi sääntötuntemus ei ole välttämätöntä jutun ymmärtämisen kannalta. Tässä henkilöimisessä urheilijan suomalaisuudella on iso rooli. Tyypillinen henkilöjuttu IS:ssä on suomalaisesta urheilijasta valmistautumassa tuleviin kisoihin.

Juha Niemi kertoo IS:n ottavan huomioon lukijoiden mielipiteet ja kannatuksen. ”Totta kai urheiluun kuuluu maaotteluhenki. Me emme ole niin pitkällä, meillä ei ole sellaista kulttuuria kuin Ruotsissa, jossa häpeämättä laskettiin, kuinka Ruotsi voittaa jalkapalloilun MM-kultaa. Urheilusta ennustaminen on viihdettä, kannattaa muistaa, että kyse on vain urheilusta”. (Niemi 2002)

Suomen maajoukkue ja muut suomalaisurheilijat saavatkin IS:n sivuilla luonnollisesti suuren roolin. Varsinaista nationalismia ei kuitenkaan lietsota, vaikka siihen olisi varmasti ollut mahdollisuus vaikkapa jääkiekon MM-finaalista kertovan jutun yhteydessä. Osaltaan tähän vaikuttaa tietenkin se, että Suomi hävisi kyseisen ottelun. Vuoden 1995 maailmanmestaruusraportoinnin kaltaista kansallista hurmosta lehtien sivuilla tuskin olisi nähty, vaikka Suomi ottelun olisikin voittanut.

Muutenkin IS suhtautui suomalaisuuteen urheilukentillä yllättävän maltillisesti. Suomalaisurheilijoiden edesottamuksista toki kerrotaan, mutta kansallisuutta ei tuoda ylikorostetusti esille. Me-hengen luomista esiintyy oikeastaan vain muutamassa jutussa.

Me-henkeä voi luoda myös maakunnallisesti tai paikallisesti. Ilta-Sanomat pitää kotipaikkanaan Helsinkiä, vaikka lehti onkin valtakunnallisesti myynnissä. Iltapäivälehtiä syytetään usein Helsinki-keskeisyydestä muun muassa juuri urheilun uutisoinnissa. Tällaisesta Helsingin suosimisesta ei kuitenkaan tämän tutkimuksen perusteella näkynyt juurikaan merkkejä. Toki jääkiekon SM-liigassa tai jalkapallon veikkausliigassa pelattujen sarjakierrosten raportoinneissa pääkaupunkiseudulla pelatut ottelut oli nostettu pääjutuiksi, mutta tapahtumista ei kuitenkaan kirjoitettu pelkästään helsinkiläisestä näkökulmasta.

6.3. Turun Sanomat ja urheilutoimituksen esimies Kalle Virtapohja

Turun Sanomat on perinteisesti seurannut urheilua tarkoin ja myös tutkimusjaksollani nämä perinteet näkyivät. Urheilusivuja oli useampi joka päivä ja juttuja lehdessä päivittäin suurin piirtein saman verran kuin Ilta-Sanomissa. Turkulaisilla urheilijoilla on luonnollisesti suuri näkyvyys lehden sivuilla, samoin kuin tapahtumilla, jotka kisattiin Varsinais-Suomessa.

Varmastikin osin tästä johtuen Turun Sanomissa oli esillä useita eri urheilulajeja. Pääpaino oli kuitenkin suosituilla ja isoilla suomalaislajeilla. ”F1 ja jääkiekko ovat TS:n profiililajit. Yleisurheilu tulee sitten muiden suurten lajien kanssa. Keskimääräistä enemmän kirjoitamme myös aerobicista. Se johtuu siitä, että maan parhaat aerobiccaajat ovat keskittyneet Turkuun”, Turun Sanomien urheilutoimituksen esimies Kalle Virtapohja listaa. (Virtapohja 2002)

Tutkimusjaksolle ei osunut aerobic-juttuja, mutta formulat ja jääkiekko olivat hyvin esillä. Esimerkiksi formuloista oli juttuja jokaisessa jakson lehdistä. Silmiinpistävän paljon juttuja oli sellaisista harvinaisemmista lajeista kuin suunnistus ja käsipallo, mikä varmasti selittyi turkulaisten ja varsinaissuomalaisten menestyksellä kyseisissä lajeissa.

Turun Sanomissa oli suhteellisen paljon urheilutapahtumia ennakoivia juttuja. Kalle Virtapohjan mukaan TS valmistautuu ennakkojutuun muun muassa olympiakisoihin, MM- ja EM-jalkapalloon, MM-jääkiekkoon, MM- ja EM-yleisurheiluun, F1-kauden avaukseen ja jääkiekon SM-liigan pudotuspeleihin.

Tutkimusjaksolla ei siis ollut yhtään edellä mainituista tapahtumista. Yleisimmin tutkimusjakson ennakkojutut liittyivät alueella pidettävään urheilukilpailuun eli sen järjestelyihin ja urheilijoihin, jotka valmistautuvat kilpailemaan kyseisissä kisoissa. Kisat olivat lähes poikkeuksetta isoja eli niissä oli kansainvälisiä osallistujia tai sitten niissä kamppailtiin Suomen mestaruudesta. Yksittäisiä palloilusarjojen otteluita ei huomioitu ennakkojutuun.

Jotkut lajit ovat Turun Sanomissa käytännössä seurannassa ympäri vuoden, vaikka laji olisi kilpailutauolla osan aikaa. Virtapohjan mukaan tällaisia lajeja ovat F1 ja jääkiekko eli TS:n profiililajit. Näistä lajeista saadaan kuitenkin ympäri vuoden uutisia, joten

väkisin tekemisen vaikutelmaa ei tullut. Turun Sanomien toimituksen vahva formulatietämys ja kiinnostus näkyi siinä, että lajista saatiin uutisia joka lehteen. Jossain toisessa lajissa uutiset eivät ehkä ylittäisi uutiskynnystä. Lehdellä näyttää olevan tapana julkaista joka päivä formulasirkukseen liittyvä juttu, jossa käydään läpi uutisia ja varikolla liikkuvia huhuja, vaikka mitään suurempaa uutisoitavaa ei olisi.

Turun Sanomat elää Virtapohjan sanoin ”melko tiukasti päivittäisten urheilutapahtumien rytmissä”. Tämä näkyy lehden sivuilla siinä, että varsinaisille tuotetuille ja ajattomille jutuille ei aina jää paljonkaan tilaa. Kilpa- ja huippu-urheilun päivittäisen rytmin rikkoo kuitenkin toisinaan kuntosivu. ”Urheiluosasto tekee kahden viikon välein Liikuntasivun, jolla käsitellään kuntoilua ja terveyttä ja yleensä liikuntaa muusta kuin kilpaurheilunäkökulmasta”, Virtapohja kertoo esimerkkinä päiväkohtaisen journalismin ulkopuolelle jäävästä aineistosta.

Virtapohjan mukaan myös pienemmät lajit ja historia hyödynnetään juttujen aiheena. Yksi tapa tuottaa tapahtumista riippumatonta aineistoa on erilaiset juttusarjat. Turun Sanomat esimerkiksi muistelee vanhoja turkulaisia palloilijoita ”Kupittaan tähdet” – sarjassaan. Myös tutkimusaineistoon osui yksi tämän juttusarjan juttu.

Ajattomia juttuja ei kuitenkaan TS:ssa tehdä varastoon. ”Henkilöjuttuja ja kirjaesittelyjä voidaan tehdä ’ajattomasti’, mutta tarkoituksella ei jemmata mitään”, Virtapohja sanoo. Ajattomia juttuja käytetään Virtapohjan mukaan muun muassa silloin, kun urheilulle osoitetaan sivutilaa enemmän kuin osasto olisi varautunut päivän urheilutarjonnan perusteella tekemään. Turun Sanomissa näkyi kuitenkin selvästi se, että päivittäinen urheilutarjonta riittää useimmiten hyvin, sillä kovin monta ajatonta juttua ei tutkimusaineistoon osunut. Niiden osuutta nostaa kuitenkin hieman jo mainittu liikuntasivu, jonka jutut ovat ajattomia. Kahden viikon välein ilmestyvä liikuntasivu osui jokaiselle tutkimusviikolle.

Turun Sanomat on uutislehti, mikä näkyy myös urheilusivuilla. Lähes kaikissa jutuissa on selkeästi erottuva uutinen, eikä tikusta tehdä asiaa. ”Taustajutuissa ei välttämättä ole uutista”, Virtapohja sanoo.

Turun Sanomien toimittajien yhteisissä palavereissa saatetaan joskus puhua hiljaisten päivien varalle tehtävistä jutuista. Virtapohja sanoo kuitenkin Turun Sanomien olevan

asian suhteen aika paljon yksittäisten toimittajien aktiivisuuden varassa. Yleisesti tarkasteltuna Turun Sanomien urheilusivut vaikuttavat siltä, että aiheet ja uutisoitavat urheilutapahtumat löytyvät helposti eli kaikki jutut voidaan liittää johonkin ajankohtaiseen tapahtumaan.

Kalle Virtapohja uskoo Turun Sanomien lukijoiden tietotason olevan vaihteleva. Hän huomauttaa lajifriikkien tietävän lajeistaan hämmästyttävän paljon. Osa jutuista voidaan tehdä erikoisyleisölle eli juuri lajifriikeille, mutta useimpien juttu tulisi Virtapohjan mielestä avautua suurimmalle osalle lukijoista. Yleisenä havaintona Turun Sanomien juttujen voi sanoa olevan melko helposti avautuvia urheilua silloin tällöin seuraaville.

Turun Sanomien peruslukijaa on vaikea määritellä, mutta Virtapohja sanoo suhtautumisen urheiluun olevan myönteinen. ”Pääsääntöisesti ajattelen niin, että tennisjuttuja tehdään tennisharrastajille, jalkapallojuttuja futisfaneille ja pyöräilyjuttuja pyöräilystä kiinnostuneille. En siis kuvittele, että meillä olisi kovinkaan monta sellaista lukijaa, joka lukisi jokaisen urheiluosaston jutun lajista riippumatta”. (Virtapohja 2002)

Turun Sanomat on maakuntalehti ja maakuntalehtien tehtävänä on muun muassa alueellisen identiteetin rakentaminen. Urheilu on omiaan tähän tarkoitukseen. Virtapohjan mukaan TS:n jutut kirjoitetaan varsinaissuomalaisesta näkökulmasta. ”Suomen ja Turun näkökulma on tärkeä – toisaalta kyse on siitä, että tällöin puhutellaan voimakkaasti omia lukijoita. Toisaalta tässä liikutaan välillisesti myös identiteetin rakentamisen alueella. TS rakentaa omaa vahvaa varsinaissuomalaista identiteettiä itselleen ja omille lukijoilleen kertomalla varsinaissuomalaisten urheilijoiden menestyksestä”. (Virtapohja 2002)

Mitenkään erityisen maakuntahenkistä ei kirjoittelu Turun Sanomien urheilusivuilla ollut. Tapahtumista kerrottiin tasapuolisesti ja melko neutraalisti, eikä varsinaissuomalaisia erotettu muista suomalaisista tai suomalaisia ulkomaalaisista. Varsinaissuomalaisuus näkyikin lähinnä juttuvalinnoissa. Näissäkään jutuissa turkulaisuutta tai varsinaissuomalaisuutta ei korostettu, vaan se tyydyttiin korkeintaan mainitsemaan. Esimerkiksi paimiolaisen kilpa-autoilijan Kari Mäenpään edesottamuksista kerrottiin samaan tapaan kuin muiden suomalaisten ajajien. Maakunnallisuus näkyy siis Turun Sanomissa enemmän pääsyssä lehden sivuille kuin esitystavassa.

6.4. Lehtien vertailua

Turun Sanomien päivittäinen urheilujuttujen määrä oli keskimäärin 24,7 kun Ilta-Sanomissa juttuja oli keskimäärin 25,8. Päivittäinen tarkasteltuna lehtien juttumäärät olivat pitkälle odotuksen mukaisia. Palloilukierroksia seuranneiden päivien lehdissä oli paljon juttuja. Tiistain keskiviikon ja torstain lehdissä puolestaan oli vähän juttuja. Tämä tukee olettamusta siitä, että lehtien urheilujournalismi on päivittäisten urheilutapahtumien varassa. Kuitenkin on huomattava se, että hiljaisimpinakin urheilupäivinä juttuja oli yli 10 kaikissa tutkimusajan lehdissä.

Juttupulaan voi varautua myös taitollisin keinoin eli esimerkiksi suurentamalla kuvia. Monessa urheilutoimituksessa sivujen pääjutuiksi kohoavatkin sellaiset artikkelit, joihin liittyy näyttäviä kuvia. Mitään räikeitä tapauksia tästä ei kummassakaan lehdessä näkynyt, mutta kuvat näyttelevät silti tärkeää roolia urheilun uutisoinnissa molemmilla.

Lehtien erilainen asema markkinoilla näkyy. Ilta-Sanomien urheilujournalismin kulmakivi vaikuttaisi olevan asiantuntevuus muutamaan suosituimpaan lajiin yhdistettynä juttujen vahvaan henkilöintiin ja kilpailuasetelmien luomiseen. Tyypillinen esimerkki tällaisesta on jääkiekko-ottelun kiteyttäminen ennakoita kahden pelaajan kohtaamisena ja kaksinkamppailuna. Turun Sanomat taas todennäköisemmin arvioisi vastaavasti kyseisen ottelun joukkueiden vahvuuksia ja heikkouksia nimenomaan joukkueina. Molemmissa lehdissä urheilutapahtumista ja -kilpailuista riippuvat jutut olivat pääosassa, mutta molemmista löytyi myös täysin ajattomia juttuja.

Seuraavassa tutkimusosassa käyn läpi sivun 37 taulukossa olevia rakenneosia selvittääkseni kuinka hyvin lehdet tulevat toimeen päiväkohtaisella ja urheilutapahtumiin suoraan liittyvällä aineistolla. Kunkin rakenneosan voi nähdä yhtenä mahdollisuutena tuottaa urheiluaineistoa. Esimerkiksi ajattomuus olisi määritelmäni mukaan tuotettu ominaisuus ajankohtaisuus-rakenneosassa, kun edelliseen iltaan ajoittuminen sen sijaan olisi välitetty ominaisuus. Laskemalla tuotettujen ominaisuuksien määrän, voin määritellä kuinka tuotettu juttu on.

7. Tutkimustulokset

Tutkimusaineiston 983 juttua on taulukoitu kymmeneen luokkaan. Nämä luokat tai rakenneosat voi nähdä erilaisina näkökulmina tai mahdollisuuksina juttujen tuottamiseen. Luokat ovat journalistinen perustehtävä (Koljosen jaottelun mukaisesti), kohderyhmä, jutun tekijä tai päähenkilö, riippuvuus yksittäisestä urheilutapahtumasta, ajankohtaisuus, näkökulma, tyyli, urheilulaji, urheilun taso sekä se, onko jutussa uutista vai ei.

Tarkastelen kutakin luokkaa tai rakenneosaa erikseen, mutta myös kokonaisuutena eli rakenneosien summana. Luokkien muuttujathan viittaavat joko tuotettuun tai välitettyyn juttuun sivun 37 taulukon mukaisesti. Yksinkertaistaen voisi sanoa, että välitettyjen ominaisuuksien puolelle sijoitetut muuttujat ovat urheilusivujen tavallista aineistoa kussakin luokassa, kun tuotetuissa ominaisuuksissa on jotakin tavallisesta tulosjournalismista poikkeavaa.

Täysin tuotettu juttu olisi siis sellainen, jossa on tuotettu ominaisuus kaikissa kymmenessä luokassa. Vastaavasti täysin välitetty juttu on kaikilta ominaisuuksiltaan sivun 37 taulukon oikealla puolella. Yhtään täysin tuotettua juttua ei löytynyt, mutta pelkästään välitettyjä ominaisuuksia sisältäneitä oli paljon.

Tuotetun jutun määrittäminen on hankalaa, sillä vähintään yksi tuotettu ominaisuus löytyy lähes jokaisesta jutusta. Luokitukset ovat väkisinkin ainakin jonkin verran subjektiivisia tulkintoja, joten yhden ominaisuuden merkitys ei saisi olla liian suuri. Tuotetun jutun määrittelyssä olenkin käyttänyt summamuuttujaa, joka määrittyy tuotetuista ominaisuuksista. Sopivaksi rajaksi osoittautui neljä tuotettua ominaisuutta. Niinpä kutsun tästä edes päin tuotetuiksi jutuiksi sellaisia artikkeleita, joissa oli neljä tai enemmän tuotettua ominaisuutta. Seuraavan sivun taulukko esittää juttujen jakaantumisen tuotettujen ominaisuuksien määrän mukaan.

Taulukko 2: Tuotettujen ominaisuuksien määrä jutuissa

Tuotettu ominaisuuksia	IS	TS	Yhteensä	
0	24	64	88	
1	148	254	402	
2	101	107	208	välitetyt jutut
3	73	47	120	
(0-3 yht.)	(346)	(472)	(818)	

4	43	19	62	
5	36	11	47	
6	22	5	27	
7	13	6	19	tuotetut jutut
8	4	2	6	
9	1	3	4	
10	0	0	0	
(4-10 yht.)	(119)	(46)	(165)	
Juttuja yhteensä	465	518	983	

Tyypillisesti jutuissa ei ole kovin monta tuotettua ominaisuutta. Ilta-Sanomissa on selvästi enemmän tuotettuja juttuja, sillä Turun Sanomien yli viidestäsadasta jutusta tarpeeksi tuotettuja ominaisuuksia oli vain 46:ssa. Käyn seuraavaksi läpi kunkin luokan ja erittelen tuloksia luokan sisällä. Kuljetan samalla mukana jakoa tuotettuihin ja välitettyihin juttuihin. On tärkeää tehdä ero selväksi tuotetun jutun ja tuotetun ominaisuuden välillä. Kutsun **juttua** tuotetuksi vasta silloin, kun siinä on neljä tai enemmän tuotettua **ominaisuutta**.

Esittelen seuraavissa kymmenessä alaluvussa kaikkien eri rakenneosien luokitteluperusteet ja niiden mukaiset tutkimustulokset. Taulukot ovat moniulotteisia, sillä niitä voi tarkastella kutakin rakenneosaa erikseen, lehtien välisiä eroja sekä jakoa tuotettuihin ja välitettyihin juttuihin. Tämän moniulotteisuuden takia olen valinnut kustakin luokasta mielestäni kiinnostavimman havainnon, jonka esitän kunkin luvun lopussa graafisessa muodossa. Graafien kertomat asiat olisivat siis löydettävissä myös taulukoista, mutta katsoin joidenkin havaintojen havainnollistamisen tarkemmin olevan paikallaan.

7.1. Journalistinen perustehtävä (Koljosen jaottelu)

Helsingin Sanomien urheilujournalismia tutkinut Kari Koljonen jaottelee jutut viiteen ryhmään journalistisen perustehtävän perusteella. Tiedottavat jutut ovat hänen mukaansa urheilujournalismin perustyyppi, josta muut ovat kehittyneet. Muut perustehtävät ovat siis palvelevat, värittävät, taustoittavat ja kommentoivat jutut. (Koljonen 2000, 26)

Olen käyttänyt Koljosen jaottelua lähes sellaisenaan, sillä se soveltuu hyvin tuottamisen käsitteen tarkasteluun. Koljonen huomauttaa (2000, 26) värittävien, taustoittavien ja kommentoivien juttujen menevän feature-käsitteen alle. Tietyllä lailla samaista feature-sanaa voisi käyttää myös kuvaamaan hakemiani tuotettuja ominaisuuksia. Seuraavassa esittelen Koljosen luokitteluperusteisiin tukeutuen kaikki tämän luokan muuttajat. Tässä tutkimuksessa käytetty jako ei kuitenkaan osu välttämättä yksi yhteen Koljosen jaon kanssa, vaikka termit ovatkin peräisin häneltä.

Tuotetut ominaisuudet:

Taustoittavat jutut ovat suhteellisen harvinaisia urheilujournalismissa. Esimerkkinä taustoittavasta jutusta voisi käydä vaikka jonkin ajankohtaisen joukkueen historian esittely tai pitkäkestoisten kilpailujen aiempien vaiheiden esittelyt. Taustoittavien ja värittävien juttujen erottaminen voi olla hankalaa, sillä usein jutuissa on aineksia molemmista.

Värittävät jutut ovat joissain tapauksissa hankalia tunnistaa. Tavallisimpia värittäviä juttuja ovat henkilöhaastattelut. Koljonen laskee myös pakinat värittäviin juttuihin, mutta tässä tutkimuksessa vakiovinjettien alla ilmestyvät nimimerkkikolumnit on laskettu kommentoiviksi, vaikka ne olisikin kirjoitettu pakinoitintyyliin. Reportaasit ovat värittäviä juttuja, lukuun ottamatta tavallisia ottelutapahtumien kuvauksia.

Kommentoivat jutut on helppo tunnistaa, sillä niissä näkyy selvästi jutun kirjoittaneen toimittajan kädenjälki. Usein ne ovat toimittajan omia mielipiteitä tai vaikutelmia jostain ajankohtaisesta urheilupiirejä puhuttavasta aiheesta. Lajien erikoistoimittajat kommentoivat usein omien lajiensa tapahtumia, esimerkiksi jääkiekkotoimittaja saattaa arvioida vasta valittua maajoukkuetta oman asiantuntemuksensa pohjalta. Erona

Koljosen jakoon olen laskenut tähän kategoriaan myös pakinat, sillä niissäkin toimittaja yleensä huumorin varjolla kommentoi urheilun ajankohtaisia tapahtumia. Myös toimituksen ulkopuolisten asiantuntijoiden kirjoittamat niin sanotut vieraskynä –jutut kuuluvat kommentoivien juttujen kategoriaan.

Välitetyt ominaisuudet:

Tiedottavat jutut käsittelevät äskettäin olleita otteluita tai kilpailuja. Useimmiten ne ovat näiden tapahtumien selostuksia tai referaatteja. Myös sellaiset uutisjutut, joissa käsitellään esimerkiksi siirtoja, loukkaantumisia, huhuja tai nimityksiä on laskettu tiedottavien juttujen kategoriaan.

Palvelevat jutut erottuvat Koljosen mukaan helposti, sillä ne tarjoillaan vakiovinjettien alla. Tuloslistat, kalenterijutut ja vedonlyöntivihjeet ovat tyypillisiä palvelevia juttuja. Myös ennakkojutut, jotka on selvästi tehty helpottamaan tv-katsojia, ovat palvelevia. Olen laskenut palveleviksi vain sellaiset ennakkojutut, joissa tv-lähetystiedot on merkitty selvästi jutun yhteyteen. Yleensä näissä jutuissa on esimerkiksi grafiikan avulla esitetyt avauskokoonpanot ja usein niissä myös kehoitetaan seuraamaan tiettyjä asioita illan lähetyksessä. Sellaiset ennakkojutut, jotka eivät tue tai helpota ottelun seuraamista paikan päällä tai televisiossa, kuuluvat muihin kategorioihin. Myös muutama liikuntasivujen juttu kuuluu tähän kategoriaan, sillä niissä annettiin vinkkejä lukijoiden omaan kuntoliikuntaan sekä kerrottiin yhteystietoja erilaisiin harrastuspaikkoihin.

Seuraava taulukko esittää juttujen jakautumisen Koljosen jaottelun mukaisesti. Jutut on siis eroteltu tuotettuihin ja välitettyihin juttuihin sen mukaan kuinka monta tuotettua ominaisuutta niissä yhteensä on. Sellaiset jutut, joissa näitä ominaisuuksia on vähintään neljä, on taulukoitu tuotetut-otsikon alle.

Taulukko 3: Juttujen jakautuminen journalistisen perustehtävän mukaan

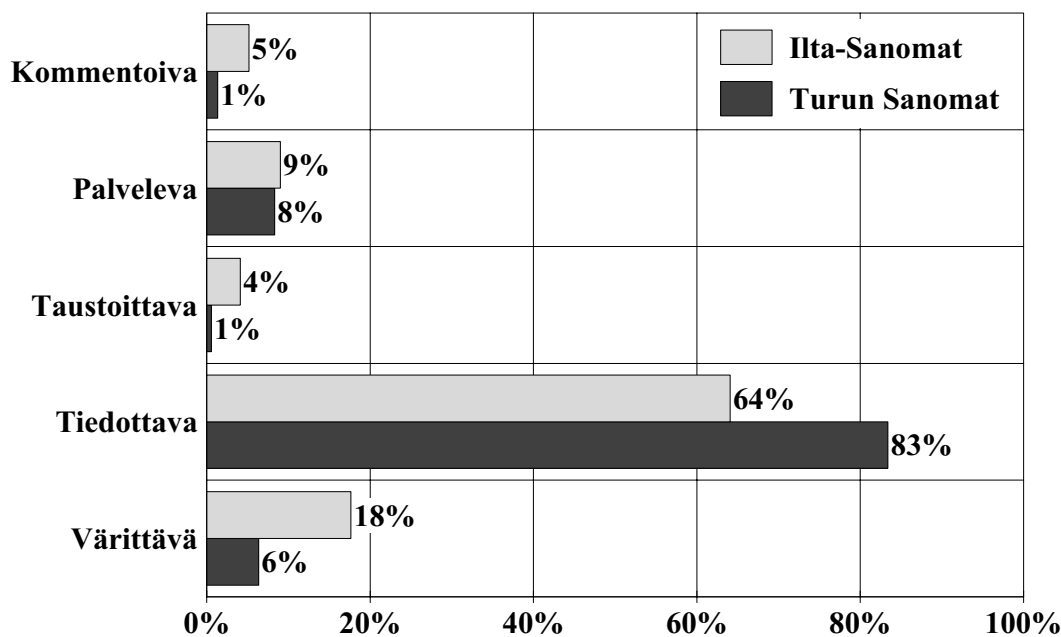
	IS		TS		Yhteensä	
	kpl	%	kpl	%	kpl	%
Välitetyt	346	74 %	472	91 %	818	83 %
	346	100 %	472	100 %	818	100 %
Taustoittava	7	2 %	1	0 %	8	1 %
Värittävä	9	3 %	9	2 %	18	2 %
Kommentoiva	8	2 %	5	1 %	13	2 %
Tiedottava	281	81 %	420	89 %	701	86 %
Palveleva	41	12 %	37	8 %	78	10 %
Tuotetut	119	26 %	46	9 %	165	17 %
	119	100 %	46	100 %	165	100 %
Taustoittava	12	10 %	2	4 %	14	8 %
Värittävä	73	61 %	24	52 %	97	59 %
Kommentoiva	16	13 %	2	4 %	18	11 %
Tiedottava	17	14 %	12	26 %	29	18 %
Palveleva	1	1 %	6	13 %	7	4 %
Yhteensä	465	100 %	518	100 %	983	100 %
	465	100 %	518	100 %	983	100 %
Taustoittava	19	4 %	3	1 %	22	2 %
Värittävä	82	18 %	33	6 %	115	12 %
Kommentoiva	24	5 %	7	1 %	31	3 %
Tiedottava	298	64 %	432	83 %	730	74 %
Palveleva	42	9 %	43	8 %	85	9 %

Suurin osa urheilusivujen jutuista on siis tiedottavia. Turun Sanomissa tiedottavia juttuja oli jopa yli 80 prosenttia kaikista jutuista. Helsingin Sanomissa oli Koljosen tutkimuksen mukaan tiedottavia juttuja vain reilut 40 prosenttia, joten tutkimusten luokitteluperusteet ovat olleet varmasti hieman erilaiset. Tiedottavaksi nimeämäni juttu saattaisi Koljosen mielestä olla värittävä. Koljosella prosenttimäärä kertoo käytetystä tilasta kun tässä tutkimuksessa prosentit viittaavat juttujen määrään. Niinpä pienet uutiset saavat minulla suuremman painoarvon, mikä osaltaan nostaa tiedottavien juttujen osuutta. Olen kuitenkin pyrkinyt olemaan johdonmukainen oman aineistoni sisällä. Varsinaisen vertailun tekeminen on hankalaa ja tyydynkin siis vertailemaan oman aineistoni lehtiä keskenään ja jätän Koljosen tutkimuksen ja Helsingin Sanomat vähälle huomiolle.

Turun Sanomat ja Ilta-Sanomat eroavat toisistaan journalistisilta perustehtäviltään melkoisesti. Turun Sanomat on uutislehti ja urheilustakin riittää päivittäin uutisia. Niinpä tiedotustehtävää hoitavien juttujen määrä on suuri. Myös Ilta-Sanomissa oli paljon tiedottavia juttuja, mutta värittävien osuus oli paljon suurempi. Palvelevia juttuja

oli molemmissa lehdissä saman verran. Taustoittavien ja kommentoivien juttujen määrä jäi melko vähäiseksi kummallakin lehdellä, mutta kumpiakin oli Ilta-Sanomissa aavistuksen verran enemmän.

Kuvio 1: Lehtien journalististen perustehtävien painotukset



Turun Sanomat hoitaa siis tiedotustehtävänsä ja muunlaisille jutuille jää harvemmin tilaa. Ilta-Sanomien värittävien juttujen suuremman osuuden voisi olettaa johtuvan siitä, että lehti pitää myydä lukijoille joka päivä uudestaan. Ilta-Sanomien luetaan myös nimensä mukaisesti myöhemmin kuin Turun Sanomat, joten uutisoinnissa ei keskitytä pelkästään tuoreuteen, vaan juttuja koetetaan syventää värittämällä niitä eri tavoin. Turun Sanomat uutisoi kaikki levikkialueellaan tapahtuvat isot kilpailut lajista riippumatta, kun Ilta-Sanomilla on mahdollisuus profiloitua seuraamaan muutamaa suosituinta lajia tarkemmin ja siten värikkäämmiin.

Jaossa tuotettuihin ja välitettyihin juttuihin ei ilmennyt yllätyksiä. Tiedottavaa perustehtävää hoitavat jutut ovat useimmiten välitettyjä, kun värittävät jutut sijoittuivat useimmiten tuotettujen juttujen ryhmään. Palvelevat jutut ovat molemmissa lehdissä lähes kokonaan välitettyä tietoa, sillä tämä ryhmä koostuu lähes ainoastaan vedonlyöntivihjeistä ja erilaisista tulospörssi-palveluista. Kommentoivat jutut sijoittuvat

Turun Sanomissa hieman yllättäen useammin välitettyjen juttujen ryhmään. Tämä johtunee siitä, että toimittajat kommentoivat usein hyvin ajankohtaisia tapahtumia, eivätkä urheilusivujen kolumnistit juurikaan puutu kenttien ulkopuolisiin asioihin ellei jotain merkittävää ole sattunut. Taustoittavat jutut sen sijaan ovat yleensä tuotettuja.

Journalististen perustehtävien suhteen ei siis ilmennyt suuriakaan yllätyksiä. Tiedottavat jutut ovat hallitseva ryhmä urheilusivuilla. Värittävillä jutuilla yritetään herättää ja ylläpitää kiinnostusta silloin, kun pakollisen aineiston jälkeen jää tilaa. Tällaiseksi pakolliseksi aineistoksi voitaneen laskea myös palvelevat jutut, sillä vedonlyöntivihjeet ja tulospalvelu ovat perinteisesti kuuluneet urheilusivuille. Ne eivät varmastikaan herätä suurtakaan kiinnostusta satunnaisissa lukijoissa, eikä niiden avulla saada uusia lukijoita urheilusivuille, mutta niiden poistamista tai edes määrän vähentämistä tuskin edes harkitaan. Taustoittavat ja kommentoivat jutut jäävät melko marginaalisiksi ryhmiksi.

7.2. Kohderyhmä

Tarkoitettu lukijaryhmä jää ilman jutun tehneen toimittajan haastattelua tietenkin arvailujen varaan, mutta uskon pystyväni yleistämään kunkin jutun sen pohjalta, kuinka paljon sen avautuminen vaatii tietämystä. Olen luokitellut jutut kolmeen kategoriaan sen pohjalta, kenelle ne todennäköisesti on suunnattu.

Ryhmät ovat kaikki, urheiluväki ja lajifriikit. Suurin osa jutuista lienee suunnattu urheiluväelle, sillä urheilusta kiinnostumattomat todennäköisesti hyppäävät urheilusivujen yli joka tapauksessa eli heitä ei kannata edes yrittää saada lukemaan juttuja. Urheiluväki on hyvin laaja joukko ja tarkoittaa niitä lukijoita, jotka ovat kiinnostuneita urheilusta yleisesti ja valitsevat luettavikseen itseä eniten kiinnostavat jutut. Lajifriikit puolestaan ovat yhden lajin erikoistuntijoita, jotka odottavat lehden raportoivan juuri tästä lajista asiantuntevasti. Lajifriikeille kirjoitettu juttu ei välttämättä avaudu muulle urheiluväelle, saati sitten satunnaiselle urheilusivujen lukijalle.

Seuraavassa esittelen ne perusteet, jolla olen tulkinnut jutun kullekin ryhmälle suunnatuksi.

Kaikille avautuva juttu ei luota siihen, että lukija tietää lajin säännöt tai tuntee edes tunnetuimmat urheilijat. Usein näiden juttujen kärki onkin itse urheilun ulkopuolella, esimerkiksi voisi käydä vaikka jääkiekkomaajoukkueen ottelua jännittävästä Miss Suomesta kertova juttu. Myös kuntoilujutut olen laskenut pääosin kategoriaan kaikki, sillä ne on kirjoitettu kenen tahansa omaa kuntoilua helpottamaan, eikä esimerkiksi kilpaurheilijan treenivinkeiksi. Kaikille suunnatuiksi jutuiksi olen tulkinnut myös joitakin sellaisia urheilijoista kertovia juttuja, jotka eivät kiinnitä huomiota sentteihin ja sekunteihin tai muihin tuloksiin, vaan keskittyvät enneminkin urheilijan persoonaan tai muihin urheilun ulkopuolisiin asioihin.

Lajifriikeille tarkoitetut jutut vaativat erikoistietämystä, jotta niistä olisi suurtakaan iloa lukijoille. Vastaavasti ne myös vaativat kirjoittajalta erikoisosaamista ja yhteyksiä. Tällaisia juttuja näkee sanomalehdissä yleensä vain profiililajeista, sillä vain niissä tarpeeksi asiantunteva lukijajoukko on kyllin suuri. Olen laskenut tähän joukkoon kuuluvaksi myös sellaiset jutut, joissa on tehty niin sanotusti tikusta asiaa. Tällaisia olivat muutamia kauden tauottua tehdyt formulajutut, joissa ei ollut mitään suuria uutisia. Perusteluna tähän menettelyyn käyköön se, että uskon vain suurimpien formulafanien haluavan lukea joka päivä talvikauden testeistä tai ainaisista lajin ympärillä liikkuvista huhuista.

Urheiluväelle suunnatut jutut on selkeästi suurin jutturyhmä urheilusivuilla. Nämä jutut edellyttävät yleistä urheilun tuntemusta eli tunnetuimpia urheilijoita ei tarvitse esitellä. Esimerkiksi Turun Sanomissa tämä voisi tarkoittaa sitä, että Saku Koivua ei tarvitse erikseen mainita alkujaan turkulaiseksi. Urheilusivujen vakiomateriaalin kuten otteluselostusten, tuloslistojen ja pikku-uutisten olen lähes poikkeuksetta tulkinnut kuuluvan tähän kategoriaan.

Tutkimani tuottamisen kannalta urheiluväelle suunnatut jutut ovat tavallisesti välitettyä aineistoa, sillä ne keskittyvät yleensä päivittäiseen uutismateriaaliin ja tulosurheiluun. Kaikille suunnatuissa jutuissa on tuotettu ominaisuus sillä perusteella, että urheiluun vihkiytymättömien huomiointi vaatii urheilutoimittajalta hieman ylimmää aikaa ja vaivaa. Lajifriikkien jutuissa on niin ikään tuotettu ominaisuus, sillä niiden tekeminen vaatii toimituksilta omaa aktiivisuutta ja asiantuntemusta, eikä niitä voi vain välittää valmiina tietona.

Taulukko 4: Juttujen jakautuminen kohderyhmän mukaan

	IS		TS		Yhteensä	
	kpl	%	kpl	%	kpl	%
Välitetyt	346	74 %	472	91 %	818	83 %
	346	100 %	472	100 %	818	100 %
Kaikki lukijat	11	3 %	3	1 %	14	2 %
Lajifriikit	3	1 %	12	3 %	15	2 %
Urheiluväki	332	96 %	457	97 %	789	96 %
Tuotetut	119	26 %	46	9 %	165	17 %
	119	100 %	46	100 %	165	100 %
Kaikki lukijat	50	42 %	19	41 %	69	42 %
Lajifriikit	0	0 %	2	4 %	2	1 %
Urheiluväki	69	58 %	25	54 %	94	57 %
Yhteensä	465	100 %	518	100 %	983	100 %
	465	100 %	518	100 %	983	100 %
Kaikki lukijat	61	13 %	22	4 %	83	8 %
Lajifriikit	3	1 %	14	3 %	17	2 %
Urheiluväki	401	86 %	482	93 %	883	90 %

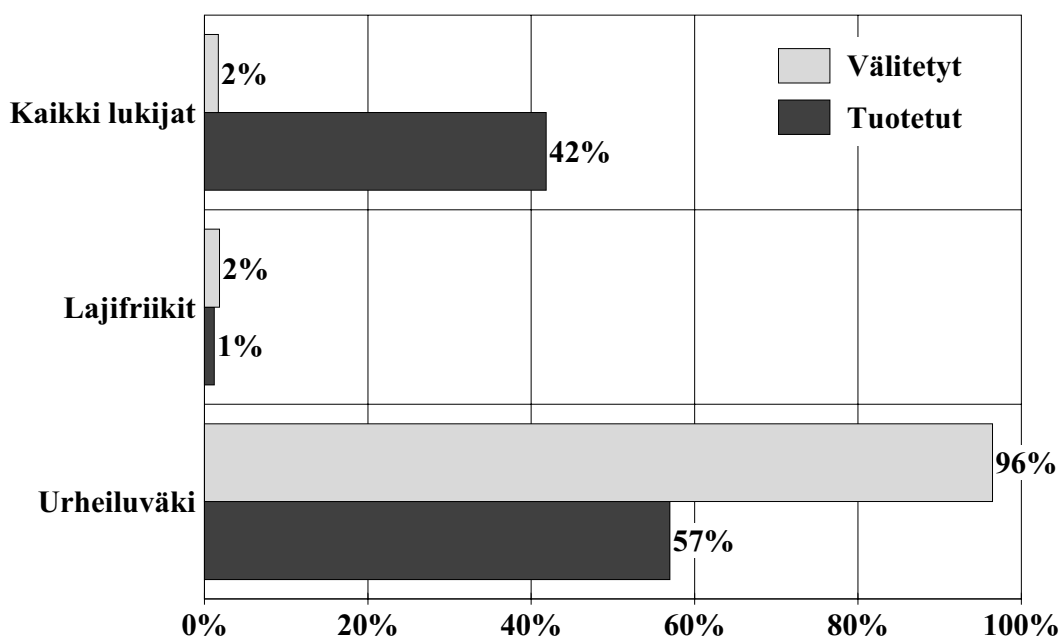
Suurin osa urheilusivujen jutuista on siis suunnattu oletuksen mukaisesti urheilusta yleisellä tasolla kiinnostuneille lukijoille. Kaikille lukijoille suunnatut jutut keskittyivät yleensä johonkin julkisuuden henkilöön, joka jollain tavalla oli tekemisissä urheilun kanssa. Osa kaikille suunnatuista jutuista kertoi hauskoista urheilukentällä sattuneista tapahtumista, jollaisesta käy esimerkiksi vaikkapa molempien lehtien uutisoima 101-vuotiaan golffarin hole-in-one. Tällaiset pikku-uutiset hukkuvat yleensä tavallisten ”vakavien” urheilu-uutisten joukkoon eli satunnaisen lukijan silmiin ne tuskin osuvat. Toinen tyypillinen kaikille suunnattujen ryhmien joukko olivat matkailujutut, joissa yleensä kerrottiin suomalaisurheilijan kokemuksista jossain eksoottisessa maailmankolkassa.

Lajifriikeille suunnattuja juttuja oli yllättävän vähän. Niistäkään suuri osa ei ollut varsinaista asiantuntemusta vaativia, vaan ne olivat ennemminkin tosifaneille suunnattuja ja kohdistettuja tavallisia juttuja, joilla vain ylläpidetään kiinnostusta kyseistä lajia kohtaan. Tämä näkyy tietynlaisena ristiriitana taulukossa. Vaikka jutun suuntaaminen lajifriikeille on laskettu tuotetuksi ominaisuudeksi, niin suurin osa näistä jutuista sijoittuu kuitenkin välitettyjen juttujen joukkoon eli muiden rakenneosien suhteen näissä jutuissa ei ollut mitään tavallisuudesta poikkeavaa. Tästä ristiriidasta voineekin siis tehdä sen päätelmän, että lajifriikkejä ei huomioida niinkään

asiantuntemusta vaativilla jutuilla vaan ennemminkin madaltamalla uutiskynnystä heidän suosimiensa lajien kohdalla.

Molemmat lehdet suuntaavat juttunsa ensisijaisesti urheiluväelle. Ilta-Sanomissa oli enemmän kaikille lukijoille tarkoitettuja juttuja, kun Turun Sanomat otti lajifriikit huomioon hieman paremmin. Mitään kovin pitkälle meneviä päätelmiä näistä luvuista ei voi vetää, sillä muille kuin urheiluväelle suunnattujen juttujen osuus jäi vähäiseksi.

Kuvio 2: Välitettyjen ja tuotettujen juttujen jakautuminen kohderyhmien mukaan



Vaikka lajifriikkijuttujen määrä oli hyvin pieni, niin niiden sijoittuminen välitettyjen juttujen joukkoon näin selkeästi on kiinnostava ilmiö. Lähempi tarkastelu osoittaa lajifriikeille suunnattujen juttujen olevan lähes pelkästään formuloita käsitteleviä juttuja, joissa kerrotaan varikolla liikkuvista huhuista ja harjoitustestien ajoista. Nämä jutut on siis melko tavallista uutisaineistoa sillä erotuksella, että ne on suunnattu jatkuvasti tietoa kaipaaville formulafaneille. Molemmissa lehdissä oli ainakin yksi formuloita käsitellyt juttu jokaisena tutkimusjakson päivänä. Tämän voi katsoa osoittavan sen, että tietyt lajit ja tapahtumat ovat medialle ehtymättömiä uutismyllyjä, joista voi aina ammentaa jutun juurta.

7.3. Jutun päähenkilö

Urheilussa liikkuu paljon ihmisiä. Itse urheilijoiden lisäksi myös sivuilla esiintyy muun muassa valmentajia, kisajärjestäjiä, johtajia, sponsoreita sekä urheilijoiden sukua ja tuttavuuksia. Urheilun viihteellisyys näkyy siinä, että sanavalmiit ja karismaattiset saavat julkisuutta, kun syrjäänvetäytyvät jäävät paitsioon.

Suurella osalla juttuja esiintyy useampikin henkilö. Tällöin olen tulkinut päähenkilöksi sen, joka on otsikossa tai jota jutussa haastatellaan. Jos haastateltavia on useampi, niin päähenkilö on se, jonka sanomisten varaan juttu eniten rakentuu. Rajankäyntivaikeuksia toki on. Kun Liverpoolin valmentajaa haastatellaan Jari Litmasen vähäisestä peliajasta, on vaikea tulkita tuleeko juttu luokkaan ”suomalainen” vai luokkaan ”valmentaja”. Päädyin jälkimmäiseen vaihtoehtoon, sillä Litmaselta ei ollut jutussa mitään kommenttia, kun valmentaja puolestaan puhui muustakin kuin Litmasesta. Luokat ovat muutenkin osittain päällekkäisiä, esimerkiksi ottelun ratkaisija on usein suomalainen. Tällöin päähenkilö sijoittuu siihen kategoriaan, jonka roolissa hänet ylipäättään juttuun otettu. SM-liigaottelussa voittomaalin tehnyt on ratkaisija ottelusta kertovassa jutussa olipa hän sitten suomalainen tai tsekki. Vastaavasti suomalaisten tekemisistä NHL-otteluissa kerrotaan nimenomaan kansallisuuden eikä suoritusten takia.

Tuotettuna ominaisuutena päähenkilö on usein sanavalmis ja karismaattinen henkilö, josta lukijat ovat kiinnostuneita ihmisenä, eikä välttämättä niinkään urheilijana. Jutuissa esiintyi yhteensä kahtatoista erilaista päähenkilötyyppiä, joista kuusi sijoittuu tuotettuihin ominaisuuksiin ja kuusi välitettyihin. Lisäksi aineistossa oli useita juttuja, joissa ei ole päähenkilöä. Päähenkilöttömyys on laskettu välitetyksi ominaisuudeksi eli ne eivät ole vaikuttaneet summamuuttuun.

Tuotetut päähenkilöt:

Karismaattinen urheilija pääsee oikeuksiinsa parhaiten henkilöhaastatteluissa. Hiihtäjäkarpaasit Mika Myllylä ja Jari Isometsä ovat hyviä esimerkkejä karismaattisista urheilijoista, joista varsinkin jälkimmäinen esiintyy tiedotusvälineissä taajaan. Jutun päähenkilön olen tulkinnut karismaattiseksi muun muassa silloin, kun hänen sitaattinsa ovat puhekielisessä muodossa tai murreasussa. Urheilijan henkilökohtaisiin ominaisuuksiin tai luonteeseen kiinnittyvät jutut kuuluvat tähän kategoriaan.

Perhe ja tuttavat esiintyvät urheilusivuillakin suhteellisen usein. Varsinkin iltapäivälehdet seuraavat usein suurkisoja suomalaisurheilijoiden vanhempien kanssa. Oma lukunsa ovat julkkisten urheilevat lapset, joista hyvänä esimerkkinä käy juttu Arvi Lindistä ja tämän maajoukkueessakin jääkiekkoilevasta Juha-pojasta. Jääkiekkoilijoiden kotiinpaluujuttu puolestaan saatetaan rakentaa vastassa olevien vaimojen kautta. Yksi jutuista kertoi takavuosien teini-idolin mäkihyppääjä Toni Niemisen lähes seesteisestä perhe-elämästä.

Yleisö näkyi lehtien sivuilla yllättävän vähän siihen nähden, että suuri osa lukijoista kuuluu todennäköisimmin tähän ryhmään urheilun kentällä. Jääkiekon MM-kisojen aikaan on tapana tehdä juttuja mitä erilaisimmista kisakatsomoista ja faniryhmistä, mutta muuten yleisö mainitaan usein vain tilastojen lopussa katsojamäärän muodossa. Tämä johtuu ehkä osin suomalaisen katsomo- ja fanikulttuurin puutteesta muissa lajeissa kuin jääkiekossa. Myös sellaiset jutut, joissa tavallinen ihminen on pääosassa tai toimittaja kokeilee ”mattimeikäläisenä” jotain urheilulajia, on laskettu tähän kategoriaan.

Maailmantähdet kiinnostavat Suomessakin. Maailmantähti-kategoriaan olen katsonut kuuluvaksi sellaisten päähenkilöiden, jotka ovat tunnettuja ympäri maailman muustakin kuin urheilullista ansioistaan tai joiden urheilulliset ja viihdemaailman ansiot ovat poikkeuksellisen suuret. Tällaisia urheilijoita ovat muun muassa Anna Kournikova, David Beckham ja koripalloilija Michael Jordan. Maailmantähdet ovat viihdemaailman tunnettuja hahmoja siinä missä Hollywood-näyttelijät ja muusikotkin. Pidän tätä tuotettuna ominaisuutena sen takia, että useimmissa maailmantähdistä kertovissa jutuissa ei raportoida urheilusuorituksia tai mikäli raportoidaan, se tapahtuu vain urheilijan viihdemaailman statuksen ja tämän kiinnostavuuden tähden. David Beckham

on kuitenkin ratkaisija eikä maailmantähti silloin, kun jutussa kerrotaan ottelusta, jossa hän on tehnyt ratkaisumaalin. Maailmantähti-juttu olisi puolestaan sellainen, jossa kerrotaan Beckhamin alati vaihtuvista hiusmalleista. Maailmantähti on urheilumaailman julkkis ymmärrettynä Boorstinin tapaan pseudotapahtumana.

Julkkis esiintyy etenkin iltapäivälehdissä myös urheilusivuilla. Erotuksena maailmantähteen julkkis ei itse urheile, vaan hänestä tehdyt jutut kertovat usein ottelun katsomisesta tai vastaavasta. Usein julkkisten mielipiteitä kysytään, kun tapahtuu jotain merkittävää. Urheilussa tämä koettiin viimeksi Lahden MM-hiihtojen doping-skandaalin yhteydessä.

Asiantuntijoita ei käytetä urheilujournalismissa niin paljon kuin muissa journalismin lajeissa kuten taloudessa tai politiikassa. Tämä johtuu osaltaan siitä, että paras asiantuntemus on valmentajilla, itse urheilijoilla, entisillä urheilijoilla ja vastaavilla urheilussa tiukasti kiinni olevilla tahoilla. Asiantuntija tarkoittaakin tässä yhteydessä ulkopuolisia tahoja, jotka analysoivat tapahtumia oppimansa perusteella. Esimerkiksi liikunnasta puhuva yliopistotutkija on asiantuntija tarkoittamassani merkityksessä. Asiantuntijat arvioivat yleensä urheilua ja liikuntaa yleiseltä kannalta tai ainakin pitkällä aikavälillä, joten lienee perusteltua pitää asiantuntijan esiintymistä jutun päähenkilönä tuotettuna ominaisuutena.

Välitetyt päähenkilöt:

Ratkaisijan löytäminen kuuluu urheilutoimittajan ammattitaitoon. Ratkaisija voi olla voittomaalin tekijä, joukkueen kapteeni, maalivahti tai ratkaisevan virheen tehnyt urheilija. Yksilölajeissa ratkaisija on luonnollisesti voittaja. Ratkaisija tuodaan esiin yleensä vain tekemiensä urheiluvoitosten kautta. Myös ennakkojutuissa voi olla ratkaisija, jos niissä tuodaan esille jokin urheilija nimenomaan sovittelemalla hänelle ratkaisijan viittaa tulevaan tapahtumaan.

Suomalainen urheilija kiinnostaa suomalaista lukijaa. Suuri osa muidenkin kategorioiden päähenkilöistä on suomalaisia, mutta tässä kategoriassa suomalaisuus on juuri se syy, minkä takia henkilö nostetaan esiin. Tyypillisessä tämän kategorian jutussa kerrotaan suomalaisen urheilijan otteista ulkomailla. Tällaisia juttuja on todella paljon

jalkapalloilijoiden peliminuuteista ja tekemisistä aina eri autosarjoissa kilpailevien suomalaisten kuulumisiin asti.

Valmentajat on otettu omaksi ryhmäkseen, koska he esiintyvät urheilusivuilla niin usein. Varsinkin joukkuelajeissa valmentajien kommentteja käytetään tiivistämään ottelun tapahtumia. Useissa otteluraporteissa ei mainittu edes maalintekijöitä, mutta valmentajien kommentit oli toistettu sanasta sanaan.

Tekijä on yleisnimitys kaikille sellaisille urheilijoille, joista pikku-uutiset kertovat, mutta jotka eivät ole varsinaisia maailmantähtiä. Kiinnostavin asia näissä uutisissa on itse teko. Tähän kategoriaan olen sijoittanut muun muassa loukkaantuneet, seuraa vaihtaneet, rattijuoppoudesta kärehtäneet, kuolleet ja uransa lopettaneet urheiluihmiset. Edelleen olen laskenut tähän kategoriaan erilaisiin ajankohtaisiin asioihin lausuntonsa antaneet urheilijat, jotka eivät kuitenkaan mahdu maailmantähti-käsitteen alle. Tähän kategoriaan sijoitetaan myös kaikki sellaiset päähenkilöt, jotka eivät oikein sovi muihin.

Johtajat vaikuttavat useimmiten taustalla, mutta kyllä heidänkin äänensä kuuluu urheilujournalismissa. Tavallisimmin urheilujohtajat esiintyvät uutisissa, joissa käsitellään arvokisoihin lähetettävien määrää ja muita vastaavia asioita. Muutama johtajia käsitellyt juttu liittyi Lahden MM-hiihtojen doping-asioiden purkamiseen. Tähän kategoriaan kuuluvat myös seurojen omistajat ja urheilun ja joukkueiden sponsorien edustajat.

Järjestäjät eivät myöskään näy yleensä tuloksiin keskittyvässä urheilujournalismissa. Olen laskenut tähän kategoriaan myös tuomarit, jotka yleensä mainitaan jutuissa, mutta päähenkilönä he esiintyvät harvoin. Järjestäjistä kertovia juttuja oli kuitenkin muutama, etenkin Turun Sanomat ennakoi joitakin tulevia kisoja järjestäjä-haastatteluin.

Taulukko 5: Juttujen jakautuminen päähenkilön mukaan

	IS		TS		Yhteensä	
	kpl	%	kpl	%	kpl	%
Välitetyt	346	74 %	472	91 %	818	83 %
	346	100 %	472	100 %	818	100 %
Karismaattinen	8	2 %	2	0 %	10	1 %
Perhe	2	1 %	1	0 %	3	0 %
Yleisö	2	1 %	1	0 %	3	0 %
Maailmantähti	11	3 %	0	0 %	11	1 %
Julkkis	1	0 %	0	0 %	1	0 %
Asiantuntija	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Ratkaisija	67	19 %	131	28 %	198	24 %
Suomalainen	75	22 %	119	25 %	194	24 %
Valmentaja	35	10 %	73	15 %	108	13 %
Tekijä	67	19 %	58	12 %	125	15 %
Johtaja	20	6 %	39	8 %	59	7 %
Järjestäjä	3	1 %	6	1 %	9	1 %
Ei päähenkilöä	55	16 %	42	9 %	97	12 %
Tuotetut	119	26 %	46	9 %	165	17 %
	119	100 %	46	100 %	165	100 %
Karismaattinen	60	50 %	13	28 %	73	44 %
Perhe	7	6 %	2	4 %	9	5 %
Yleisö	7	6 %	4	9 %	11	7 %
Maailmantähti	9	8 %	0	0 %	9	5 %
Julkkis	6	5 %	0	0 %	6	4 %
Asiantuntija	0	0 %	9	20 %	9	5 %
Ratkaisija	2	2 %	1	2 %	3	2 %
Suomalainen	8	7 %	1	2 %	9	5 %
Valmentaja	1	1 %	1	2 %	2	1 %
Tekijä	4	3 %	1	2 %	5	3 %
Johtaja	9	8 %	7	15 %	16	10 %
Järjestäjä	0	0 %	4	9 %	4	2 %
Ei päähenkilöä	6	5 %	3	7 %	9	5 %
Yhteensä	465	100 %	518	100 %	983	100 %
Karismaattinen	68	15 %	15	3 %	83	8 %
Perhe	9	2 %	3	1 %	12	1 %
Yleisö	9	2 %	5	1 %	14	1 %
Maailmantähti	20	4 %	0	0 %	20	2 %
Julkkis	7	2 %	0	0 %	7	1 %
Asiantuntija	0	0 %	9	2 %	9	1 %
Ratkaisija	69	15 %	132	25 %	201	20 %
Suomalainen	83	18 %	120	23 %	203	21 %
Valmentaja	36	8 %	74	14 %	110	11 %
Tekijä	71	15 %	59	11 %	130	13 %
Johtaja	29	6 %	46	9 %	75	8 %
Järjestäjä	3	1 %	10	2 %	13	1 %
Ei päähenkilöä	61	13 %	45	9 %	106	11 %

Parhaiten urheilusivuilla pääsevät esille suomalaiset ja kilpailujen ratkaisijat. Myös erilaisten urheilu-uutisten tekijät saavat usein nimensä julkisuuteen. Valmentaja on päähenkilönä reilussa kymmenessä prosentissa jutuista. Suurin osa lehtien

urheilusivuilla esiintyvistä on siis julkisuudessa nimenomaan kansalaisuutensa, tekojensa tai asemansa kautta.

Persoonalliset ominaisuudet ovat valttia etenkin Ilta-Sanomien sivuilla, joilla oli yhtä paljon karismaattisia päähenkilöitä kuin juttuja, joissa päähenkilönä oli kilpailun ratkaisija. Myös julkkikset ja maailmantähdet pääsivät toisinaan Ilta-Sanomien sivuille, kun Turun Sanomissa ei ollut yhtään tällaisia juttuja. Urheilujohtajat puolestaan pääsivät Turun Sanomissa sanomaan sanottavansa useammin kuin Ilta-Sanomissa. Tämä johtunee siitä, että johtajat esiintyvät usein nimenomaan urheilun järjestelmätason uutisjutuissa kun Ilta-Sanomien keskittyy uutisoinnissaan enemmän urheilun käytännön tapahtumiin.

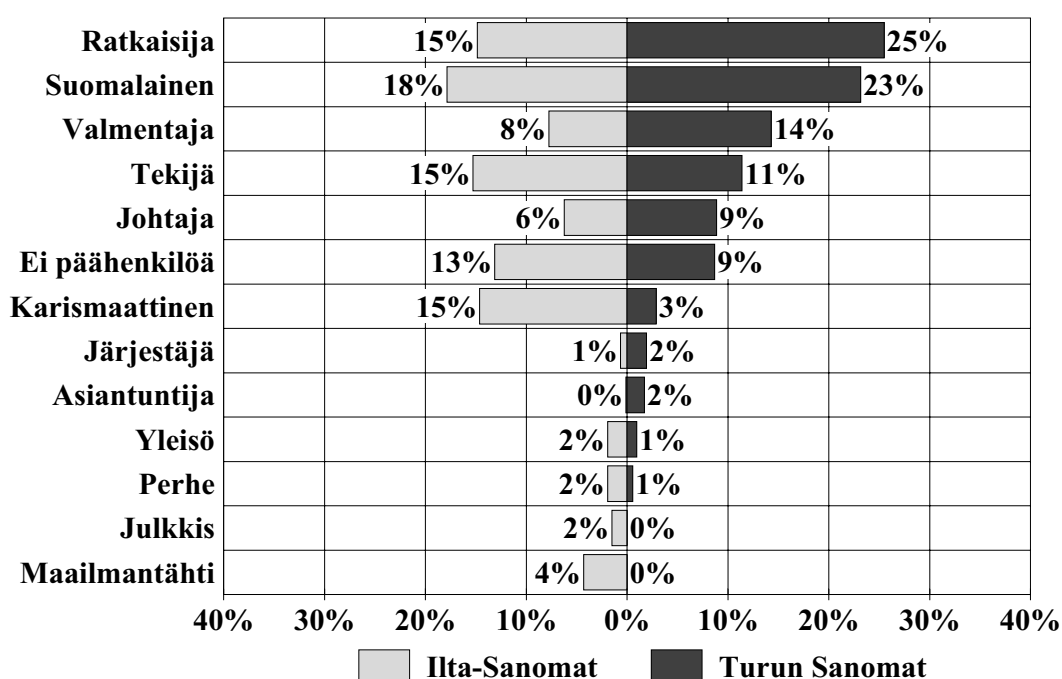
Yleisö ei oikein päässyt esille kummassakaan lehdessä, eikä kisajärjestäjistä kertovia juttuja ollut paljonkaan. Yhtä vähälle huomiolle jäävät asiantuntijat sekä urheilijoiden perheet. Kiinnostava huomio on se, että asiantuntijat pääsevät esille Turun Sanomissa ja perheet Ilta-Sanomissa. Oman melko ison ryhmänsä muodostavat sellaiset jutut, joissa ei ole lainkaan päähenkilöä. Tällaisia juttuja oli molemmissa lehdissä ja ne käsittelivät yleensä esimerkiksi tulevia kisoja, sarjoja tai joukkueita yleisellä tasolla ilman, että niitä olisi henkilöity keneenkään.

Tuotetuissa jutuissa esiintyi eniten karismaattisia päähenkilöitä. Tällaiset urheilijan persoonaa käsittelevät haastattelut lienevätkin lehdille melko helppo tapa saada aineistoa juttupulaan, sillä niitä voi tehdä koska tahansa, kunhan tarpeeksi kiinnostavia ja edes jollain lailla ajankohtaisia urheilijoita löytyy. Vahva henkilöiminen on yksi iltapäivälehtijournalismin tunnusmerkeistä, joten ei ole ihme, että juuri Ilta-Sanomissa oli paljon karismaattista urheilijaa käsitteleviä tuotettuja juttuja, kun Turun Sanomat keskittyi ratkaisijoihin.

Suomalaisten pieni osuus tuotettujen juttujen ryhmässä selittyy sillä, että suomalaista urheilijaa käsittelevissä jutuissa tuodaan usein esille vahvasti myös tämän persoonaa, joten luokitukseksi tulee karismaattinen, eikä suomalainen. Suurin osa jutuista, joissa päähenkilönä on suomalainen, on normaalia uutisaineistoa kotimaisten urheilijoiden suorituksista kansainvälisillä kilpakentillä.

Ratkaisija puolestaan on yleensä päähenkilönä vain välitetyissä jutuissa. Maalintekijät ja kilpailun voittajat ovatkin tyypillistä välitettyä tietoa ja kuuluvat olennaisesti kilpailutapahtumien kuvaamiseen. Varsinkin joukkueurheilussa ratkaisijan etsiminen henkilöi jutun tehokkaasti. Mikäli sopivaa ratkaisijaa ei löydy, käännetään valmentajan puoleen. Tämän takia myös valmentajat ovat vahvasti edustettuna välitettyjen juttujen joukossa. Etenkin Turun Sanomissa edellinen oli varsin tavallista, mikä sopiikin hyvin oletukseen siitä, että lehti kirjoittaa urheilustakin nimenomaan uutistapahtumina ymmärrettyinä sähkömäiseen kuka teki mitä –tapaan.

Kuvio 3: Lehtien päähenkilöt



Yhteenvetona päähenkilöistä urheilusivuilla voi todeta, että urheilijalla on kaksi tapaa saada nimensä lehteen. Ratkaisemalla otteluita tai voittamalla kilpailuita pääsee päähenkilöksi uutisjuttuihin, jotka keskittyvät urheilukilpailuihin ja tapahtumiin. Tuotettujen juttujen sankariksi pääseminen puolestaan edellyttää sopivia persoonallisia ominaisuuksia, eikä välttämättä niinkään urheilullisia tekoja ja saavutuksia. Sama pätee myös urheilusivuilla esiintyviin ei-urheilijoihin. Yleensä esille pääsee vain tekojen ja aseman kautta, mutta persoonallisimmat ja sanavalmiimmat saavat julkisuutta muutenkin. Esimerkkeinä tällaista voisi pitää vaikkapa liikemies Hjallis Harkimoa tai Keith Armstrongin ja Pasi Rautiaisen tapaisia karismaattisia valmentajia.

7.4. Riippuvuus yksittäisestä urheilutapahtumasta

Urheilujournalismin sanotaan olevan lähes kokonaan tulosurheilun varassa. Jutun riippuvuudella urheilutapahtumasta tarkoitan nimenomaan sellaisia juttuja, jotka kertovat otteluista ja kilpailuista eli niistä saadaan tuloksia. Esimerkiksi siirto- ja loukkaantumisuutiset tai jutut harjoituksista eivät siten ole riippuvaisia urheilutapahtumasta. Tapahtumalla tarkoitankin siis vain kilpailutilanteita. Urheilun ympärille on muodostunut niin iso uutisia tuottava järjestelmä, joten katsoin tämän erottelun välttämättömäksi.

Jutut jakaantuvat riippuvuuden suhteen yksinkertaisesti kahtia, ne joko ovat riippuvia urheilutapahtumista tai sitten eivät. Tyypillisimpiä tapahtumista riippuvia juttuja ovat ottelukuvaukset, selostukset sekä ennakkojutut. Pelkkä maininta urheilutapahtumasta ei tee jutusta vielä siitä riippuvaa, vaan juttu tulkitaan kyllä-kategoriaan vasta, jos juttu todella käsittelee pelkästään kyseistä tapahtumaa.

Rajankäyntiongelmia tuli muun muassa erilaisten liigojen ja sarjojen kohdalla, sillä ne koostuvat yksittäisistä urheilutapahtumista, mutta varsinaisesti ne eivät ole yksinään sellaisia. Esimerkiksi pesäpallokauden ennakkojutut olen tulkinnut urheilutapahtumista riippuviksi silloin, jos jutussa keskitytään ensimmäisen kierroksen ottelujen arviointiin. Jos juttu taas on rakennettu talvikauden harjoittelun tai siirtojen analysoinnin varaan, se ei ole riippuvainen (yksittäisestä) urheilutapahtumasta.

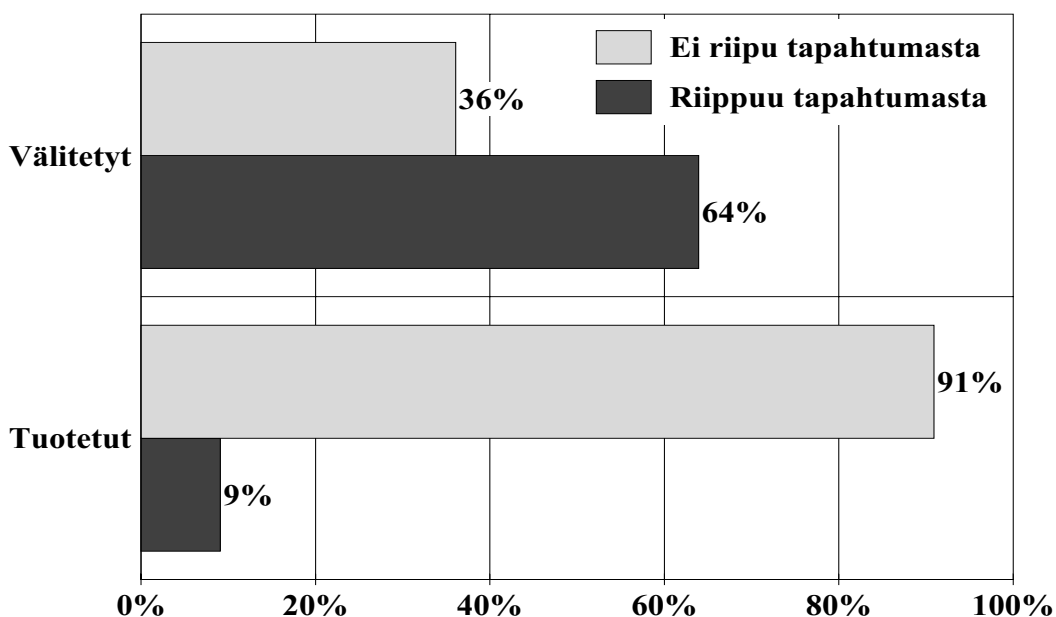
Urheilutapahtumista riippuvuuden ja tuottamisen suhde lienee selvä. Jutuissa, joissa ei ole sidosta mihinkään yksittäiseen urheilutapahtumaan on tuotettu ominaisuus, kun taas näistä tapahtumista kertovat jutut ovat tiedon välittämistä. Tietenkin on huomattava, että loukkaantumisista kertovat sähkeet ja muut vastaavat uutiset ovat enemmänkin tiedon välittämistä, vaikka ne eivät suoranaisesti liitykään päivittäisiin urheilukilpailuihin. Tällaisia sähkeitä tulee kuitenkin niin paljon, että niiden välillä pitää valita julkaistavat uutiset vaikkapa lajien oletetun kiinnostuksen pohjalta. Tätä jyvien poimimista akanoista voitaneen pitää eräänlaisena tuotettuna ominaisuutena.

Taulukko 6: Juttujen jakautuminen urheilutapahtumasta riippuvuuden mukaan

	IS		TS		Yhteensä	
	kpl	%	kpl	%	kpl	%
Välitetyt	346	74 %	472	91 %	818	83 %
	346	100 %	472	100 %	818	100 %
Ei riipu tapahtumasta	166	48 %	129	27 %	295	36 %
Riippuu tapahtumasta	180	52 %	343	73 %	523	64 %
Tuotetut	119	26 %	46	9 %	165	17 %
	119	100 %	46	100 %	165	100 %
Ei riipu tapahtumasta	109	92 %	41	89 %	150	91 %
Riippuu tapahtumasta	10	8 %	5	11 %	15	9 %
Yhteensä	465	100 %	518	100 %	983	100 %
Ei riipu tapahtumasta	275	59 %	170	33 %	445	45 %
Riippuu tapahtumasta	190	41 %	348	67 %	538	55 %

Lehtien sanotaan elävän melko tiukasti päivittäisten urheilutapahtumien rytmissä ja yli puolet jutuista olikin riippuvaisia niistä. Lehtikohtaiset erot tässä ovat kuitenkin suuret, sillä Turun Sanomien jutuista vain kolmannes käsitteli kilpailuihin kuulumattomia asioita, kun taas Ilta-Sanomissa tällaisia juttuja oli yli puolet kaikista jutuista. Tämä selittyy sillä, että Ilta-Sanomien luettaneen yleensä myöhemmin päivällä, joten itse tapahtumat eivät ole enää tuoreita uutisia sen lukijoille. Turun Sanomien lukijat puolestaan saattavat lukea lehdestä edellisen illan ottelun tuloksen aamulla ilman, että tietävät sitä jo ennalta.

Kuvio 4: Välitettyjen ja tuotettujen juttujen riippuvuus yksittäisestä tapahtumasta



Tuotetuista jutuista vain muutama oli riippuvainen urheilutapahtumista eli ne tehdään yleensä muista lähtökohdista kuin kilpailun kuvailusta. Kiinnostavampaa on huomata se, että myös välitetyissä jutuissa oli suhteellisen paljon urheilutapahtumista riippumattomia juttuja. Tämä kertoo urheilussa vaikuttavasta järjestelmästä, joka tuottaa valmista tietoa tiedotusvälineille riippumatta siitä, onko varsinaista kilpailutoimintaa vai ei.

7.5. Ajankohtaisuus

Ajankohtaisuus mittaa tuottamista ehkä parhaiten valitsemistani luokitteluperusteista. Täysin ajattomat jutut ovat tuotettuja juttuja puhtaimmillaan siinä mielessä, mitä tässä tutkimuksessa tuottamisella tarkoitan. Silti toinenkin ääripää, eli edellisen päivän tapahtumista kertova juttu voi olla tuotettu. Näiden kahden ääripään väliin jäävät vielä väljästi ajankohtaiset jutut, joita lehdissä olikin runsaasti.

Jutut jakautuivat ajankohtaisuuden perusteella viiteen ryhmään. Näistä historiaa uudelleen eläneet jutut olivat todella harvinaisia, ja ne olisi periaatteessa voinut sijoittaa myös väljästi ajankohtaisten ryhmään, sillä ne liittyivät usein vuosipäiviin tai vastaaviin. Historia-jutut kuuluvat kuitenkin tuotettujen ominaisuuksien puolelle ajattomien juttujen kanssa. Myöskään ajattomia juttuja lehdissä ei ollut kovinkaan monta. Suurin osa lehtien jutuista oli vähintään melko ajankohtaisia. Käyn seuraavassa läpi kunkin ryhmän perusteluineen.

Tuotetut ominaisuudet:

Ajattomia juttuja ei urheilutoimitusten esimiesten mukaan tehdä kovin paljon, eikä niitä monta ollutkaan. Useimmissa niissäkin oli taustalla jokin ajankohtainen tapahtuma. Toni Niemisen voitettua pienehkön mäkkikisan julkaisi Ilta-Sanomat muutaman päivän päästä laajan jutun Niemisen nykykuulumisista. Juttu käsitteli kuitenkin mäkkikotkan kotitaloa ja tyttöystävää, eikä niinkään urheiluasioita. Tämän perusteella tulkitsin jutun ajattomaksi. Muita ajattomia juttuja olivat muun muassa talviurheilijoiden kesäharjoittelusta kertovat jutut sillä perusteella, että ne olisi voitu julkaista koska tahansa kesällä. Edelleen liikuntasivujen jutut olivat lähes poikkeuksetta ajattomia.

Historia ja suomalaisten suurteot urheilukentillä näkyvät silloin tällöin urheilusivuilla. Nämä historia-jutut kertasivat vanhoja tapahtumia ajan lehtien sitaateilla tai haastatteleamalla jotakuta nuo tapahtumat todella elänyttä. Useimmiten muistelujutut kytkettiin jotenkin tähän päivään, mutta halusin silti erottaa historiaa käsittelevät jutut omaksi kategoriakseen.

Välitetyt ominaisuudet:

Edellinen päivä on urheilulle ja miksei koko sanomalehtijournalismille tärkeä. Suurin osa jutuista käsittelee edellisenä päivänä tapahtuneita asioita. Olen ollut luokittelussa tarkka sen suhteen, että tähän kategoriaan pääsevät vain ne jutut, jotka liittyvät todella edelliseen päivään. Pari päivää vanhat tapahtumat sekä pitkäkestoisempien kehityskulkujen raportoinnit olen sijoittanut väljästi ajankohtaisten ryhmään.

Ennakkojutut ovat myös melko tavallisia sanomalehdissä. Tämän kategorian suhteen en ole ollut niin tiukka kuin edellisen eli ennakkojutuiksi on laskettu lehden ilmestymispäivänä tai seuraavana päivänä tapahtuneet asiat. Viikonloppuina on niin paljon urheilutapahtumia, että osa ennakkojutuista jouduttaneen julkaisemaan jo torstain tai jopa keskiviikon numeroissa. Olen koettanut poimia tällaiset tapahtumat kuuluvaksi tähän ryhmään. Ennakkojutuiksi en ole merkinnyt kuitenkaan sellaisia juttuja, joissa käsitellään vaikkapa viikon päästä kilpailevia suomalaisurheilijoita, vaan nämä jutut ovat väljästi ajankohtaisten kategoriassa.

Tuotettujen ja välitettyjen ominaisuuksien välimaastoon jää iso **väljästi ajankohtaisten** juttujen joukko. Tähän kategoriaan olen sijoittanut kaikki jutut, jotka eivät välttämättä ole päivän päälle, mutta silti ajankohtaisia. Sähkeutisten sijoittaminen oli monesti hankalaa, sillä vaikkapa siirtoutisten kohdalla ei asian kannalta ole niin paljon merkitystä, uutisoidaanko ne heti seuraavana päivänä vai ei. Toimituksille asia on tärkeämpi, sillä on tietenkin uutisvoitto julkaista uutinen siirrosta ennen muita. Tämä on johtanut erilaisten huhumylyjen syytämien uutisten näkymiseen lehtien sivuilla. Siirrot, loukkaantumiset ja vastaavat ovat kuitenkin oikeasti melko pitkäkestoisia tapahtumia, eikä uutisointipäivällä ole paljonkaan merkitystä niiden itsensä kannalta. Tästä syystä olen sijoittanut tällaiset jutut väljästi ajankohtaisten ryhmään. Tutkimuksen kannalta väljästi ajankohtaisuus on välitetty ominaisuus.

Taulukko 7: Juttujen jakautuminen ajankohtaisuuden mukaan

	IS		TS		Yhteensä	
	kpl	%	kpl	%	kpl	%
Välitetyt	346	74 %	472	91 %	818	83 %
	346	100 %	472	100 %	818	100 %
Ajaton	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Historia	1	0 %	0	0 %	1	0 %
Edellinen päivä	132	38 %	271	57 %	403	49 %
Ennakko	35	10 %	41	9 %	76	9 %
Väljä	178	51 %	160	34 %	338	41 %
Tuotetut	119	26 %	46	9 %	165	17 %
	119	100 %	46	100 %	165	100 %
Ajaton	24	20 %	13	28 %	37	22 %
Historia	5	4 %	1	2 %	6	4 %
Edellinen päivä	12	10 %	5	11 %	17	10 %
Ennakko	3	3 %	1	2 %	4	2 %
Väljä	75	63 %	26	57 %	101	61 %
Yhteensä	465	100 %	518	100 %	983	100 %
Ajaton	24	5 %	13	3 %	37	4 %
Historia	6	1 %	1	0 %	7	1 %
Edellinen päivä	144	31 %	276	53 %	420	43 %
Ennakko	35	8 %	42	8 %	80	8 %
Väljä	253	54 %	186	36 %	439	45 %

Väljästi ajankohtaiset jutut ovat tavallisia Ilta-Sanomissa ja myös Turun Sanomissa ne olivat melko tavallisia. Turun Sanomat keskittyy Ilta-Sanomia enemmän uutisoimaan edellisen päivän tapahtumia, mikä onkin varsin luonnollista, sillä se pääsee tarjoamaan nämä uutiset tuoreeltaan. Tältä osin onkin havaittavissa sama ilmiö kuin edellisen tapahtumariippuvuutta käsitelleen rakenneosan kohdalla. Ilta-Sanomien ei irtonumeromyyntiin perustuvana takia kerro edellisen päivän tapahtumista uutena tietona, vaan se käsittelee mielellään ajankohtaisia asioita hieman kypsyteltynä, jolloin niistä tulee väljästi ajankohtaisia aiheita.

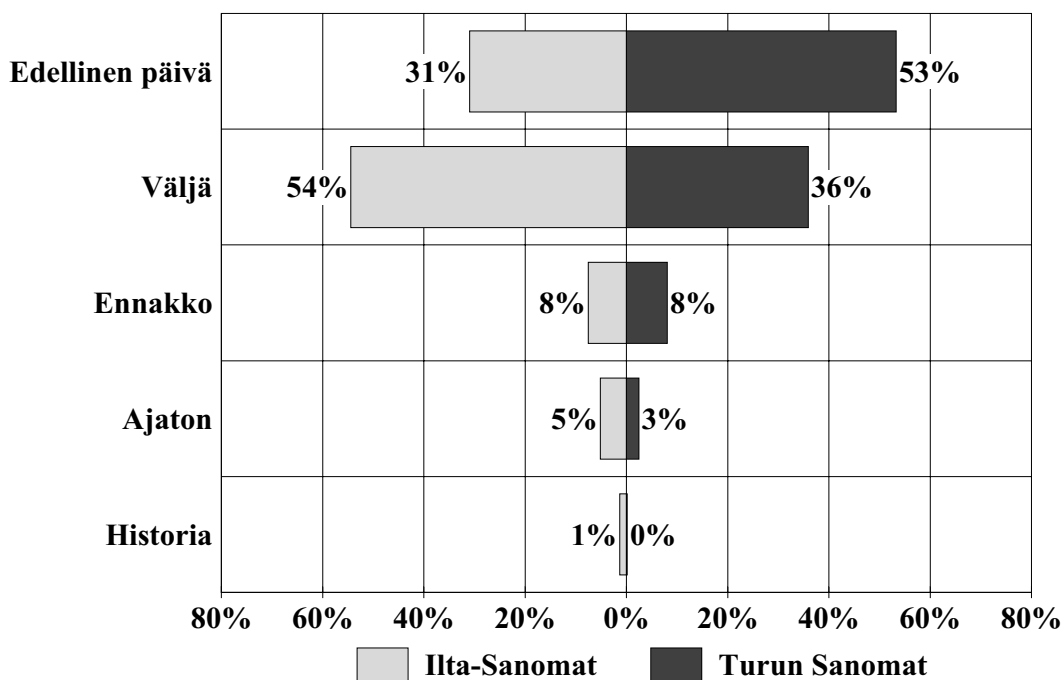
Ajattomia juttuja ei ollut kovin monta, vaan lähes kaikkiin juttuihin on haettu kiinnike johonkin asiankohtaiseen asiaan. Ilta-Sanomissa ajattomien juttujen määrää kasvatti alppihiihtäjien kesäkuulumisista kertonut juttusarja, kun Turun Sanomissa oli ajattomia juttuja esimerkiksi kuntoilusta.

Ennakkojuttujen määrä oli kutakuinkin odotettu, eikä suuria lehtikohtaisia eroja ollut. Isot urheilutapahtumat, kuten jalkapallon Uefa-cupin finaali huomioitiin molemmissa lehdissä ennakkojutuilla, joissa kyseltiin suomalaispelaajien kuulumiset ennen peliä. Yksittäisiä sarjaotteluja ja muita päivittäisiä urheilutapahtumia ei huomioitu kuin

parissa tapauksessa. Turun Sanomissa oli lisäksi ennakkojuttuja Turussa järjestettävistä urheilukilpailuista, mutta osa näistä jutuista sijoittui luokituksessa väljästi ajankohtaisten ryhmään, sillä jutut julkaistiin monta päivää ennen tapahtumaa.

Tuotetuista jutuista suurin osa käsittelee väljästi ajankohtaisia asioita, mutta mukana ovat myös kaikki ajattomat jutut. Edelliseen päivään viittaavissa jutuissa ei ollut mitään tuotettuja ominaisuuksia kuin poikkeustapauksissa. Tällainen oli muun muassa Ilta-Sanomissa ollut muutaman jutun joukko, jossa käsiteltiin jääkiekon MM-joukkueen paluuta ja vastaanottoa lentokentällä. Ennakkojuttujen kohdalla tilanne on samanlainen eli vain parissa niistä oli tuotettuja ominaisuuksia neljää enemmän.

Kuvio 5: Juttujen jakautuminen ajankohtaisuuden mukaan



Tärkeimpänä huomiona ajankohtaisuudesta voitaneen pitää sitä, että väljästi ajankohtaisia juttuja on todella paljon etenkin Ilta-Sanomissa. Tämä vastaa osaltaan hiljaisten päivien ongelmaan, sillä kun urheilussa on aina menossa jotain edes väljästi ajankohtaista, niin lehden tarvitsema uutisvirta ei katkea. Tämä ei edellytä edes varsinaista tiedon tuottamista, vaan tästä virrasta voidaan välittää tietoa silloin kun tarvetta ja tilaa on. Toisaalta juttuja on myös helpompi tuottaa, kun ne voidaan kiinnittää väljästi ajankohtaisiin asioihin.

7.6. Näkökulma

Urheilujournalismia on usein syytetty siitä, että se on liian tiukassa yhteydessä itse urheilun järjestelmään. Tämä selittyy muun muassa urheilujournalismin historialla. Urheilutoimittajat ovat kuitenkin jo pitkään olleet tekemässä eräänlaista irtiotta liian läheisestä suhteesta, mikä näkyy muun muassa lisääntyneenä kriittisyytenä urheilijoita kohtaan sekä siinä, että juttuihin etsitään näkökulmia muustakin kuin itse urheilusta. Tämä ei tietenkään ole mikään uusi ilmiö, esimerkiksi nationalistinen kirjoittelu urheiluraporteissa oli tavallista jo 1900-luvun alkupuolella.

Suurimmassa osassa urheilusivujen juttuja näkökulma on silti tiukasti urheilussa itsessään. Sitä ei yritetäkään viedä laajempiin kokonaisuuksiin, eikä urheilun avulla yritetä ajaa muita asioita. Dopingiin ja talousotkuihin liittyviä juttuja urheilusivuilta kuitenkin löytää melko paljon. Molemmat liittyvät urheilijoiden, urheilujohtajien sekä miksei koko urheiluväen, mukaan lukien toimittajien, moraaliin ja eettisiin kysymyksiin.

Olen luokitellut jutut näkökulman suhteen melko karkealla otteella. Suurin osa jutuista keskittyy vain ja ainoastaan urheiluun. Näiden juttujen näkökulma on siten **urheilu**. Talousotkuja, dopingia ja muita vastaavia huippu-urheilun varjopuolia käsitteleviä juttuja on jonkin verran. Näkökulmaltaan nämä jutut edustavat **moraalia**. On kenties hieman liian yleistävää nimetä kaikki edellä mainitut yhden moraalio-otsikon alle, mutta mielestäni sana kuvaa hyvin kaikkia sellaisia juttuja, joissa (huippu-)urheilua ei pidetä pelkästään ihailtavana ilmiönä ja järjestelmänä, vaan huomataan myös kritisoida sen lieveilmiöitä.

Kuten aiemmin on todettu, urheilusivut ovat omiaan maakunnalliselle ja kansallishenkisille kirjoittelulle. Tällaisten juttujen näkökulmaa kutsun **me-hengeksi**. Mikä tahansa suomalaisista tai turkulaisista kertova juttu ei ole me-henkinen, vaan jutussa pitää olla nimenomaan selkeästi erottuva kansallinen tai maakunnallinen ote. Lukijoille pitää tulla selväksi jutun lukiessaan mihin ryhmään jutun kirjoittaja kokee kuuluvansa tai ainakin olettaa lukijoiden kuuluvan.

Etenkin iltapäivälehdillä on tapana henkilöidä juttunsa kuten päähenkilöitä käsittelevässä osassa totesin. Toisinaan tällaista voisi kutsua **julkkis-näkökulmaksi**.

Tällä tarkoitan sitä, että asiaan kuin asiaan kysytään julkkiksen mielipide, vaikka tällä ei olisi aiheesta mitään tietoa. Urheilussa tätä ei harrasteta kovin paljon, mutta esimerkkinä voisi käydä vaikka jääkiekko-ottelua seuraava missi. Sinänsä missi saattaa olla kiinnostunut ottelusta ja tietääkin jotain urheilusta, mutta usein jutut on rakennettu pelkästään missin varaan ja urheilu jää taustalle. Tällöin on mielestäni perusteltua kutsua näkökulmaa **julkkis**-näkökulmaksi.

Välitetyissä jutuissa on lähes poikkeuksetta urheilunäkökulma. Jutun tuottaminen onkin usein nimenomaan oman näkökulman etsimistä juttuun. Näitä erilaisia näkökulmia voisi löytää paljonkin erilaisia, mutta uskon näiden riittävän. Muut kuin urheilunäkökulma ovat tutkimukseni kannalta tuotettuja ominaisuuksia.

Taulukko 8: Juttujen jakautuminen näkökulman mukaan

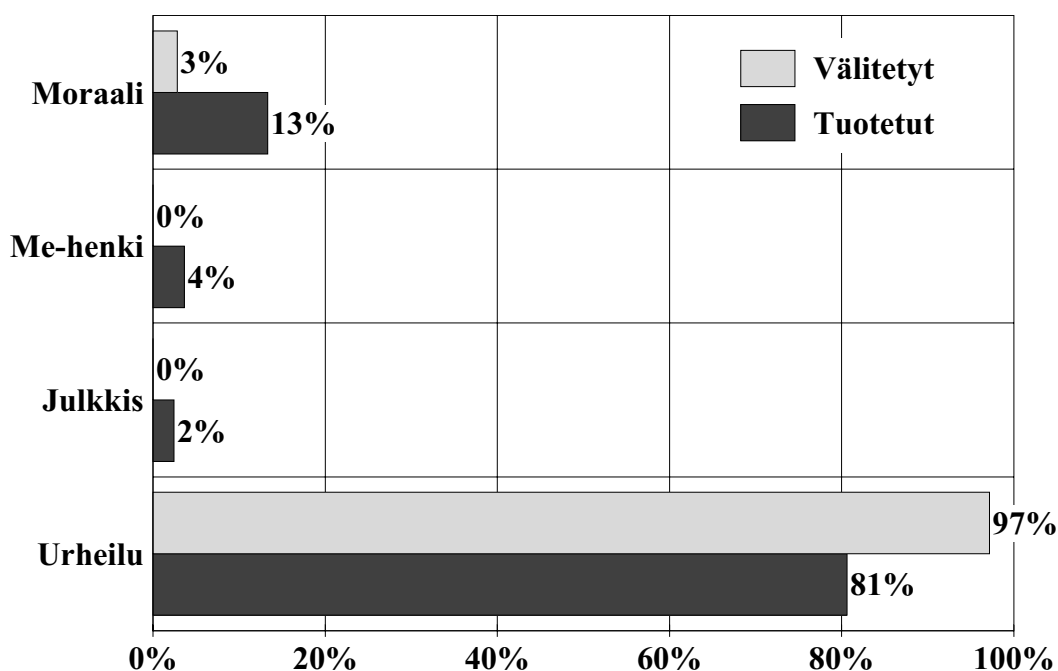
	IS		TS		Yhteensä	
	kpl	%	kpl	%	kpl	%
Välitetyt	346	74 %	472	91 %	818	83 %
	346	100 %	472	100 %	818	100 %
Moraali	12	3 %	11	2 %	23	3 %
Me-henki	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Julkkis	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Urheilu	334	97 %	461	98 %	795	97 %
Tuotetut	119	26 %	46	9 %	165	17 %
	119	100 %	46	100 %	165	100 %
Moraali	15	13 %	7	15 %	22	13 %
Me-henki	4	3 %	2	4 %	6	4 %
Julkkis	4	3 %	0	0 %	4	2 %
Urheilu	96	81 %	37	80 %	133	81 %
Yhteensä	465	100 %	518	100 %	983	100 %
	465	100 %	518	100 %	983	100 %
Moraali	27	6 %	18	3 %	45	5 %
Me-henki	4	1 %	2	0 %	6	1 %
Julkkis	4	1 %	0	0 %	4	0 %
Urheilu	430	92 %	498	96 %	928	94 %

Tulokset ovat selvät. Urheilusivuilla keskitytään lähes yksinomaan urheiluasioihin, eikä niitä yritetäkään liittää osaksi mitään suurempaa. Ainoastaan urheilun ja urheilijoiden moraalia käsittelevät jutut nousivat hieman marginaalisen tason yläpuolella ja nekin oikeastaan vain doping-utisoinnin takia. Me-hengen näkyvä nostatus jäi yllättävän pieneen osaan, vaikka tutkimuksessa oli mukana vahvasti maakunnallinen lehti ja iltapäivälehti. Oletus siitä, että muilla iltapäivälehtien osastoilla vahvasti näkyvä julkkis-näkökulma ei ulottuisi urheilutoimittajiin, osui oikeaan.

Suurin osa tuotetuista jutuista käsitteli asioita urheilun näkökulmasta. Näkökulmaltaan moraalialia käsitelleet jutut olivat Ilta-Sanomissa useammin tuotettuja kun Turun Sanomissa moraalijutut olivat useammin välitettyjä. Tämän voi katsoa johtuvan siitä, että Turun Sanomat uutisoi doping-käryt tapahtumina, kun Ilta-Sanomissa oli esimerkiksi haastattelu kiinnijääneen pikajuoksijan Ville Vakkurin omakohtaisista doping-kokemuksista. Erot olivat kuitenkin pienet ja molemmista lehdistä löytyy moraalialiaiteita käsitelleitä juttuja sekä tuotettuina että välitettyinä.

Me-henki ja julkkis-näkökulma olivat harvinaisia ja kaikki tällaiset jutut olivat muiltakin ominaisuuksiltaan sen verran tuotettuja, että neljän tuotetun ominaisuuden raja täyttyi. Periaatteessa olisi mahdollista tehdä esimerkiksi me-henkisen juttu, joka olisi kuitenkin muilta osin välitettyä tietoa. Tällaisesta kävisi yksipuolinen maaottelukuvaus, jossa tuotaisiin esille oman maan paremmuus, mutta keskityttäisiin kuitenkin ottelutapahtumiin.

Kuvio 6: Välitettyjen ja tuotettujen juttujen jakautuminen näkökulman mukaan



Näkökulma vaikuttaakin olevan vähän käytetty tapa tuottaa juttuja. Uusilla ja tuoreilla näkökulmilla normaaleista uutistapahtumista voitaisiin kenties jalostaa kiinnostavia artikkeleita. Voi kuitenkin olla, että suuri yleisö haluaa urheilujournalismin pitäytyvän tapahtumien analysoinnissa urheilunäkökulmassa, eikä tarvetta itseään suurempaan urheilujournalismiin ole.

7.7. Tyyli

Tyylillä tarkoitan lähinnä niitä asioita, joista usein puhutaan myös juttutyyppeinä. En kuitenkaan halua käyttää ennalta määriteltyjä oppikirjamaisia juttutyypilajeja, sillä ne eivät oikein sovellu kuvaamaan niitä juttujen eroja, jotka haluan tuoda esiin. Tyylin kautta tarkastelen sitä, kenen ääni jutussa kuuluu ja millä lailla se on tuotu esiin. Tuttuun tapaan esittelen seuraavassa kunkin ryhmän eroteltuna tuotettujen ja välitettyjen ominaisuuksien mukaan.

Tuotetut ominaisuudet:

Haastattelu on yleisnimitys kaikille niille jutuille, joissa sitaateilla on merkittävä osuus. Henkilöhaastattelut ovat tavallisia kaikissa lehdissä, ja helppo keino hankkia omaa aineistoa. Henkilöhaastattelujen lisäksi lehdissä oli paljon asiahaastatteluja, jotka nekin kuuluvat tähän kategoriaan.

Toimittajan kommentit näkyvät parhaiten erilaisissa kolumneissa ja pakinoissa. Usein ne erotettu muusta aineistosta toimittajan kuvalla tai tyyliteltyllä nimimerkillä. Tähän kategoriaan kuuluvat sellaiset jutut, jossa mielipiteet erottuvat selvästi. Esimerkiksi ottelukuvauksen yhteydessä todettua ”Jokerit pelasi huonosti” ei ole pidetty toimittajan kommenttina, vaikka se hänen mielipiteensä onkin. Laskin tähän kategoriaan kuuluvaksi myös muun muassa sellaisen jutun, jossa toimittaja omalla asiantuntemuksellaan analysoi NHL:n liian kovaa pelitapaa ja siitä aiheutuvia loukkaantumisia. Vaikka tällaiset jutut on koostettu useimmiten useammasta lähteestä, ei niiden laatiminen olisi mahdollista ilman toimittajan omaa henkilökohtaista asiantuntemusta kyseisestä aiheesta.

Havainnointi on tärkeä osa urheilutoimittajan työtä, sillä jutut ovat pitkälti nimenomaan urheilutapahtumien havainnoimista. Tähän kategoriaan sijoitetut jutut eivät kuitenkaan sisällä normaalia ottelutapahtumien havainnointia, vaan niissä esimerkiksi seurataan jääkiekkomaajoukkuetta vastaanottavia faneja tai muita kentän ulkopuolisia tapahtumia.

Sankari on hyödyllinen urheilutoimittajalle. Luomalla sankarin toimittaja varmistaa ihmisiä kiinnostavan jutunaiheen pitkälle tulevaisuuteen. Aivan tyhjästä sankaria ei

tietenkään voi luoda, mutta esimerkiksi menestyvästä joukkueesta sellaista voi etsiä. Sankarin luominen voi olla hyvinkin kaavamaisista, joten tyylillisesti se soveltuu hyvin omaksi kategoriakseen. Näissä jutuissa haastatellaan usein sankarin lähipiiriä ja lapsuuden kuvien käyttäminen kuvituksena on tavallista. Myös uran kohokohdat ja henkilötiedot käydään läpi taulukoiden ja grafiikan avulla.

Opastus ja kansanterveyden lisääminen eivät enää kuulu sanomalehtien urheilutoimitusten toimenkuvaan niin selvästi kuin ennen. Tällaiset jutut eroavat niin selkeästi muusta aineistosta, että oma kategoria on paikallaan.

Äänestykset ovat yksi sanomalehtien tavoista ottaa lukijat mukaan lehdentekoon ja sitä paitsi ne takaavat juttuja myös tulevaisuuteen, sillä äänestyksen tuloksia on helppo hyödyntää uusissa jutuissa. Äänestysjutuissa esitellään yleensä äänestyksen tulokset ja saatetaan julkaista muutama lukijoiden perusteluista.

Muut lehdet näkyvät muun muassa erilaisten huhujen kautta. Niitä ei näe suomalaisissa lehdissä läheskään niin paljon kuin Etelä-Euroopan urheilulehdissä. Yleensä nämä huhut ovatkin peräisin juuri näistä lehdistä, jonka suomalaislehdet kyllä auliisti kertovat. Huhujen julkaisu pitää lehden mukana uutiskilpailussa ja lähteen mainitseminen kertoo, että tieto ei ole kuitenkaan varma. Tämä epävarmuuden takia asiaa jäädään seuraamaan, ja siitä saadaan uutisia jatkossakin. Toinen yleinen tapa käyttää muita lehtiä on julkaista niiden kommentteja suomalaispelaajien otteista. Näiden ulkomaalaisten lehtien jutut nähdään ikään kuin puolueettomina lausuntoina, joten suomalaislehdet koostavat niistä jutun. Näin yksi jalkapallo-ottelu saadaan elämään lehden sivuilla parin kolmen päivän ajan. Monet jutut saattavat olla peräisin muista lehdistä, mutta tähän kategoriaan olen laskenut vain ne, joissa alkuperäinen lähde on tuotu nimeltä mainiten esille.

Välitetyt ominaisuudet:

Sapluuna on terminä peräisin Seppo Pänkäläiseltä. Hän tarkoitti sillä tapaa, jolla sanomalehdet tyypillisesti käsittelevät palloilusarjojen otteluita. Sapluuna on kaavamainen tapa erottaa ottelut toisistaan. Sapluunaan kuuluu muun muassa

ottelutapahtumien lyhyt kuvailu, ratkaisijoiden etsiminen, valmentajien kommentit, tuomariryöskentelyn arviointi sekä katsaukset tulevaisuuteen.

Olen laajentanut sapluunan käsitteen kaikkiin tyypillisiin urheiluselostuksiin. Kaikki jutut, joissa käydään läpi kilpailun kulku sekä kysytään osallistujien lyhyet kommentit, ovat sapluunajuttuja. Edelleen olen sijoittanut sapluunajuttuihin vakiopalstat. Tällaisia ovat muun muassa suomalaispelaajien otteista NHL:ssä tai Euroopan jalkapalloliigoista tehdyt koostejutut. Jotkut sähköjututkin sijoittuvat sapluuna-kategoriaan, mikäli niissä on kuvailtu kilpailutapahtumia ja referoitu urheilijaa. Lyhyesti sanottuna kutsun sapluunaksi sellaisia juttuja, joissa urheilutapahtuman kuvailu on kaavamaisista ja joihin mahdollisesti liittyvissä haastatteluissa puhutaan vain ja ainoastaan samaisesta tapahtumasta. Tietyllä kaavalla tehdyt ennakot ovat sapluunajuttuja, kuten myös erilaiset pelaaja-arvioinnit arvosanoista IS-tähtiin.

Uutinen ei sähköissä välttämättä eroa paljonkaan sapluunasta. Myös tyypillinen uutissähkö on kaavamainen, sillä se kertoo asiat pelkistetyksi mutta selkeästi. Erona sapluunaan on se, että uutiset eivät välttämättä käsittele mitään urheilutapahtumaa, vaan mitä tahansa urheiluun liittyvää. Suurin osa lehdissä olevista sähköistä on nimenomaan näitä pikku-uutisia ja toisaalta lähes kaikki pidemmät jutut sijoittuivat muihin kategorioihin kuin uutisiin, vaikka jutussa olisikin uutinen.

Vetovihjeitä julkaistaan nykyään lähes joka päivä, sillä vedonlyönnin suosio on kasvanut jatkuvasti ja yhä useampia kohteita on tullut mukaan. Vetovihjeet on helppo tunnistaa, sillä ne on erotettu muusta aineistosta samaan tilaan vetolistojen kanssa. Tulkitseen vetovihjeet välitetyksi ominaisuudeksi, vaikka niiden kirjoittamisessa onkin toimittajalla tärkeä rooli. Perusteluna tähän on se, että vedonlyöntijutut ovat täysin riippuvaisia otteluista ja ne ovat usein lehden kannalta pakollista ja mahdollisesti ulkopuolelta ostettavaa aineistoa. Lisäksi vedonlyönnin todennäköisyyksien laskeminen on matematiikkaa, eikä jutun kirjoittajan persoonalla tai mielipiteillä ole niin väliä.

Tuloslistoissa ei ole yleensä lainkaan varsinaista toimituksellista panosta, vaan ne välitetään lehteen järjestäjien toimittamista listoista tai muusta valmiista materiaalista sellaisenaan. Usea laji huomioidaan vain mainintana tulospörssissä. Tuloslistoja löytyy lähes jokaisesta sanomalehdestä ja ne ovat kysyttyä materiaalia lukijoiden keskuudessa.

Taulukko 9: Juttujen jakautuminen tyylin mukaan

	IS		TS		Yhteensä	
	kpl	%	kpl	%	kpl	%
Välitetyt	346	74 %	472	91 %	818	83 %
	346	100 %	472	100 %	818	100 %
Haastattelu	59	17 %	70	15 %	129	16 %
Toimittajan kommentit	10	3 %	4	1 %	14	2 %
Havainnointi	0	0 %	1	0 %	1	0 %
Sankari	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Opastus	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Äänestys	4	1 %	0	0 %	4	0 %
Muut lehdet	13	4 %	4	1 %	17	2 %
Sapluuna	84	24 %	224	47 %	308	38 %
Utinen	142	41 %	135	29 %	277	34 %
Vetovihjeet	19	5 %	13	3 %	32	4 %
Tuloslistat	15	4 %	21	4 %	36	4 %
Tuotetut	119	26 %	46	9 %	165	17 %
	119	100 %	46	100 %	165	100 %
Haastattelu	72	61 %	28	61 %	100	61 %
Toimittajan kommentit	18	15 %	2	4 %	20	12 %
Havainnointi	9	8 %	5	11 %	14	8 %
Sankari	3	3 %	1	2 %	4	2 %
Opastus	0	0 %	5	11 %	5	3 %
Äänestys	1	1 %	0	0 %	1	1 %
Muut lehdet	5	4 %	1	2 %	6	4 %
Sapluuna	1	1 %	1	2 %	2	1 %
Utinen	10	8 %	3	7 %	13	8 %
Vetovihjeet	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Tuloslistat	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Yhteensä	465	100 %	518	100 %	983	100 %
	465	100 %	518	100 %	983	100 %
Haastattelu	131	28 %	98	19 %	229	23 %
Toimittajan kommentit	28	6 %	6	1 %	34	3 %
Havainnointi	9	2 %	6	1 %	15	2 %
Sankari	3	1 %	1	0 %	4	0 %
Opastus	0	0 %	5	1 %	5	1 %
Äänestys	5	1 %	0	0 %	5	1 %
Muut lehdet	18	4 %	5	1 %	23	2 %
Sapluuna	85	18 %	225	43 %	310	32 %
Utinen	152	33 %	138	27 %	290	30 %
Vetovihjeet	19	4 %	13	3 %	32	3 %
Tuloslistat	15	3 %	21	4 %	36	4 %

Väitteet urheilujournalismin kaavamaisuudesta näyttävät aineiston perusteella osuvan oikeaan, sillä lähes kolmannes jutuista oli kirjoitettu tyypillisellä urheilujournalismin sapluunalla. Turun Sanomissa niiden osuus oli peräti 43 prosenttia ja Ilta-Sanomissakin 18 prosenttia. Sähkeitä ja muita uutisjuttuja oli molemmissa lehdissä noin 30 prosenttia.

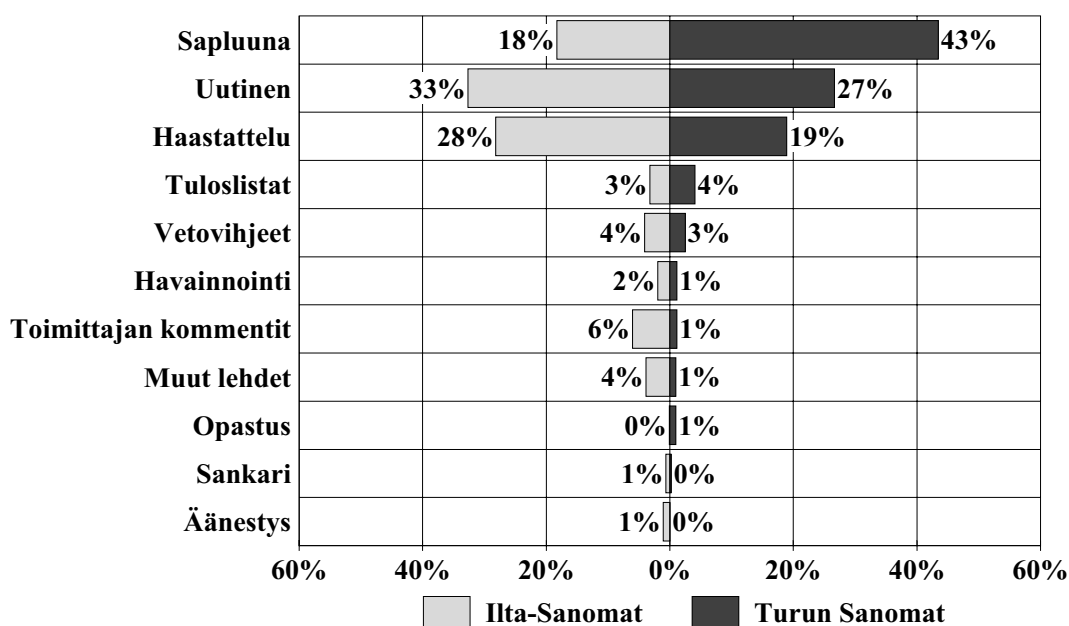
Turun Sanomien suurta sapluunajuttujen määrää selittää varmasti se, että se uutisoi urheilutapahtumat tuoreeltaan heti kilpailujen jälkeen. Tapahtumia ei varsinaisesti

analysoida, vaan ne kuvaillaan ja uutiseksi riittää ratkaisun raportoiminen ja voittajan nimi. Ilta-Sanomat voi puolestaan valita syvennettävät juttunsa ja siten se voi hoitaa kilpailun uutisoinnin esimerkiksi voittajan haastattelun avulla. Lisäksi Turun Sanomilla on enemmän katettavia lajeja ja useat pienempien lajien kilpailut kuvaillaan nimenomaan sapluunajutuilla.

Tuotettuja juttuja tarkastellessa haastattelujen merkitys oman aineiston hankinnassa tulee selvästi esille. Molemmissa lehdissä valtaosa tuotetuista jutuista on nimenomaan haastatteluja. Suurin osa näistä haastatteluista on erilaisia henkilöhaastatteluja kiinnostavista urheiluihmisistä. Esimerkiksi tällaisesta käy Turun Sanomien juttusarja, jossa haastatellaan vanhoja palloilutähtiä.

Kiinnostava huomio on se, että Ilta-Sanomissa suurin osa haastatteluista on tuotetuissa jutuissa, kun Turun Sanomissa haastattelut ovat yleisemmin välitetyissä jutuissa. Tämän voi tulkita johtuvan siitä, että Ilta-Sanomissa haastattelut ovat usein henkilöhaastatteluja ja Turun Sanomissa johonkin tapahtumaan tai uutiseen liittyviä asiahaastatteluja. Toimittajien kommentit jakautuivat sekä tuotettuihin että välitettyihin juttuihin. Ilta-Sanomien toimittajat olivat innokkaampia kommentoimaan kuin Turun Sanomien.

Kuvio 7: Lehtien juttutyylit erot



Muiden lehtien artikkeleihin perustuneet jutut olivat lähes poikkeuksetta välitettyjä, sillä niissä käsiteltiin yleensä tavallista tulosurheilua. Sapluunajutut olivat odotetusti välitettyjä, vaikka tästä oli kaksi poikkeusta. Toinen näistä jutuista kertoi kumparelaskukilpailusta ja siihen osallistuneista suomalaislaskijoista. Näiden haastattelu oli kuitenkin jätetty murreasuun ja juttu oli muilta ominaisuuksiltaan tavallisuudesta poikkeava, vaikka siinä keskityttiin vain kyseisen kilpailun tapahtumiin.

Muut kohdat eivät tuo esille mitään uutta. Mielikuva tuloslistojen ja vetovihjeiden suhteellisen suuresta määrästä on sikäli oikea, että lähes jokaiseen lehteen mahtuu sellaisia. Karkeasti urheilusivujen voi sanoa koostuvan kolmentyyllisestä materiaalista: urheilun kaavamaisesta kuvailusta, haastatteluista ja erilaisista tulos- ja vedonlyöntilistoista.

7.8. Lajit

Olen laskenut urheilusivuilla esiintyvät lajit nähdäkseni kuinka yksipuolista huippu-urheilu on ja saavatko marginaalisemmat lajit ollenkaan julkisuutta. Tuottamisen kannalta asia on yksinkertainen, profiililajeista kertovissa jutuissa ovat välitetty ominaisuus, muissa tuotettu. Perusteluna tähän käyköön se, että profiililajeista tehdyt jutut kelpaavat ikään kuin sellaisinaan, kun muissa lajeissa pitää olla jokin koukku, jolla lukija saadaan motivoitua lukemaan juttu. Profiililajit ovat molemmilla lehdillä formula 1 ja jääkiekko. Lisäksi olen erotellut taulukkoon isot lajit, joita ovat hiihto, jalkapallo, ralli ja yleisurheilu. Lehdissä oli paljon juttuja, joissa käsiteltiin useampia lajeja. Nämä jutut on laskettu muut jutut -kategoriaan.

Jalkapallosta oli eniten juttuja, mutta en ole laskenut sitä sittenkään lehtien profiililajiksi. Koska jalkapalloa pelataan ympäri vuoden ja ympäri maailman, siitä tulee tasaisesti uutisia. Uutisoinnin määrä ei näin mielestäni kerro lukijoitten erityisestä kiinnostuksesta lajia kohtaan, vaan pikemminkin jalkapallon asemasta maailman harrastetuimpana urheilulajina. Profiililajit puolestaan ovat lajeja, jotka ovat suomalaisessa lehdistössä erityisseurannassa, nimenomaan lehtiä myyvinä ja lukijoita kiinnostavina aiheina.

Taulukko 10: Juttujen jakautuminen urheilulajin mukaan

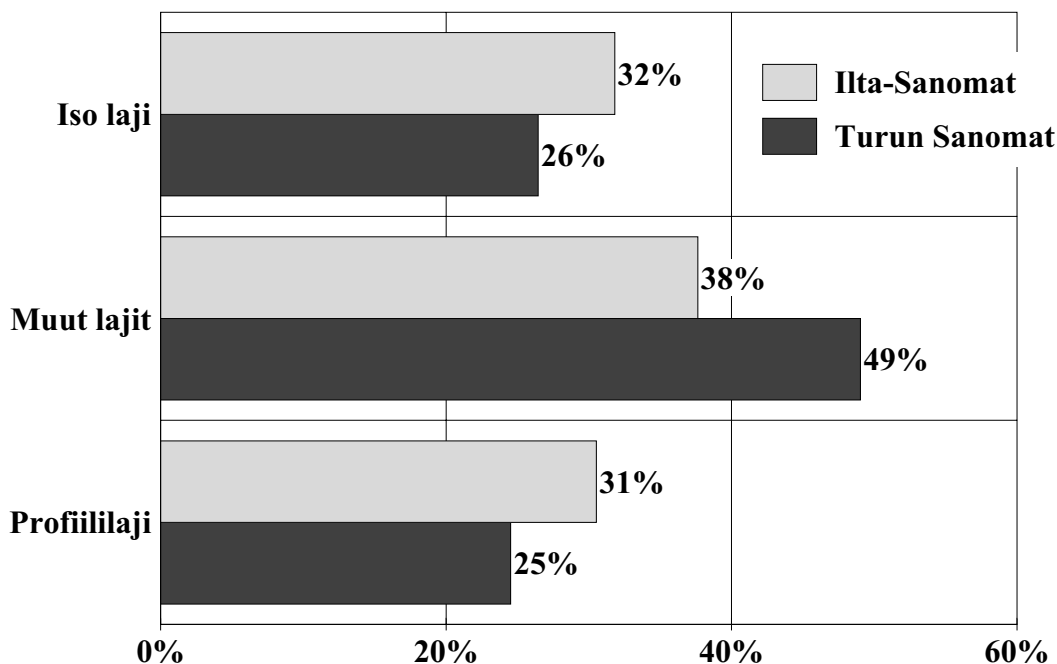
	IS		TS		Yhteensä	
	kpl	%	kpl	%	kpl	%
Välitetyt	346	74 %	472	91 %	818	83 %
	346	100 %	472	100 %	818	100 %
Isot lajit	111	32 %	128	27 %	239	29 %
Muut lajit	131	38 %	224	47 %	355	43 %
Profiililajit	104	30 %	120	25 %	224	27 %
Tuotetut	119	26 %	46	9 %	165	17 %
	119	100 %	46	100 %	165	100 %
Isot lajit	37	31 %	9	20 %	46	28 %
Muut lajit	44	37 %	30	65 %	74	45 %
Profiililajit	38	32 %	7	15 %	45	27 %
Yhteensä	465	100 %	518	100 %	983	100 %
	465	100 %	518	100 %	983	100 %
Isot lajit	148	32 %	137	26 %	285	29 %
Muut lajit	175	38 %	254	49 %	429	44 %
Profiililajit	142	31 %	127	25 %	269	27 %

Profiililajien osuus ei kohonnut odotusten vastaisesti erityisen suuresti. Toki formulat ja jääkiekko ovat seuratumpien lajien joukossa, mutta Ilta-Sanomissakin niiden yhteenlaskettu osuus jää hieman yli 30 prosenttiin. Neljää isoa lajia seurataan molemmissa lehdissä yhtä tarkasti kuin kahta profiililajia. Muut lajit ovat kuitenkin suurin yksittäinen ryhmä. Tämän ryhmän sisällä on kuitenkin huomioitava, että Turun Sanomien lajivalikoima on laajempi. Tarkka jako eri lajeihin on nähtävissä tutkimuksen liitteissä.

Jako tuotettuihin ja välitettyihin juttuihin ei tämän rakenneosan kohdalla paljasta kovin paljon uutta. Suurin osa Turun Sanomien tuotetuista jutuista käsittelee muita lajeja kuin profiililajeja ja myös Ilta-Sanomien kertoo toisinaan pienemmistä lajeista tuotetuissa jutuissaan. Tästä esimerkkinä käy vaikkapa darts-juttu, jossa suomalaisheittäjät kertovat lajistaan.

Taulukko osoittaa sen, että mistä tahansa lajista voidaan tehdä sekä tuotettuja että välitettyjä juttuja. Turun Sanomissa profiililajit ovat verrattaen harvinaisia tuotetuissa jutuissa, jonka voisi tulkita viittaavan siihen, että näistä lajeista kertovat jutut ovat useimmiten tyypillistä uutismateriaalia. Profiililajien kohdalla Turun Sanomat siis näyttäisi ennemminkin madaltamaan uutiskynnystä kuin varsinaisesti tuottamaan aineistoa.

Kuvio 8: Lehtien erot urheilulajien painotuksessa



Profiililajeista on helppo saada välitettävää materiaalia, sillä uutiskynnys on matala ihmisten kiinnostuksen takia. Toisaalta myös tuottaminen on helpompaa, sillä ihmiset tietävät lajista, joka mahdollistaa asiantuntevampien juttujen tekemisen.

7.9. Urheilun taso

Urheilujournalismi on huippu-urheilupainotteista. Kuntourheilu on helppo erottaa kilpaurheilusta, johon huippu-urheilukin kuuluu. Kuntourheilu on eroteltu sanomalehdissäkin useimmiten liikuntasivuiksi, joita ei edes välttämättä julkaista urheilun yhteydessä. Tosin esimerkiksi Turun Sanomissa liikuntasivun tuottaa urheilutoimitus, ja se julkaistaan urheilun tunnuksen alla. Niinpä se on mukana tutkimusaineistossani, johon ei muuten juuri osunut kuntourheiluaiheita.

Kilpaurheilun ja huippu-urheilun erottaminen on jo vaikeampaa, sillä huippu-urheilu on oikeastaan vain kilpa-urheilun terävin kärki. Molemmissa tulokset ratkaisevat ja kaikki yrittävät voittaa. On vaikea lähteä vetämään rajoja esimerkiksi rahamääriin. Niinpä olen tulkinnut kaikki kansainvälisen tason tapahtumat huippu-urheiluksi. SM-tason urheilukilpailut ovat myös lähes poikkeuksetta huippu-urheilua. Nyrkkisääntönä voisi

pitää urheilun ammattimaisuutta eli jos jutussa esiintyvät urheilijat ovat ammattilaisia, juttu käsittelee huippu-urheilua. Toisaalta esimerkiksi jääkiekon Mestis aiheuttaa tulkintavaikeuksia. Se ei ole SM-tason kilpailu, eivätkä kaikki pelaajat siinä ole ammattilaisia. Silti se huomattavasti kokonaisvaltaisempaa urheilua osallistujilleen kuin eräiden muiden lajien SM-sarjat. Mestis-otteluiden kuvaukset olen sijoittanut kilpaurheiluun.

Kansainvälisten kisojen lisäksi olen sijoittanut huippu-urheiluksi jääkiekon SM-liigan ja jalkapallon Veikkausliigan sekä koripallon, lentopallon, pesäpallon, käsipallon sekä salibandyn SM-sarjat. Yksilölajeista huippu-urheilua ovat sellaisten lajien SM-kisat, joiden taso on kansainvälisesti vertailukelpoinen. Hyvänä esimerkkinä tällaisesta lajista voisivat käydä esimerkiksi suunnistus ja keilailu.

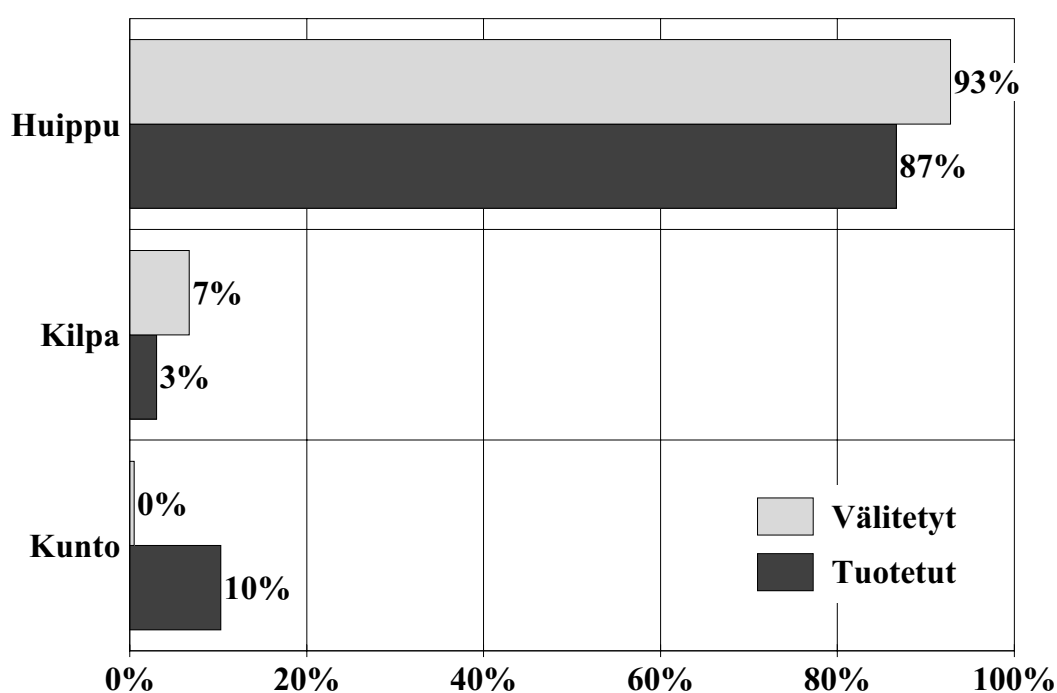
Taulukko 11: Juttujen jakautuminen urheilun tason mukaan

	IS		TS		Yhteensä	
	kpl	%	kpl	%	kpl	%
Välitetyt	346	74 %	472	91 %	818	83 %
	346	100 %	472	100 %	818	100 %
Huippu	338	98 %	421	89 %	759	93 %
Kilpa	8	2 %	47	10 %	55	7 %
Kunto	0	0 %	4	1 %	4	0 %
Tuotetut	119	26 %	46	9 %	165	17 %
	119	100 %	46	100 %	165	100 %
Huippu	112	94 %	31	67 %	143	87 %
Kilpa	4	3 %	1	2 %	5	3 %
Kunto	3	3 %	14	30 %	17	10 %
Yhteensä	465	100 %	518	100 %	983	100 %
	465	100 %	518	100 %	983	100 %
Huippu	450	97 %	452	87 %	902	92 %
Kilpa	12	3 %	48	9 %	60	6 %
Kunto	3	1 %	18	3 %	21	2 %

Huippu-urheilun valta-asema on selkeä etenkin Ilta-Sanomissa, jossa oli yhteensä vain 15 juttua kilpa- tai kuntourheilusta. Turun Sanomien kilpaurheilujutuista tyypillisimpiä olivat turkulaisjoukkueiden otteista palloilusarjojen otteluissa kertovat jutut, jotka on noteerattu paikallisia kiinnostavina. Turun Sanomien liikuntasivut kuuluvat lehdessä urheilutoimituksen vastuulle, joten ne ovat mukana tutkimuksessa. Niinpä kuntourheilujuttujakin oli mukana parikymmentä.

Kuntourheilua käsittelevät olivat paria kuntoilutapahtumasta kertovaa uutista lukuun ottamatta tuotettuja juttuja. Ilta-Sanomat ei siis huomionnut kunto- tai kilpaurheilua kuin poikkeustapauksissa. Yksi tällainen juttu oli Jari Litmasen Sini-siskon haastattelu. Sini Litmasen joukkueen koripallo-ottelun kuvaus oli kainalojuttuna. Juttu edustaa Ilta-Sanomien tyypillistä tapaa tuottaa juttuja, sillä se on vahvasti henkilöivä ja tuo ihannoidun huippu-urheilijan hieman lähemmäksi tavallista lukijaa tällä kertaa siis suvun kautta. Jari Litmasen peliä on vaikea päästä katsomaan paikan päälle, mutta samanlaista peliälyä esittävä Sini Litmanen sen sijaan on nähtävissä.

Kuvio 9: Välitettyjen ja tuotettujen juttujen jakautuminen urheilun tason mukaan



Merkille pantavaa on se, että suurin osa kilpaurheilujutuista oli välitettyjä. Näistä hieman pienemmistä urheilutapahtumista raportoidaan siis tuloskeskeisesti ja urheilusuorituksiin keskittyen. Edellä esiteltyt kaltaiset alasarjan koripallo-otteluiden kuvaukset ovat todella harvinaisia, ja tässäkin tapauksessa kiinnike huippu-urheiluun oli siis olemassa. Huippu-urheilu antaa paremmat mahdollisuudet juttujen tuottamiseen kuin kilpaurheilu, sillä järjestelmä on valtavine rahamäärineen monimutkaisempi ja ääriarajoille viedyistä suorituksista on helpompi löytää moniselitteisiä ja kiinnostavia tulkintoja. Toinen vaihtoehto on tietenkin tehdä juttuja kuntourheilusta, mutta tätä nykyä nämä jutut löytyvät yleensä liikunnan alta, eikä urheilun.

7.10. Uutinen

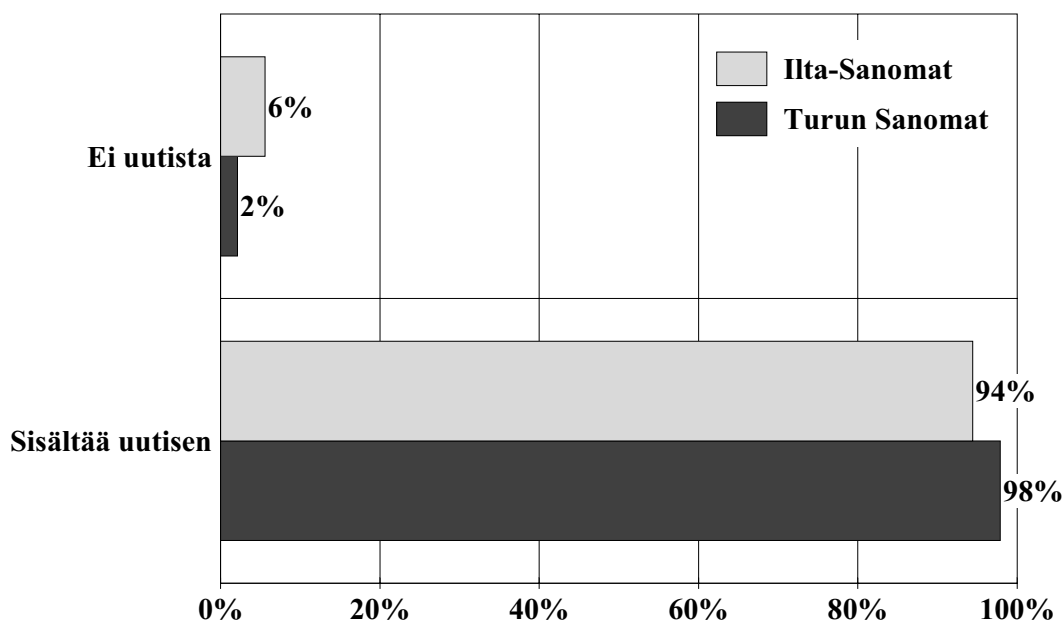
Viimeinen tarkastelemani rakenneosa on se, onko jutussa uutista. Jonkinlainen uusi asia eli uutinen voi olla niin feature-jutussa kuin sähkeessäkin. Uutisiksi olen tulkinnut kaikki sellaiset asiat, jotka jutussa esitetään lukijalle uusina ja jotka ovat yleensä tapahtuneet hiljattain. Uutinen on myös jutun tekijän tai haastatellun näkökulma johonkin ajankohtaiseen aiheeseen. Tutkimuksessa olen pitänyt uutisen sisällyttämistä juttuun välitettynä ominaisuutena ja uutisettomuutta tuotettuna ominaisuutena.

Taulukko 12: Juttujen jakautuminen sen mukaan, onko jutussa uutinen

	IS		TS		Yhteensä	
	kpl	%	kpl	%	kpl	%
Välitetyt	346	74 %	472	91 %	818	83 %
	346	100 %	472	100 %	818	100 %
Ei uutista	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Sisältää uutisen	346	100 %	472	100 %	818	100 %
Tuotetut	119	26 %	46	9 %	165	17 %
	119	100 %	46	100 %	165	100 %
Ei uutista	26	22 %	11	24 %	37	22 %
Sisältää uutisen	93	78 %	35	76 %	128	78 %
Yhteensä	465	100 %	518	100 %	983	100 %
	465	100 %	518	100 %	983	100 %
Ei uutista	26	6 %	11	2 %	37	4 %
Sisältää uutisen	439	94 %	507	98 %	946	96 %

Selkeästi suurin osa jutuista sisältää odotusten mukaisesti uutisen. Uutinen on siis tulkittu melko väljästi eli esimerkiksi kaikki jotakin ajankohtaista urheilutapahtumaa käsitelleet jutut sisältävät uutisen, sillä vaikka niissä ei enää kerrottaisikaan tuloksia, niin ainakin niissä tuodaan uusia näkökulmia ja kommentteja esiin.

Kuvio 10: Uutisen sisältyminen lehtien juttuihin



Turun Sanomien uutisluonne tulee esille tässäkin luokassa. Lehden reilusta viidestäsadasta jutusta vain 11 ei sisältänyt uutista ja näistäkin osa oli Liikuntasivujen kuntoiluohjeita. Lisäksi Turun Sanomissa oli haastattelusarjoja, jossa haastateltiin karismaattisia turkulaisia urheilullegendoja ilman, että heistä olisi ollut mitään uutisoitavaa. Molemmissa lehdissä kaikki uutiset juttu sijoittuvat tuotettuihin juttuihin. Tämä johtuu siitä, että jo yksistään uutisen määritelmä pitää sisällään vaatimuksen ajankohtaisuudesta. Uutiset juttu sijoittuvat siten vastaavasti ajattomia, jolloin ne sijoittuvat lähes väistämättä tuotettujen juttujen joukkoon.

8. Päivittäisseurantaa ja omia ideoita

Kymmenen rakenneosaa osoittautuivat osin päällekkäisiksi, mutta uskon niiden silti ajaneen asiansa sekä kokonaisuutena että yksittäisinä tarkasteluina. Menetelmän osoittamat tuotetut jutut olivat poikkeuksetta juuri sellaisia, mitä tuotetun jutun käsitteellä hain. Vedän seuraavassa yhteen muutamia havaintoja molempien tutkimuksessa olevien lehtien urheilujournalismista sekä tavoista tuottaa urheiluaineistoa.

Urheilutoimitusten esimiehet tuntevat hyvin lehtensä, sillä aineistosta nousi esiin monia haastatteluissa mainittuja asioita. Molemmilla lehdillä oli myös juttujen hankinnassa ja juttuaiheiden valinnassa oma linjansa, joka osuu hyvin yksin niiden myyntitavan ja kohdeyleisön kanssa. Esittelen seuraavassa lyhyesti molempien lehtien linjan ja sen miten nämä valinnat näkyvät eri tilanteissa.

Ilta-Sanomat

- Urheilu-uutisten virrasta poimitaan mielenkiintoisimmat aiheet, joita kehitellään aktiivisesti
- Ei kilpaile uutisten tuoreudella, vaan uusilla ja lukijoita kiinnostavilla viittauksilla väljästi ajankohtaisiin aiheisiin
- Henkilöi juttunsa voimakkaasti
- Keskittyy muutamaaan urheilulajiin ja vain huippu-urheiluun

Turun Sanomat

- Seuraa kaikkia alueen suuria urheilutapahtumia
- On ensisijaisesti uutislehti, joka uutisoi tapahtumat tuoreeltaan
- Tapahtumat ja niiden kuvailu keskeisessä asemassa
- Liikunta-sivut urheilutoimituksen vastuulla
- Lajivalikoima laaja ja myös huippu-urheilun ulkopuolelle jäävästä kilpaurheilusta tehdään juttuja paikallisia kiinnostavana
- Erilaiset juttusarjat, joissa usein myös ajattomampia aiheita

Tavoitteenani oli lisäksi etsiä lehdistä tapoja, joilla ne turvaavat aineiston saannin hiljaisina uutispäivinä. Näitä tapoja on useampiakin, mutta ne voidaan tiivistää kahteen perusstrategiaan.

1. Uutiskynnyksen madaltaminen
2. Varsinainen oman aineiston tuottaminen

Turun Sanomat turvautuu tutkimuksen perusteella useimmiten tapaan 1 ja Ilta-Sanomat tapaan 2. Uutiskynnyksen madaltamisesta käyvät esimerkiksi sellaiset formulajutut kauden ulkopuolella, joissa ei ole mitään todellista uutisoitavaa tai alasarjojen otteluselostukset. En väitä, etteivätkö tällaiset jutut kiinnostaisi lehden lukijoita, mutta kiireisimpinä urheilupäivinä ne jäävät varmasti vähälle huomiolle. Toisaalta julkaisemalla näitä juttuja silloin tällöin lukijoiden kiinnostus pysyy yllä kyseisiä aiheita kohtaan.

Varsinaiseen oman aineiston tuottamiseen on monta tapaa. Suosituimmaksi tavaksi osoittautuivat henkilöhaastattelut. Suomessa on lukuisia karismaattisia urheilutähtiä, joista joku on aina ajankohtainen. Kun tähän vielä lisätään ulkomaat, niin ainakaan haastateltavien puutteeseen urheilujournalismi ei kaadu.

Muut tavat eivät olleet ainakaan tässä aineistossa kovin yleisiä ja esimerkiksi urheilun ulkopuolisten näkökulmien esiintymistä olisin odottanut enemmän. Ehkä urheilu on tarpeeksi jännittävää sellaisenaan, eikä siitä tarvitse tehdä enää itseään suurempaa. Tarvetta nationalistiseen kirjoitteluun ei ole enää 80 vuotta itsenäistymisen jälkeen, eikä maakuntahenkikään välttämättä ole enää niin vahvaa kuin takavuosina.

Molemmissa lehdissä tunnutaan tietävän, mitä lukijat niiden urheilujournalismilta odottavat. Yleisvaikutelma lehdistä on valitun linjan mukainen. Tuotettuja juttuja on enemmän Ilta-Sanomissa, mutta tämä johtuu juuri lehtien erilaisesta linjasta. Tarvittaessa molemmat pystyvät tuottamaan omaan linjaansa sopivaa aineistoa.

Tämän työn alussa pohdiskelin urheilujournalismin merkitystä urheilulle sekä sitä seuraavalle yleisölle. Tiedonvälitysteknologian kehityksen myötä eri osastot ja

toimitukset eroavat entistä selvemmin omiksi kokonaisuuksikseen, kun uutiset voidaan suunnata yhä tarkemmin juuri oikealle kohderyhmälle.

Urheilulla ei varmasti tule olemaan hädän päivää kiinnostuneen yleisön saamisessa, mutta urheilujournalismi joutuu mukautumaan yhä eriytyneemmän kohdeyleisön tarpeisiin. Erikoistuminen tuo varmasti myös lisää tilaa ja aikaa urheiluaiheille, mutta tässä pätee sama ongelma kuin muussakin journalismissa. Tarvitaan tarpeeksi laadukasta aineistoa tilan täyttämiseksi ja riittävästi osaavaa työvoimaa juttujen toteuttamiseen. Tämän tutkimuksen perusteella näyttää siltä, että urheilujournalismilla ei ole vaikeuksia aineiston hankkimisessa. Urheilussa tapahtuu aina, sillä vaikka ei kilpailtaisikaan, niin urheilun ympärille muodostuneesta järjestelmästä riittää aina kerrottavaa. Urheilu kiinnostaa ihmisiä jo sinällään, eikä siitä tarvitse tekemällä tehdä draamaa.

Voi silti olla niin, että urheilutoimituksissa on pulaa tietynlaisesta aineistosta. Normaalista tulosurheilusta on helppo kirjoittaa ja monet lukijat haluavat lukea nimenomaan siitä. Tämän rinnalle kaivataan kuitenkin syvällisempiä juttuja. Niiden tekeminen on haastavampaa kuin otteluselostusten, mutta parhaassa tapauksessa ne onnistuvat houkuttelemaan lehdelle uusia lukijoita. Uudet ja tuoreet näkökulmat estävät sitä paitsi vanhoja lukijoita kyllästymästä.

En kuitenkaan lähde tekemään laadullista erottelua tulosjournalismin ja niin sanottujen tuotettujen juttujen välille. Tulosjournalismi on hyvin suosittua ja ottelukuvauksen voi kirjoittaa monella tavalla. Uusiin olosuhteisiin pitää kuitenkin mukautua. Yksi esimerkki tästä on doping-kirjoittelu. Nykyään toimittajat uutisoivat doping-asioista journalistisesti laadukkaammin kuin ennen, jolloin asioista valettiin.

Yksi tutkimuskysymyksistäni oli, onko urheilujournalismi tiedon tuottamista vai välittämistä. Suurimmalta osaltaan se lienee yhä tiedon välitystä, eli tulosjournalismia, mutta viitteitä juttujen aktiivisesta tuottamisestakin on. Osaltaan tämä riippuu lehden valitsemasta linjasta. Turun Sanomat keskittyy hoitamaan tiedonvälitystehtävänsä myös urheilun saralla mahdollisimman hyvin, kun Ilta-Sanomat kilpailee kirjoittamalla kiinnostaviksi näkemistään ajankohtaisista aiheista. Molemmat lehdet saattavat nostaa esiin omia aiheitaan ja näkökulmia, mutta tavallisempaa tämä on Ilta-Sanomissa, joka ei voi kilpaile uutisten tuoreudella.

Jonkinlaisia merkkejä siitä, että tulosjournalismi olisi sanomalehdissä tulossa tiensä päähän on havaittavissa. Vielä on kuitenkin aikaista sanoa, minkälaisilla jutuilla se korvaantuu, sillä urheilu tuskin katoaa lehtien sivuilta kokonaan. Tuotetun jutun käsitteellä olen yrittänyt löytää muutamia vaihtoehtoisia tapoja urheilujournalismin tekemiseen.

LÄHDELUETTELO

- Heinilä, Kalevi Huippu-urheilu & yhteiskunta, Jyväskylän kesä r.y. Jyväskylä 1973.
- Hemánus, Pertti Urheilujournalismi ja huippu-urheilu: Heijastussuhde vai symbiosi. Artikkeliteoksessa Liikuntaviestintä. Jyväskylän yliopiston liikuntasuunnittelun laitos. Opetusmonisteita No 9. Jyväskylä 1983.
- Hemánus, Pertti Urheilutiedottaminen, ristiriitojen kasauma. Artikkeliteoksessa Liikunta & Tiede –lehdessä 1/1985.
- Hemánus, Pertti & Tervonen, Ilkka Totuuksista utopioihin: journalismin, muun todellisuuden ja yleisön suhteesta. Otava. Helsinki 1986.
- Hemánus, Pertti Johdatusta tiedotusoppiin I: Viestinnän ja joukkotiedotuksen perusteet. Yliopistopaino. Helsinki 1989.
- Hemánus, Pertti Johdatusta tiedotusoppiin II: Journalistiikan perusteet. Yliopistopaino. Helsinki 1990.
- Karvonen, Erkki Imagologia: Imagon teorioiden esittelyä, analyysiä, kritiikkiä. Tampereen yliopisto. Tampere 1997.
- Koljonen, Kari Asiamiesten selostuksista ammattilaisten analyysiin. Helsingin Sanomien urheilujournalismi vuosina 1973-1998. Tampereen yliopistopaino Oy. Tampere 2000.
- Kunelius Risto Viestinnän vallassa: johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin. WSOY. Helsinki 1998.
- Kärkkäinen, Pekka Suomalaisen liikuntakulttuurin kehityslinjoja. Teoksessa Näin suomalaiset liikkuvat. Valtion painatuskeskus. Helsinki 1986.
- Möttölä, Matias Vuoden ympäri pelkkää koripalloa. Artikkeliteoksessa Journalisti-lehdessä 8.3. 2002.

- Nieminen, Sami Kysynnän ja tarjonnan kohtaaminen sanomalehti Keski-suomalaisen urheilusivuilla. Journalistiikan pro gradu –tutkielma, Viestintätieteiden laitos. Jyväskylä 1994.
- Nurmela, Kari A. Urheilujournalismin todellisuus. Artikkelit Liikunta ja Tiede –lehdessä 1/1985.
- Orjala, Jaana Omaksi ja maakunnan hyväksi – alueellisten ykköslehtien levikkialuetta yhdistävä ja puolustava sisältö ja alueellisuuden ehdot. Journalistiikan lisensiaattityö, Viestintätieteiden laitos. Jyväskylä 1995.
- Orjala, Jaana Alueelliset ykköslehdet 'meidän' asialla. Artikkelit Tiedotustutkimuksesta 2/1996
- Palomäki, Janne Vihreän veran verilöyly: jalkapallon metaforat Suomessa, Ruotsissa, Englannissa ja Espanjassa. Journalistiikan pro gradu –tutkielma, Viestintätieteiden laitos. Jyväskylä 2001.
- Pietilä, Veikko Joukkotiedotuksen perillemeno ja vaikutukset. Jyväskylä 1971.
- Pietilä, Veikko Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä. Vastapaino. Tampere 1997.
- Pänkäläinen, Seppo Urheilujournalismissa paljon mahdollisuuksia. Artikkelit Suomen Lehdissä 5/1997.
- Pänkäläinen, Seppo Suomalainen urheilujournalismi. Liikuntatieteellinen seura ry. Tampere 1998.

- Salokangas, Raimo Puoluepolitiikka ja uutisjournalismi muuttuvilla lehtimarkkinoilla. Suomen lehdistön historia (2). Kuopio 1987.
- Seppänen, Paavo Suomalainen liikuntakulttuuri – Mihin on tultu? Artikkelit Liikunta ja Tiede –lehdessä 1/1984.
- Sironen, Esa Kuka keksi sanan urheilu? Vastaus Tiede-lehden Kysy asiantuntijalta –palstalla 1/2002.
- Virtapohja, Kalle Se on siinä – tutkimus jääkiekon maailmanmestaruudesta ja urheilusankaruuden tuottamisesta. Lisensiaattityö, Viestintätieteiden laitos. Jyväskylä 1996.
- Virtapohja, Kalle Sankareiden salaisuudet. Atena. Saarijärvi 1998.
- Vuolle, Pauli Liikunnan joukkotiedotus maamme liikuntaviestinnän kentässä. Artikkelit teoksessa Liikuntaviestintä. Jyväskylän yliopiston liikuntasuunnittelun laitos. Opetusmonisteita No 9. Jyväskylä 1983.
- Haastattelut:
- Niemi, Juha Ilta-Sanomien urheilupäällikkö. 23.5. 2002.
- Virtapohja, Kalle Turun Sanomien urheilutoimituksen esimies. 3.5. 2002.

LIITE 1:

TURUN SANOMAT, Urheilutoimituksen esimies Kalle Virtapohja.
Sähköpostihaastattelu 3.5. 2002.

Rautarinta Erno:

Tässä muutama kysymys Turun Sanomien urheilusivuista graduani varten. Gradu käsittelee urheilu-uutisten tuottamista. Tuotetuilla jutuilla tarkoitan muun muassa hiljaisten uutispäivien aineistoa, jotka eivät viittaa suoraan mihinkään (urheilu)tapahtumaan.

Kysymykset olen jaotellut kolmeen kategoriaan. Ensimmäisen avulla yritän selvittää mikä on urheilusivujen pakollista aineistoa. Esimerkkinä pakollisesta aineistosta voisi monessa lehdessä käydä vaikka jääkiekon SM-liigaotteluiden kuvaukset.

Toisessa kysymyskategoriassa pureudun tarkemmin nimenomaan tuotettuihin juttuihin ja kolmannessa siihen kuvaan, mikä toimituksessa on lehden urheilusivujen lukijoista.

Virtapohja Kalle:

"Tuottaminen" on hieman ongelmallinen termi. Yleensä sitä kaikesti käytetään silloin, kun joku tuottaa sovittua sisältöä tai uutismateriaalia kaupallisen sopimuksen pohjalta sovittuun tilaan.

Mutta tässä sinun tarkoittamassasi merkityksessä sanon aluksi, että TS:n urheilusivuilla eletään melko tiukasti päivittäisten urheilutapahtumien rytmissä.

1. "Pakolliset" jutut

Rautarinta Erno:

Onko lehdellä erikseen määriteltyjä profiililajeja, joista kirjoitetaan enemmän kuin muista lajeista? Jos tällaisia lajeja on, mitkä ne ovat?

Virtapohja Kalle:

F1 ja jääkiekko ovat TS:n profiililajit. Yleisurheilu tulee sitten muiden suurten lajien kanssa. Keskimääräistä enemmän kirjoitamme myös aerobicista. Se johtuu siitä, että maan parhaat aerobiccaajat ovat keskittyneet Turkuun.

Rautarinta Erno:

Onko jotain tapahtumia joista on pakko kertoa? Mitkä tapahtumat ovat sellaisia, jotka huomioidaan jo etukäteen ennakkojutuina? Tapahtumalla tarkoitan tässä yhteydessä vaikkapa yksittäistä jääkiekon SM-liigaottelua tai jonkin lajin MM-kisoja.

Virtapohja Kalle:

Olympiakisat, MM- ja EM-jalkapallo, MM-jääkiekko, MM- ja EM-yleisurheilu, F1-kauden avaus, jääkiekon SM-liigan pudotuspelit ovat esimerkkejä tällaisista "tapahtumista".

Rautarinta Erno:

Onko olemassa sellaisia lajeja, joita seurataan ympäri vuoden, vaikka kilpatapahtumia ei olisikaan kuin osan vuotta? Pidetäänkö kiinnostusta yllä tietoisesti, vaikka laji olisi "tauolla"?

Virtapohja Kalle:

F1 ja jääkiekko ovat seurannassa käytännössä ympäri vuoden.

2. Tuotetut jutut

Rautarinta Erno:

Jääkö lehden urheilusivuille paljon tilaa edellisessä kategoriassa käsiteltyjen "pakollisten" juttujen jälkeen?

Virtapohja Kalle:

Urheiluosasto tekee kahden viikon välein Liikuntasivun, jolla käsitellään kuntoilua ja terveyttä ja yleensä liikuntaa muusta kuin kilpaurheilunäkökulmasta.

Urheilusivuille tehdään ajoittain juttuja myös pienemmistä lajeista. Olemme myös aloittaneet sarjan, jossa muistellaan vanhoja legendaarisia turkulaisia palloilijoita. Sarjan nimi on "Kupittaaan tähdet".

Rautarinta Erno:

Tehdäänkö ajattomia juttuja varastoon hiljaisten uutispäivien varalle?

Virtapohja Kalle:

Henkilöjuttuja ja kirjaesittelyjä voidaan tehdä "ajattomasti", mutta tarkoituksella ei jemmata mitään.

Rautarinta Erno:

a) Minkälaisia nämä ajattomat jutut yleensä ovat? (juttutyypit jne.)

Virtapohja Kalle:

Henkilöjutut, kirjaesittelyt, tulevien urheilun suurkilpailujen järjestelyt.

Rautarinta Erno:

b) Minkälaisina päivinä näitä varastoon tehtyjä juttuja yleensä käytetään?

Virtapohja Kalle:

Silloin kun urheilulle osoitetaan sivutilaa enemmän kuin osasto olisi varautunut päivän tarjonnan perusteella tekemään.

Rautarinta Erno:

Pitääkö kaikissa lehden urheilusivujen jutuissa olla selvästi erottuva uutinen?

Virtapohja Kalle:

Taustajutuissa ei välttämättä ole uutista.

Rautarinta Erno:

Kuinka nämä tuotetut jutut ideoidaan? Pitääkö toimitus palavereja hiljaisten päivien varalle tehtävien juttujen ideoinnissa vai ovatko jutut enemmän yksittäisten toimittajien oman ideoinnin tulosta?

Virtapohja Kalle:

Yhteisissä palavereissa saatetaan puhua näistä. Aika paljon ollaan yksittäisten toimittajien aktiivisuuden varassa.

3. Toimituksen mielikuva lukijoista

Rautarinta Erno:

Minkäläiseksi toimituksessa oletetaan urheilusivun lukijoiden tietotaso?

Virtapohja Kalle:

Vaihtelevaksi. Lajifriikit tietävät omista lajeistaan hämmästyttävän paljon.

Rautarinta Erno:

Kirjoitetaanko jutut sellaisille, jotka jo tietävät urheilusta vai yritetäänkö jutuilla saada urheiluun vihkiytymättömiä myös innostumaan?

Virtapohja Kalle:

Sekä että. Oma lähtökohtani on se, että useimpien juttujen tulisi avautua suurimmalle osalle lukijoista. Osa jutuista voidaan tehdä erikoisyleisölle: lajifriikeille.

Rautarinta Erno:

Minkäläiseksi toimitus uskoo urheilusivujen peruslukijan?

Virtapohja Kalle:

Peruslukija suhtautuu urheiluun myönteisesti. Mutta pääsääntöisesti ajattelen niin, että tennisjuttuja tehdään tennisharrastajille, jalkapallojuttuja futisfaneille ja pyöräilyjuttuja pyöräilystä kiinnostuneille. En siis kuvittele, että meillä olisi kovinkaan monta sellaista lukijaa, joka lukisi jokaisen urheiluosaston jutun lajista riippumatta.

Rautarinta Erno:

Kirjoitetaanko jutut lukijoiden mielipiteet ja kannatus huomioiden, esim. Suomen maajoukkueen tai Turun joukkueiden näkökulmasta?

Virtapohja Kalle:

Suomen ja Turun näkökulma on tärkeä - toisaalta kyse on siitä, että tällöin puhutellaan voimakkaasti omia lukijoita. Toisaalta tässä liikutaan välillisesti myös identiteetin rakentamisen alueella. TS rakentaa omaa vahvaa varsinaissuomalaista identiteettiä itselleen ja omille lukijoilleen kertomalla varsinaissuomalaisten urheilijoiden menestyksestä.

LIITE 2:

ILTA-SANOMAT, Urheilupäällikkö Juha Niemi. Sähköpostihaastattelu
23.5.2002.

Tässä muutama kysymys Ilta-Sanomien urheilusivuista graduani varten. Gradu käsittelee urheilu-uutisten tuottamista. Tuotetuilla jutuilla tarkoitan muun muassa hiljaisten uutispäivien aineistoa, jotka eivät viittaa suoraan mihinkään (urheilu)tapahtumaan.

Kysymykset olen jaotellut kolmeen kategoriaan. Ensimmäisen avulla yritän selvittää mikä on urheilusivujen pakollista aineistoa. Esimerkkinä pakollisesta aineistosta voisi monessa lehdessä käydä vaikka jääkiekon SM-liigaotteluiden kuvaukset.

Toisessa kysymyskategoriassa pureudun tarkemmin nimenomaan tuotettuihin juttuihin ja kolmannessa siihen kuvaan, mikä toimituksessa on lehden urheilusivujen lukijoista.

Lisäksi minulla on pari kysymystä Ilta-Sanomien päätöksestä siirtyä erilliseen urheiluliitteeseen.

1. "Pakolliset" jutut

Rautarinta Erno:

Onko lehdellä erikseen määriteltyjä profiililajeja, joista kirjoitetaan enemmän kuin muista lajeista? Jos tällaisia lajeja on, mitkä ne ovat?

Niemi Juha:

On. Suuremmista lajeista kirjoitetaan enemmän kuin pienistä. Suuruus määritellään esimerkiksi katsojamäärien (paikan päällä + televisiossa), harrastajamäärien, levinneisyyden, lajissa liikkuvan rahamäärän, yleisen näkyvyyden, tähtien karisman ja muiden mielikuva-asioiden varsin perstuntumaisella kombinaatiolla. Me kutsumme tätä kombinaatiota kiinnostavuudeksi.

Ilta-Sanomille suuria lajeja ovat kotimainen jääkiekko, jalkapalloilu, varsinkin eurooppalainen jalkapalloilu, nelipyöräinen moottoriurheilu (f1 ei välttämättä kylläkään säilytä asemaansa pitkään). Lisäksi suurkisat perinteisissä yleisurheilussa ja hiihtolajeissa (mäkihyppy, yhdistetty) noteerataan korkealle. Tiettyjen lajien valovoimaisimmat tähdet ovat myös profiilissamme: tennis, NBA-koripalloilu, NHL-kiekkailu... Olemme yrittäneet suhtautua kunnioituksella myös uusiin lumilautailuihin ja muihin sen kaltaisiin lajeihin.

Rautarinta Erno:

Onko jotain tapahtumia joista on pakko kertoa? Mitkä tapahtumat ovat sellaisia, jotka huomioidaan jo etukäteen ennakkojutuina? Tapahtumalla tarkoitan tässä yhteydessä vaikkapa yksittäistä jääkiekon SM-liigaottelua tai jonkin lajin MM-kisoja.

Niemi Juha:

Suuria ennakoita tehdään, kun jonkin lajin kausi alkaa esim jääkiekon sm-liiga, veikkausliiga, F1-kausi jne. Myös olympiakisojen ja Jääkiekon/jalkapallon MM-kisojen alla teemme ennakoita. Yksittäisiä sarjaotteluita ei ennakoida, ellei siihen ole jotain syytä.

Rautarinta Erno:

Onko olemassa sellaisia lajeja, joita seurataan ympäri vuoden, vaikka kilpatapahtumia ei olisikaan kuin osan vuotta? Pidetäänkö kiinnostusta yllä tietoisesti, vaikka laji olisi "tauolla"?

Niemi Juha:

Ei. Uutiset uutisoidaan, mutta mitään ei tehdä väkisin.

3. Tuotetut jutut

Rautarinta Erno:

Jääkö lehden urheilusivuille paljon tilaa edellisessä kategoriassa käsiteltyjen "pakollisten" juttujen jälkeen?

Niemi Juha:

Jää. Keskimäärin arvoisin puolet tilasta täytetään tapahtumista riippumattomilla tai niihin löysästi liittyvillä jutuilla.

Rautarinta Erno:

Tehdäänkö ajattomia juttuja varastoon hiljaisten uutispäivien varalle?

Niemi Juha:

Hyvin vähän. Lähinnä kyseeseen tulevat jutut, joiden valmistuminen vie pitkään ja jotka ovat täysin ajattomia, silloin niille voidaan suunnitella julkaisupäivä hamaan tulevaisuuteen.

Rautarinta Erno:

a) Minkälaisia nämä ajattomat jutut yleensä ovat? (juttutyypit jne.)

Niemi Juha:

Henkilöjutut ovat varmasti tyypillisimpiä.

Rautarinta Erno:

b) Minkälaisina päivinä näitä varastoon tehtyjä juttuja yleensä käytetään?

Niemi Juha:

Tietysti silloin kun tilaa on, eli hiljaisina urheilupäivinä. Joskus jätämme ajattomia juttuja lauontain lehteen. Se on kaksi päivää myynnissä joten perusjuttu tulosurheilusta ei siinä lehdessä toimi välttämättä kuten arkisin.

Rautarinta Erno:

Pitääkö kaikissa lehden urheilusivujen jutuissa olla selvästi erottuva uutinen?

Niemi Juha:

Ei. Meillä on myös henkilöjuttuja, analyysyjä, arvioita, taustoja...

Rautarinta Erno:

Kuinka nämä tuotetut jutut ideoidaan? Pitääkö toimitus palavereja hiljaisten päivien varalle tehtävien juttujen ideoinnissa vai ovatko jutut enemmän yksittäisten toimittajien oman ideoinnin tulosta?

Niemi Juha:

Ideoimme enemmänkin päivä kerrallaan. Meillä on päivittäin uutiskokous, jossa kaikkien osastojen aiheita ideoidaan. Urheilu pitää kerran viikossa palaverin.

Toki yksittäisten toimittajien älyväläykset ovat merkittävässä roolissa. Suuri osa ideoista syntyy meidän kahden urheilupäällikkömme keskinäisissä palavereissa.

3. Toimituksen mielikuva lukijoista

Rautarinta Erno:

Minkälaiseksi toimituksessa oletetaan urheilusivun lukijoiden tietotaso?

Niemi Juha:

Oletamme, että se vaihtelee päivittäin. Jalkapalloilusta ja jääkiekkoilusta (Formuloistakin) uskallamme tehdä juttuja, jotka vaativat lukijalta taustan tuntemista. Muissa lajeissa ei niinkään. Silti Kiekon/futiksen asiantuntevammattakin jutut pitää kirjoittaa siten, että asiaa tuntematonkin pystyy niistä innostumaan.

Rautarinta Erno:

Kirjoitetaanko jutut sellaisille, jotka jo tietävät urheilusta vai yritetäänkö jutuilla saada urheiluun vihkiytymättömiä myös innostumaan?

Niemi Juha:

Jutussa pitää olla aina jotain yleisesti kiinnostavaa. vrt edellinen vastaus.

Rautarinta Erno:

Minkälaiseksi toimitus uskoo urheilusivujen peruslukijan?

Juha Niemi:

Tätä on tutkittu. Meillä on kuva IS:n tyypillisestä lukijasta verrattuna esimerkiksi Iltalehden lukijaan. En ryhdy sitä kovin laajasti siteeraamaan, koska se on toimituksen sisäistä tietoa, mutta IS:n lukija on kaupunkilainen, keski-ikäinen, koulutettu ja urheilusta kiinnostunut.

Rautarinta Erno:

Kirjoitetaanko jutut lukijoiden mielipiteet ja kannatus huomioiden, esim. Suomen maajoukkueen näkökulmasta. Entä vaikuttaako se näkökulmaan, että suuri osa lehden lukijoista on pääkaupunkiseudulta?

Niemi Juha:

Tottakai urheiluun kuuluu maaotteluhenki. Me emme ole niin pitkällä (meillä ei ole sellaista kulttuuria) kuin Ruotsissa, jossa häpeilemättä laskettiin viime viikolla, kuinka Ruotsi voittaa jalkapalloilun MM-kultaa. Urheilussa ennustaminen on viihdettä, kannattaa muistaa että kyse on vain urheilusta.

Ilta-Sanomien erillinen urheiluliite:

Rautarinta Erno:

Minkä takia urheilusivut erotettiin erilliseksi liitteeksi?

Niemi Juha:

Urheilu saatiin riippumattomaksi peruslehden sivujaosta, se on helpompi heittää pois jos ei kiinnosta. Urheilun kehittäminen vaatii tilaa, koska lukijat eivät selvästikään ole valmiita siihen, että ottelutuloksista luovuttaisiin kokonaan. Jotta saataisiin kehitettyä urheilutoimittamista ja voitaisiin julkaista omia juttuja, tarvitaan tilaa.

Rautarinta Erno:

Mistä tulee luottamus siihen, että joka päivä saadaan liitteellinen urheilujuttuja?

Niemi Juha:

Tarpeeksi suuri organisaatio ja ennakkosuunnittelu. Urheilussa tapahtuu aina jotain. Maailma on täynnä tähtiä, jos Suomessa ei tapahdu mitään.

Rautarinta Erno:

Onko liite aina samankokoinen?

Niemi Juha:

Ei. Se on syyskuun 13 päivän jälkeen vaihdellut 12-28 sivun välillä. Normaalisti liite on 12-16 -sivuinen.

LIITE 3:

Tarkka jaottelu juttujen jakautumisesta urheilulajien mukaan (taulukko)

Urheilulaji	Hta-Sanomat			Turun Sanomat			Kaikki yhteensä
	tuotetut	välitetyt	yhteensä	tuotetut	välitetyt	yhteensä	
Alppihiihto	7	5	12	0	5	5	17
Ammunta	0	0	0	0	4	4	4
Ampumahiihto	0	1	1	0	7	7	8
Autourheilu	2	0	2	0	11	11	13
Baseball	0	0	0	0	1	1	1
Darts	2	1	3	0	0	0	3
Doping	4	1	5	3	2	5	10
Formula 1	3	34	37	3	36	39	76
Muut formulat	0	2	2	0	0	0	2
Golf	2	1	3	1	4	5	8
Hiihto	9	5	14	4	11	15	29
Jalkapallo	22	93	115	2	97	99	214
Jousiammunta	0	0	0	0	2	2	2
Judo	0	0	0	0	1	1	1
Jumppa	0	0	0	3	0	3	3
Juoksu	0	0	0	0	2	2	2
Jääkiekko	35	70	105	4	84	88	193
Jääpallo	0	1	1	0	0	0	1
Kaukalopallo	0	0	0	0	1	1	1
Keilailu	0	2	2	0	3	3	5
Koripallo	3	11	14	1	14	15	29
Kouluratsastus	0	0	0	0	1	1	1
Kriketti	0	1	1	0	0	0	1
Kumparelasku	0	2	2	3	3	6	8
Kuntojuoksu	0	0	0	1	2	3	3
Käsipallo	0	1	1	0	8	8	9
Kävely	0	0	0	0	1	1	1
Latinalaistanssit	0	0	0	0	1	1	1
Lentopallo	0	4	4	0	12	12	16
Liikunta	0	0	0	1	0	1	1
Lumikouru	0	0	0	0	1	1	1
Lumilautailu	0	1	1	0	0	0	1
Maahockey	0	1	1	0	0	0	1
Maastajuoksu	0	0	0	0	4	4	4
Maastopyöräily	0	0	0	0	2	2	2
Melonta	1	0	1	0	1	1	2
Miekkailu	0	0	0	0	1	1	1
Moottoripyöräily	0	2	2	0	7	7	9
Moottoriturheilu	0	2	2	0	0	0	2
Motocross	1	0	1	0	2	2	3
Mäkihyppy	3	7	10	2	7	9	19
Nyrkkeily	2	6	8	0	2	2	10
Olympialaiset	2	5	7	1	6	7	14
Paini	0	1	1	0	3	3	4
Pesäpallo	3	1	4	2	8	10	14
Purjehdus	0	1	1	0	2	2	3
Pyöräily	0	2	2	0	4	4	6
Pyöräsuunnistus	0	0	0	0	1	1	1
Ralli	4	6	10	1	4	5	15
Ratsastus	0	0	0	1	0	1	1
Ravit	0	11	11	0	17	17	28
Rullakiekko	0	0	0	0	2	2	2
Rullaluistelu	0	0	0	1	0	1	1
Rytm. voimistelu	0	0	0	0	1	1	1
Salibandy	0	1	1	0	8	8	9
Soutu	0	0	0	0	1	1	1

Squash	0	1	1	0	1	1	2
Suunnistus	0	0	0	4	8	12	12
Sähly	0	0	0	1	0	1	1
Taitoluistelu	0	0	0	0	1	1	1
Telinevoimistelu	0	0	0	1	4	5	5
Tennis	3	9	12	1	9	10	22
Triathlon	0	0	0	1	0	1	1
Uinti	2	0	2	1	1	2	4
Useita lajeja	7	46	53	1	30	31	84
Voimistelu	0	0	0	0	3	3	3
Yhdistetty	0	1	1	0	2	2	3
Yleisurheilu	2	7	9	2	16	18	27
Yhteensä	119	346	465	46	472	518	983