

**KISASTUDIOIDEN KARNEVAALITUNNELMA KOETUKSELLA**  
**Ylen ja C Moren Qatarin vuoden 2022 jalkapallon MM-kisojen television**  
**studiolähetyksiä vertaileva tutkimus**

Vesa Kortelainen

Liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkielma  
Liikuntatieteellinen tiedekunta  
Jyväskylän yliopisto  
Kevät 2024

## TIIVISTELMÄ

Kortelainen, V. 2024. Kisastudioiden karnevaalitunnelma koetuksella: Ylen ja C Moren Qatarin vuoden 2022 jalkapallon MM-kisojen television studiolähetyskiä vertaileva tutkimus. Liikuntatieteellinen tiedekunta, Jyväskylän yliopisto, Liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkielma, 118 s., 3 liitettä.

Mediaurheilun suosituimpien tuotteiden nousseiden lähetysoikeuskustannusten vuoksi urheilun megatapahtumien mediaoikeuksia jaetaan yhä useammin yleisradioyhtiöiden ja kaupallisten toimijoiden kesken. Toisin kuin kaupallisia medioita yleisradioyhtiöiden toimintaa ohjaavat lakiin kirjatut julkisen palvelun periaatteet. Tässä liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkielmassa tutkimuksen kohteena olivat Ylen ja kaupallisen C Moren television studiolähetykset Qatarin miesten jalkapallon MM-turnauksesta. Televisiourheilun ytimeltään aikaa kestäviä konventioita on tutkittu, mutta studio-ohjelmien sisältöjen määrällinen analysointi on ollut vähäistä. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää eroja ja yhtäläisyyksiä Ylen ja C Moren MM-jalkapallon studiolähetyksissä sekä tarkastella sitä, kuinka MM-studioiden sisällöt erosivat turnauksen alku- ja loppuvaiheen lähetysten välillä.

Tässä vertailevassa tutkimuksessa hyödynnettiin menetelmänä määrällistä sisällönanalyysia. Tarkasteltavia sisältömuuttujia olivat esitysmuoto, aihealue, henkilö- tai tilannelähde ja segmentin kesto. Analysoitu aineisto koostui 22 ottelun studiolähetyksistä, joista 12 nähtiin Ylen ja kymmenen C Moren televisioimana. Tutkielman teoreettisen perustan muodostivat megatapahtuman, mediatapahtuman ja mediaspektaakkelin keskenään läheiset käsitteet sekä mediaurheilun ja urheilujournalismin käsitteet. Teoreettinen viitekehys rakentui lisäksi jalkapallon MM-kisojen tapahtumaformaatin tarkastelusta ja Qatarin kisoihin liittyneiden kyseenalaisuuksien kertaamisesta. Teoriaosuudessa otettiin myös huomioon julkisen palvelun ja kaupallisten medioiden erilaiset toimintaperiaatteet. Televisiourheilun konventioita puolestaan käsiteltiin erityisesti MM-kisälähetysten sekä niiden studio-osuuksien kannalta relevanteista näkökulmista.

Tutkielman tulokset vastasivat pitkälti aiempaan kirjallisuuteen pohjautuneita ennako-odotuksia. Aihealueena ottelu, esitysmuotona studiokeskustelu ja henkilö- tai tilannelähteenä kisatiimi muodostivat vähintään suhteellisen enemmistön studiolähetysten sisällöstä kummallakin kanavalla. Ylen studioissa painottui kuitenkin journalistinen tyyli verrattuna viihdearvoille studio-show'nsa rakentaneeseen C Moreen. Ylellä politiikkaa ja kisojen taustoja käsiteltiin selvästi enemmän, vaikka ei C Moren studioissakaan tapahtuman yhteiskunnallisia ulottuvuuksia jätetty täysin huomiotta. Ylen studioissa kuultiin kirjavampaa joukkoa asiantuntijoita sekä urheilullisissa että yhteiskunnallisissa asioissa. Lisäksi merkkinä Ylen kulttuuria edistävästä tehtävästä sen lähetyksissä korostuivat aihealueina kishistoria sekä varsin perusteellinen taktiikan ja data-analytiikan käsittely. C Moren nopeatempoisempi ja henkilökeskeisempi studio-ohjelma luotti tähteyden vetovoimaan, mitä havainnollisti parhaiten verrattain selvästi suurempi pelaajiin ja valmentajiin keskittyneiden sisältöjen osuus lähetyksissä. Vaikka tapahtumakritiikkiä esiintyi MM-studioissa, oli niiden sisältö suurelta osin Fifan toiveiden mukaista. Televisio on kuitenkin osa tapahtuman tuotantokoneistoa ja sen tehtävään kuuluu MM-kisatuotteen myyminen katsojille. Yhteiskunnallisten aiheiden käsittely väheni odotetusti kummassakin studioissa turnauksen edetessä.

Asiasanat: urheiluohjelmat, urheilujournalismi, mediayhtiöt, vertaileva tutkimus, sisällönanalyysi, jalkapallo

## ABSTRACT

Kortelainen, V. 2024. The carnival spirit of the football studios compromised: A Comparative study of Yle and C More's studio broadcast coverage of the FIFA World Cup 2022 held in Qatar, Faculty of Sport and Health Sciences, University of Jyväskylä, Master's thesis in Social Sciences of Sport, 118 pp.. 3 appendices.

Due to the risen costs of the broadcasting rights of the most popular media sport products, sharing the broadcasting rights of sports mega events between public service broadcasters (PSBs) and commercial media companies has become more common. Unlike their commercial counterparts, PSBs are known to be bound by the statutory principles of public service. This master's thesis in social sciences of sport explored the broadcast coverage of the Qatar World Cup 2022 offered by the Finnish PSB Yle and a commercial subscription channel C More. While the conventions of television sport have been researched, few studies have aspired to analyze the content of sports studio programmes quantitatively. The aim here was to discover similarities and differences between Yle and C More's World Cup studio coverage as well as to find out how the coverage changed during the tournament.

A comparative research design was utilized using quantitative content analysis as a method with presentation form, topic, person speaking, and segment length used as the main variables. The sample analyzed included the studio broadcasts of 22 matches – 12 of which were broadcasted by Yle and 10 by C More. The theoretical foundations of the study were laid on the closely linked concepts of mega event, media event, and media spectacle together with the concepts of media sport and sports journalism. Furthermore, the theoretical framework included discussing the event format of the FIFA World Cup and recalling the main controversies that surrounded the tournament hosted by Qatar. In addition, the differences in the ways public service and commercial media function were considered, and the conventions of television sports were appraised with special attention given to the discursive practices in display in the World Cup studio.

The findings of this study were in most part consistent with the expectations based on the existing literature. Within their respective variables, the match itself, in-studio discussions, and the members of the studio team filled at least relative majority of the studio time on both channels. However, Yle's coverage was more journalistically orientated, whereas C More built its coverage more clearly on entertainment values. Yle owed much of its coverage to the sociopolitical issues, as opposed to C More that did not completely ignore such issues in its coverage either. More diverse set of expert voices was heard in Yle's studio regarding both football and social issues. Additionally, Yle's broadcasts were interpreted to seek to fulfill the essential culture advancing purpose of the public service with a prominent amount of coverage of the World Cup history and the tactics and statistics of the game. In contrast, C More's more fast-paced studio show relied upon personalities and the lure of stardom, which was best highlighted in the comparatively significant proportion of coverage dedicated to individual athletes. Regardless of the criticism the event received in the World Cup studios, the coverage analyzed largely adhered to FIFA's wishes. After all, television participates in producing the event and selling the World Cup product is part of its role. As anticipated, the amount of studio coverage dedicated to social issues decreased on both channels as the competition advanced.

Key words: sports programmes, sports journalism, media companies, comparative research, content analysis, football

## KÄYTETYT LYHENTEET

ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland, Saksan paikallisten yleisradioyhtiöiden yhteistyöorganisaatio
BBC	British Broadcasting Corporation, Britannian julkinen yleisradioyhtiö
EBU	European Broadcast Union, Euroopan yleisradiounioni
ESPN	Entertainment and Sports Programming Network, yhdysvaltalainen urheilukanava
FIFA	Fédération internationale de football association, kansainvälinen jalkapalloliitto
GCC	Gulf Cooperation Council, Persianlahden yhteistyöneuvosto
HBS	Host Broadcast Services, MM-kisojen televisioinnista vastaava isäntälähetysorganisaatio
ISL	International Sport and Leisure, sveitsiläinen urheilumarkkinointiyhtiö
ITV	Independent Television, brittiläinen kaupallinen televisiokanava
KOK	Kansainvälinen olympiakomitea
QIA	Qatar Investment Authority, Qatarin valtion investointiyhtiö
SVT	Sveriges Television, Ruotsin yleisradioyhtiö
UEFA	The Union of European Football Associations, Euroopan jalkapalloliitto
VAR	Video assistant referee, videoerotuomari/videotarkistusjärjestelmä
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen, saksalainen julkisen palvelun televisioyhtiö

# SISÄLLYS

## TIIVISTELMÄ

## ABSTRACT

1 JOHDANTO.....	1
2 JÄNNITYS TIIVISTYÄ – KESKEISET KÄSITTEET .....	9
2.1 Megatapahtuma, mediatapahtuma ja mediaspektaakkeli .....	9
2.2 Mediaurheilu.....	13
2.3 Urheilujournalismi.....	16
3 TARJOLLA SANKARIN VIITTAÄ JA KONNAN KAAPUA – KANSAINVÄLISESSÄ JALKAPALLOSSA MORAALI JÄTKÄNUT PAITSIOSSA MARKKINAVOIMIEN MYLLYTYKSEN YLTYESSÄ.....	20
3.1 Jalkapallon MM-kisojen evoluutio suurstadionien uumenista ylenpalttiseksi mediaspektaakkeli.....	20
3.2 Fifan pelisuunnitelman toteuttaminen edellyttää kisaisännältä kovia otteita .....	29
3.3 Qatarilaisen spektaakkelin kääntöpuoli .....	35
4 LAJIN VAATIMUKSET MUUTOKSESSA – SUOMALAISEN TV-TOIMINNAN KEHITYS .....	44
4.1 Kulttuuris-moraaliset periaatteet saaneet tehdä tilaa taloudellis-kaupallisille näkökulmille .....	44
4.2 MTV:n omistussuhteet, Ylen toiminnan erityislaatu ja urheilutapahtumien mediapolitiikka .....	49
5 TV:N TEKIJÖIDEN PELIN PERIAATTEET – JALKAPALLON MM- KISÄLÄHETYSTEN FORMAATTI .....	54
5.1 Televisiourheilussa yhdistyvät draama, viihde ja journalismi.....	54
5.2 Kisastudion suljettu maailma .....	59
5.3 Ylen ja C Moren studiokokoonpanot ja taktiikat MM-turnauksessa.....	65
6 OTTELUSTRATEGISET VALINNAT – TUTKIMUKSEN METODOLOGIA .....	68
6.1 Aineiston rajaaminen.....	68

6.2	Tutkimusmenetelmät .....	69
6.3	Tulosten esittämistä varten yhdistetyt sisältöluokat .....	76
7	TULOKSET .....	78
7.1	Ylen ja C Moren MM-kisastudioiden ominaispiirteet.....	78
7.1.1	Aineiston jakautuminen: C Moren lähetyksissä nopeampi tempo ja pidemmät jälkistudiot .....	78
7.1.2	Esitysmuodot: dialogin dominanssia .....	79
7.1.3	Aihealueet: C Moren putkikatse Ronaldossa, Ylellä laveammat kehykset .....	82
7.1.4	Henkilö- ja tilannelähteet: vakiokasvot tutuiksi .....	85
7.2	Studiosisällöt kisojen alku- ja loppuvaiheessa: pallo lumoa ja yhteiskunnalliset näkökulmat väistyvät.....	87
7.3	Yhteenveto sisällönanalyysin annista .....	91
8	JÄLKISPEKULAATIO .....	93
8.1	Tulosten pohdinta .....	93
8.2	Tutkimuksen arviointi .....	98
8.3	Jatkotutkimusehdotukset .....	101
	LÄHTEET .....	104
	LIITTEET	
	Liite 1: Aineistoluettelo – ottelut, joiden studiolähetykset analysoitiin tutkimuksessa.	
	Liite 2: Luokitusrunko – muuttujien ja sisältöluokkien koodit.	
	Liite 3: Muuttujien E–G sisältöluokkien kuvaukset.	

# 1 JOHDANTO

Noin 1,5 miljardia katsojaa ympäri maailman seurasi suorana Lusailin stadionilla Qatarissa joulukuussa 2022 pelattua Argentiinan ja Ranskan välistä jalkapallon MM-finaalia (FIFA 2023c). Qatarin järjestämä MM-turnaus veti puoleensa megatapahtumille tyypillisen massiivisen yleisön, vaikka kisoja voidaan pitää toistaiseksi kyseenalaisimpana urheilun megatapahtumana niiden järjestämisen taloudellisten ja inhimillisten kustannusten sekä kisaisännän valintaprosessin hämäryyden ja koko hankkeen suuruudenhulluuden perusteella. Qataria ei tunneta maailmalla urheilukulttuuristaan, mutta piskuisen Persianlahden valtion on arvioitu käyttäneen MM-kisavalmisteluihin noin 220 miljardia dollaria. Summa on aiempien urheilun megatapahtumien kustannuksiin nähden aivan omissa sfäreissään. Esimerkiksi Venäjän isännöimien vuoden 2018 MM-kisojen hinta ylittyi yli 15-kertaisesti. (Ks. Craig 2022.)

Äänekkään kritiikin kohteena olleiden kisojen katselu maistui kuitenkin myös kesällä jalkapallon arvokisoja seuraamaan tottuneille suomalaisille. MM-jalkapallolähetyksiä löytyi sekä Yleisradion (Yle) että MTV:n vuoden 2022 katsotuimpien ohjelmien joukosta. Ylen televisioima loppuottelu tavoitti parhaimmillaan lähes 2,3 miljoonaa katsojaa ja lähetyksen keskikatsojamääräkin ylitti 1,5 miljoonan silmäparin rajapyökin. Vuonna 2022 tv-ohjelmien katsojamäärissä edelle ylsivät vain Leijonien jatkoaikavoittoon päättynyt jääkiekon miesten MM-finaali, Linnan juhlat ja niiden lomaan sijoittunut uutislähetys sekä sunnuntaiaamuinen Pekingin olympialaisten miesten viestihiihto. (Ks. Finnpanel 2023a; 2023b.)

Qatarin kisat olivat ensimmäinen jalkapallon arvoturnaus, joiden lähetysvastuu ei ollut Suomessa yksin Ylen harteilla, kun MTV televisioi noin kolmanneksen kisojen otteluista. Tämän tutkielman polttopisteessä onkin julkisen palvelun median ja kaupallisen median urheilun mediaesitysten yhtäläisyydet ja erot, kun keskitytään vertailemaan Ylen ja MTV:n kanssa saman konsernin alle kuuluneen C Moren MM-kisojen studiolähetysten sisältöä. Maksullisella C Morella nähtiin samat studiolähetykset kuin MTV:llä, mutta hieman kattavammin ilman mainoskatkoja.

Liikunnan yhteiskuntatieteissä tutkielma paikantuu urheilun ja median erityisalueelle. Vertailevalle tutkimusintressille sekä televisiolähetysiin ja niiden studio-osuuksiin keskittymiselle on vankat perustelut. Vertaileva tutkimusintressi selittyy, kun tiedostaa, että urheilun mediaesitykset ovat useiden voimien muovaamia. Niiden sisältöön vaikuttavat paitsi mediatuotannon

konventiot ja tekniikat myös laajempi poliittinen ja taloudellinen konteksti, jossa ne syntyvät. (Ks. Kinkema & Harris 1998, 28.) Huolellisesti suunnitellut mediaesitykset ovat kulttuuriteollisuuden tuotteita. Ne sisältävät aina jonkin näkökulman maailmaan ja tuottavat siten todellisuutta sekä rakentavat sitä ideologisesti. Mediaesitysten sisältöön – siihen millaiset representaatiot ja diskurssit pääsevät julkisuuteen – vaikuttaa mediatuotannon omistus ja rahoitus. (Nieminen & Pantti 2012, 67, 103–104.) Täten julkisin varoin rahoitettavan Ylen ja kaupallisen C Moren MM-kisalähetysten mediaesitysten vertailu näyttäytyi oivallisena tutkimuskohteena.

Televisiolähetysten tutkimisen arvo perustuu television merkitykseen urheilun megatapahtumien välittäjänä. Mediatapahtumien seuraaminen on pirstaloitunut yhä useammalle ruudulle, ja verkkoyhteisöpalvelut ovat tuoneet mukanaan edellytykset aiempaa yksilöidympiin katselukokemuksiin sekä mahdollistaneet katsojien osallistumisen lähetyksiin. Verkkoyhteisöpalvelujen sisällöt ja lähetyksiin osallistuminen ankkuroituvat kuitenkin televisiolähetykseen, mikä on vain vahvistanut television valta-asemaa ensisijaisena urheilun megatapahtumien kokemisen välineenä. (Ks. Hutchins & Sanderson 2017; Salomaa 2019, 70–71.) Juuri televisio pitää koossa stadioneilta olohuoneisiin, julkisiin tiloihin ja kuppiloihin hajautuneen urheiluspektaakkelin (Whannel 2005, 413–415). Television määritelmää voi aiheellisesti kysyä, mutta tässä tutkielmassa tarkastellaan televisiolähetysten sisältöä, jolloin ei ole relevanttia takertua siihen, millaiselta näyttöpäätteeltä ja missä seurassa televisio-ohjelmaa katsotaan.

MM-kisalähetysten tarkastelun rajaaminen studio-osuuksiin perustui sille olettamukselle, että nimenomaan itse tapahtumaa eli ottelua ympäröivässä ohjelmaosuudessa televisioyhtiöllä on mahdollisuus kehystää ja tulkita tapahtumaa haluamallansa tavalla sekä kilpailla toistaan vastaan tapahtuman perusteellisemmassa käsittelyssä (ks. Dayan & Katz 1992, 101–103). Jalakapallon MM-kisalähetyksissä kansallisen televisioyhtiön edellytykset lisätä tapahtumaan oma narratiivikerroksensa ovat kenties parhaimmillaan studio-osuuksissa, vaikka myös globaaliin televisiokuvaan kiinnittyvissä otteluselostuksissa narratiivin muovaamista tapahtuu. Tällöin voidaan puhua glocalisoinnista, jolla tarkoitetaan tapahtuman merkityksellistämistä uudelleen liittämällä siihen kotimaisessa kontekstissa tuttuja paikallisia kulttuurisia resursseja. (Ks. Salomaa 2017.)

Oman lisämielenkiintonsa Qatarin MM-kisojen studiolähetysten tutkimiseen toi tapahtumaan yhdistettyjen räikeiden yhteiskunnallisten epäkohtien ja television mediatapahtumien lähettämässä apostoliseksi muotoutuneen roolin välinen jännite. Televisio ei vain raportoi



tapahtumasta, vaan osallistuu aktiivisesti sen esittämiseen usein järjestäjän toivomalla tavalla tapahtuman hengelle ja merkitykselle uskollisena, jolloin journalismin arvojen mukaisille kyy-nisen kriittisille, neutraaleille ja objektiivisuuteen pyrkiville tulkinnoille ei jää tilaa. (Ks. Dayan & Katz 1992, 7–8, 89–92.)

Tutkimusaiheen valikoitumiseen vaikutti erityisesti kolme seikkaa. Ensimmäinen näistä oli se, että yleisradioyhtiön ja kaupallisen median kisastudioiden sisältöjen vertaileminen muodostaa tutkimusaiheen, jolla on merkittävää uutuusarvoa. Kotimaisen urheilujournalismin tutkimus on painottunut printtimedian sisältöihin, ja audiovisuaalisia aineistoja hyödyntäneissä tutkimuk-sissa on toistaiseksi keskitytty urheilun uutisohjelmiin. Urheilulähetysten studio-osuuksien tar-kastelu on ollut tutkimusmielessä suomalaisittain vähäistä. Lisäksi urheilun megatapahtumien kallistuneiden lähetysosuuksien jakaminen yleisradioyhtiöiden ja kaupallisten medioiden kes-ken on yleistynyt, minkä mukanaan tuomat vertailujen mahdollisuudet on noteerattu (Laine 2022, 27), mutta sellaiset vertailevat tutkimukset olivat vielä toteuttamatta. Oli siis olemassa tutkimuksen mentävä aukko, jota pyrittiin Ylen ja C Moren MM-jalkapallolähetysten studio-osuuksia tarkastelemalla täyttämään.

Toisekseen tutkimusaiheen valintaa ohjasi mahdollisuus, joka syntyi graduntekoprosessin ajoit-tumisesta siten, että MM-studioiden analysointi onnistui, kun kisalähetykset olivat katseltavissa sekä Yle Arenassa että C Moren suoratoistopalvelussa pitkälle vuoden 2023 lopulle saakka. Graduntekoa käynnisteltiin kisojen alla syksyllä 2022 ja alkuperäinen ajatus oli lähestyä aihetta enemmänkin urheilupesu- ja pehmeä valta -tematiikan kautta, mutta pian kisalähetyksiä jonkin verran katseltua tällaisen tarkastelun todettiin vaativan erilaista aineistoa tai ainakin menetel-mällisesti toisenlaista lähestymistapaa. Edellä kuvattu tutkimusaukko oli kuitenkin jo paikan-nettu ja aineiston osalta haluttiin pitäytyä tv-lähetyksissä. Lisäksi Ylen ja C Moren studioiden erot olivat silmiinpistäviä, mikä kirvoitti keskustelua lounaspöydissä ja innoitti ylittämään tä-män arkihavainnon systemaattisen tieteellisen prosessin välityksellä.

Kolmas kisastudioiden vertailun pariin ajanut syy oli tietenkin kirjoittajan oma tausta ikäänsä nähden pitkäaikaisena urheilujournalismin ja urheilulähetysten kuluttajana sekä kiinnostus me-gatapahtumia ja eritoten jalkapallon MM-kisoja kohtaan niin viihtymisen näkökulmasta kuin tutkimuksellisesti. Harri Heinonen (2005, 53) kirjoittaa suomalaisten Everton-fanien mielen-maisemaan sukeltavassa väitöskirjassaan jalkapallon seuraamiseen liittyvästä regressiivisyy-destä. Kieltämättä arvokisoja seurattaessa mieleen nousevat poikkeuksetta lapsuuden kesälomat,

joihin kansainvälisten jalkapalloturnausten seuraaminen ja tv:ssä nähdyn mallailu pallokentällä erottamattomasti kuuluivat. Heinosen (2005, 53) kuvailema ”nostalginen kaipuu lapsuuden onnen maahan” lienee tuttu tunne monelle MM-kisojen katsojalle. Kovatasoinen kilpailu ja urheiludraama jaksoivat vetää puoleensa, vaikka lisääntynyt tietoisuus jalkapallomaailman kielteisistä ilmiöistä ja suomalaisnäkökulmasta vuoden pimeimpään aikaan aavikolla mitelty MM-turnaus olivat omiaan nakertamaan kisojen seuraamisen tyyppillisesti tuottamia hyviä tunteita.

Joka tapauksessa jalkapallon MM-kisat mediatapahtumana ja urheilun megatapahtumana ovat ihmisille keino ajan jäsentämiseen niin henkilökohtaisella kuin yhteisöllisellä tasolla. Ne tarjoavat sukupolvien rajat ylittäviä yhteisiä kokemuksia, kollektiivisia muistoja ja kiinnittymäkohtia ajassa. (Dayan & Katz 1992, 211–213; Roche 2000, 222–223.) Näiden tapahtumien tarjoamat erityiset urheiluhetket ovat muistoissa pitkäikäisiä kulttuurisen pääoman rakennusaineita, joita lakkaamatta kierrätetään ja uusinnetaan ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa ja mediassa (Horne ym. 2012, 234; Whannel 2002, 53). Juuri media on rajapinta, jossa urheilutapahtuman tila ja aika, kansan muisti, urheilupääoman uusintaminen sekä yleisön nautinto kohtaavat (Whannel 2002, 53). Kaikki eivät kuitenkaan ole kiinnostuneita tästä urheilusta juontuvasta kulttuurisesta pääomasta (Whannel 2014, 775), vaikka globaalina ja runsaasti mediahuomiota keräävänä kulttuurimuotona jalkapallon toistetuimmat kohokohdat saavuttavat suurella todennäköisyydellä myös asiaan välinpitämättömämmin suhtautuvien verkkokalvot (Kolamo 2014a, 229).

Jalkapalloon vihkiytyneet tahot puolestaan jakavat intressin lajin tärkeydestä, ja jalkapalloläheyykset täyttyvät lajipuheesta, jolla ei tunnu laajemmassa katsannossa olevan suurta merkitystä (Whannel 2014, 775). Umberto Eco (1985) perin kriittisessä näkemyksessä tällainen puhe edustaa urheilusta jutustelua tai pikemminkin urheilujutustelusta jutustelua, jota hän katsoo nykyisen urheilun ennen kaikkea olevan. Kun urheilemisen aktia seuraa yleisö, on urheilu korotettu toiseen potenssiin, joka puolestaan synnyttää kolmanteen potenssiin korotetun urheilun – nähdyn urheilun diskurssin. Eco mukaan kolmanteen potenssiin korotettua urheilua eli nähdyn urheilun diskurssia harjoittaa pääosin urheilulehdistö. Urheilulehdistöä käsittelevä diskurssi puolestaan korottaa urheilun potenssiin *n*. Se on siis diskurssia diskurssista, joka koskee muiden urheilun näkemistä diskurssina. Tällainen urheilusta jutteleminen on sisällöltään triviaalia ja luonteeltaan demokraattista, poliittisen keskustelun parodiaa ja korviketta. (Eco 1985, 203–207, 212–213.)

Urheilusta jutustelu voi mahdollisesta sisällöllisestä toissijaisuudestaan huolimatta olla moni-  
muotoistuneen yhteiskunnan kiinteyden ylläpidon kannalta merkityksellistä. Joukkoviestinten  
välittämät suuret urheilutapahtumat kuvaavat yhteistä todellisuutta, johon ihmisten huomio kes-  
kittyy. (Ks. Kunelius 2003, 184–186.) Olisi kuitenkin naiivia nähdä urheilun megatapahtumat  
vain harmittomina kansalaisia yhdistävinä kiintopisteinä. Jalkapallon MM-kisojen kaltaisessa  
tapahtumassa mediavälitteiset yhteiset kokemukset asettuvat osaksi kollektiivista muistia, jo-  
hon Fifa pyrkii tapahtuman huolellisen etukäteissuunnittelun avulla jättämään mieleisensä jäl-  
jen valtansa lujittamiseksi (Kolamo 2014a). Samalla, kun urheiluun perustava speaktaakeli  
viihdyttää ja vangitsee inspiroivine pilkahduksineen ihmisten kyvystä ylittää mahdottomana  
pidetty, se kätkee taakseen todellisuuden, jossa valtaapitävien väärinteot uhkaavat jäädä notee-  
raamatta ja tuomitsematta (Whannel 2002, 216). Televisio on määräävässä asemassa, kun kyse  
on siitä, millaista kuvaa urheilusta ja sen arvoista välitetään (Whannel 1992, 193). Tätä taustaa  
vasten urheilusta jutustelua pullollaan olevien studiolähetysten tarkastelulla on paikkansa lii-  
kunnan yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa.

Tutkielmassa hyödynnetty tutkimuskirjallisuus on varsin monialaista, mikä on mediaurheilun  
ja megatapahtumien tutkimuksessa enemmänkin sääntö kuin poikkeus. Tutkittavaa aihetta taustoi-  
tetaan yhteiskuntatieteellisesti laaja-alaisesti tapaussidonnaisia yksityiskohtia unohtamatta.  
Kirjallisuuskatsauksessa yhdistyvät historialliset ja sosiologiset näkökulmat, minkä lisäksi siinä  
korostuvat ainakin media- ja kulttuurintutkimus sekä viestinnän piiriin sijoittuva tieteellinen  
kirjallisuus. Tutkimusmenetelmällisesti ja aiheeltaan aiemmissa samankaltaisissa tutkimuk-  
sissa on ollut aineistoina saksalaisten yleisradioyhtiöiden jalkapallon arvokisalähetystyksiä (ks.  
Horky 2011; Horky ym. 2020).

Jalkapallon MM-kisastudioihin on kotimaisessa tieteellisessä tutkimuksessa kurkistettu, mutta  
urheilujournalististen sisältöjen tarkastelun sijaan aihetta on lähestytty hieman toisenlaisesta  
kulmasta. Elina Salomaa (2019) on median ja katsojan välisiin suhteisiin keskittyneen artikke-  
liväitöskirjansa yhteydessä käyttänyt aineistona myös Ylen MM-studioita Brasilian vuoden  
2014 miesten kisoissa. Näkökulma on kuitenkin ollut television ja tuolloisen Twitterin kohtaai-  
misen mahdollistamissa sosiaalisissa toiminnoissa. (Salomaa 2019.) Sami Kolamo (2014a) on  
puolestaan perehtynyt vallan toimintalogiikkaan Etelä-Afrikan MM-kisoissa väitöskirjassaan  
*FIFAn valtapeli*, jossa myös television rooli ja kisastudion tapahtumat ovat olleet seikkaperäi-  
sen tarkastelun kohteena. Kolamon tutkimustyöstä Fifan, jalkapallon MM-kisojen ja mediaur-  
heilun parissa (ks. esim. Kolamo 2018; Kolamo & Levä 2022; Kolamo & Vuolteenaho 2013)

on muutenkin jäänyt vahva jälki tämän työn sisältöön. Hän on kirjoittanut lisäksi Qatarin kisojen taustoista viittauskäytännöiltään populaarimman kirjan *Riistopallon MM-kisat Qatarissa* (Kolamo 2022). Samaiset kisat ovat kiinnostaneet myös Ylen kisojen aikaista Urheiluruutuutisointia tutkinutta liikunnan yhteiskuntatieteiden ja journalistiikan kaksoisgradun tekijää (Politi 2023).

Urheilujournalismin kansallisessa tutkimuksessa on kunnostautunut Antti Laine (ks. esim. 2011; 2023a; 2023b), jonka lukuisat tuotokset ovat osoittautuneet tämän gradun kannalta hyödyllisiksi sekä kirjallisuuskatsauksen kasaamisessa että tutkimusmetodologian kehittämisessä. Tätä tutkielmaa on ollut lisäksi hyvä rakentaa paitsi urheilujournalismia myös ennen kaikkea laajemmin media- ja televisiourheilua koskevan kansainvälisen tieteellisen kirjallisuuden perustalle (ks. esim. Blain ym. 1993; Boyle 2006; Goldlust 1987; Hutchins & Rowe 2012; Rowe 2003, 2011; Wenner 1989, 1998a), jonka kirjoittajina ovat usein erottuneet samat nimet. Erityisen suuresti tutkielmassa näkyy kuitenkin mediakulttuurin kiemuroihin ja televisiourheilun historiaan paneutuneen Garry Whannelin (ks. esim. 1992, 2002) teosten vaikutus.

Kotimaisista maisteritason opinnäytetöistä löytyy joitain maininnanarvoisia tutkimuskohteensa puolesta tämän työn kanssa samansuuntaisia tutkielmia. Risto-Matti Kärki (2012) on tutkinut Ylen ja MTV3:n urheilu-uutisten eroja ja yhtäläisyyksiä. Elina Partio (2013) on puolestaan syventynyt Ylen kisastudion kehitysprosessiin Lontoon olympialaisissa. MTV3:n jääkiekon MM-kisoihin 2013 rakentamaa mediakonseptia on taas analysoinut Riku Teiskonlahti (2015). Liikunnan yhteiskuntatieteiden pääaineessa valmistuneista tutkielmista mainittakoon Arttu Ketolan (2020) tekemä maksukanavilta urheilua seuraavien kuluttajien profiilia, katsomisen motiiveja ja urheilulähetyksen sisältöön liittyviä arvostuksia selvittänyt kyselytutkimus sekä Sanni Hartikaisen (2022) markkinointia yhdistänyt kaksoisgradu suomalaisen tv-urheilun markkina-tilanteesta ja kuluttajien sitouttamisesta.

Tutkielman tavoitteeksi asetettiin ennen muuta Ylen ja C Moren MM-kisastudioiden sisältöjen erojen ja yhtäläisyyksien määrällinen hahmottaminen. Tutkimuskysymykset muotoiltiin seuraavasti:

1. Millaisia Ylen ja C Moren MM-jalkapallon television studiolähetykset ovat ominaispiirteiltään?

## 2. Miten Ylen ja C Moren television MM-jalkapallostudioiden sisällöt eroavat turnauksen alku- ja loppuvaiheessa?

Tutkielman aineistona oli Ylen ja C Moren televisioimien Qatarin jalkapallon MM-kisojen alkulohkovaiheen ensimmäisen kierroksen ottelujen ja yhteensä kuuden pudotuspelivaiheen ottelun studiolähetykset eli kokonaisuudessaan 22 ottelun studio-osuudet (Yle, 12; C More, 10), joista kertyi lähes 25 tuntia analysoitavaa aineistoa. Tutkimusmenetelmänä käytettiin määrällistä sisällönanalyysia. Tutkimuksessa kehiteltiin studiolähetysten sisällöissä oleellisiksi katsotut muuttujat sisältöluokkineen ja studiolähetysten sisältö jaettiin segmentteihin, joihin liittyvinä kirjattiin ylös tiedot muuttujista. Tämä mahdollisti aineiston piirteiden määrällisen kuvaamisen ja sitä myöten kanavien sisältöjen välisen vertailun eri luokkiin määritettyjen segmenttien yhteiskestosta laskettujen prosenttiosuuksien perusteella.

Esitysmuoto, aihealue sekä henkilö- ja tilannelähteet olivat muuttujia, joilla yhdessä segmenttien määrän ja keston kanssa tarkoitettiin ensimmäisen tutkimuskysymyksen kannalta keskeisiä aineiston ominaispiirteitä ja joiden avulla pyrittiin kartoittamaan studiosisältöjen eroja ja yhtäläisyyksiä Ylen ja C Moren lähetöksissä. Toista tutkimuskysymystä motivoi laajalti toisteltu näkemys siitä, että kisoja ympäröivät kielteiset ilmiöt unohtuvat, kun turnaus potkaistaan kunnon käyntiin. Toisen kysymyksen osalta tarkastelu rajautui studioiden keston ja aihealueisiin.

Teksti etenee siten, että johdannon jälkeen tutustutaan tutkielmassa keskeisiin käsitteisiin, joita ovat läheisesti toisiinsa liittyvät megatapahtuman, mediatapahtuman ja mediaspektaakkelin käsitteet sekä mediaurheilu ja urheilujournalismi. Kolmannessa luvussa tutkimusaihetta taustoitetaan katsauksella MM-kisatapahtuman kehityksen historiaan ja nykyformaattiin sekä Qatarin isännöimän turnauksen taustalla vallinneisiin yhteiskunnallisiin epäkohtiin, jotka mutkistivat kisat Suomessa televisioineiden yhtiöiden urakkaa. Neljännessä luvussa syvennytään media-kulttuurin tuotannon paikalliseen kontekstiin käymällä läpi suomalaisen tv-toiminnan historiallista kehitystä ja nykyisin vallalla olevaa mediapolitiikkaa tutkimuskohteen kannalta relevantista näkökulmista. Luku viisi on omistettu puolestaan jalkapallon MM-kisalähetysten formaatille. Tarkemmin perehdytään urheilun televisioimista ohjaaviin periaatteisiin ja kisastudioissa vakiintuneisiin konventioihin sekä Ylen ja C Moren ennen kisoja julki tuomiin studio-osuuksien sisältöihin vaikuttaneisiin strategisiin ratkaisuihin. Luvussa kuusi kuvataan tutkimuksen metodologiaa ja seitsemännessä luvussa esitellään tutkimustulokset. Tutkielma päättyy lukuun

kahdeksan, jossa pohditaan tuloksia aikaisempaan tutkimuskirjallisuuteen peilaten, arvioidaan tutkimusprosessin laatua ja ehdotetaan aiheita jatkotutkimukselle.

## 2 JÄNNITYS TIIVISTYÄ – KESKEISET KÄSITTEET

Tässä luvussa avataan tutkielman keskeisiä käsitteitä. Toistensa kanssa lomittuvien megatapahtuman, mediatapahtuman ja mediaspektaakkelin käsitteisiin paneutumalla tehdään ensimmäisessä alaluvussa tutuksi jalkapallon MM-kisatapahtuman luonnetta. Toisessa alaluvussa otetaan syyniin mediaurheilun käsite, jonka tarkastelusta hahmottuu, miten huippu-urheilu kytkeytyy medioituneeseen nyky-yhteiskuntaan. Kolmannessa alaluvussa käsitellään urheilujournalismia, sen kansallista kehitystä, ominaispiirteitä ja roolia television urheilulähetyksissä.

### 2.1 Megatapahtuma, mediatapahtuma ja mediaspektaakkeli

Megatapahtumat ovat tyypillisesti kansainvälisten kansalaisjärjestöjen ja kansallisten valtiolisten organisaatioiden yhteistyössä järjestämiä kansainvälisesti merkittäviä suuren kokoluokan suosittuja ja dramaattisen luonteen omaavia kulttuurisia tapahtumia (Roche 2000, 1). Nykyaikaisilla megatapahtumilla on kaksi keskeistä piirrettä: niillä on huomattavia vaikutuksia järjestäjämaalleen ja ne ovat suuren mediahuomion kohteena (Horne & Manzenraiter 2006, 2). Martin Müllerin (2015, 634) määritelmässä megatapahtumat ovat määrätyn aikaa kestäviä tapahtumia, joilla on paljon kävijöitä ja jotka tavoittavat mediavälitteisesti suuren yleisön sekä ovat kustannuksiltaan mittavia ja vaikuttavat merkittävästi rakennettuun ympäristöön ja väestöön.

Urheilun megatapahtumiin liittyy sekä sisäistä että ulkoista politiikkaa, joista ensin mainittu viittaa niitä järjestävien elinten, kuten Fifan sisäiseen politiikkaan. Jälkimmäisellä puolestaan tarkoitetaan korporatiivisten intressien ja globaalien voimien, toisinaan paikallisten intressien kanssa heikosti yhteensovittavissa olevaa, kohtaamista. (Horne 2017, 331.) Nykyisellään urheilun megatapahtumissa palvellaan julkisin varoin yksityisiä intressejä, kun epädemokraattiset ja läpinäkyvyyden puutteesta kärsivät organisaatiot ovat kehittäneet tapahtumia myötäillen globaaleja virtauksia paikallisyhteisöjen etujen kustannuksella (Horne & Manzenraiter 2006, 18). Kumpaankin näistä megatapahtumien politiikan ulottuvuuksista jalkapallon MM-kisoissa perehdytään tarkemmin tämän tutkielman edetessä, erityisesti luvussa kolme.

Poliittiset ja ideologiset motiivit ovat vaikuttaneet pitkään urheilutapahtumien järjestämisen taustalla. Idealistisen retoriikan sävyttämässä urheilun megatapahtumissa isäntämaat juhlivat historiaansa ja pyrkivät osoittamaan uudenaikaisuuttaan. (Tomlinson & Young 2006, 1, 5.)

Megatapahtumien järjestämistä tavoittelevat kaupungit ja alueet näkevät tapahtumien isännöinnin arvon juuri niiden mukanaan tuomissa promotionaalisissa mahdollisuuksissa (Horne & Manzenraiter 2006, 8). Megatapahtuman järjestäminen ei kuitenkaan takaa maineen kirkastumista isännölleen, sillä hankkeeseen sisältyy paljon päätöksiä vallan ja erilaisten resurssien jakamisesta, mikä tekee siitä läpeensä poliittista toimintaa ja siten altista myös vastustukselle (Horne 2017). Maailmalle välittyvä kuva ja sitä kautta näkemykset yksittäisestä megatapahtumasta sekä sitä isännöivästä tahosta ovat pitkälti riippuvaisia mediassa tehdyistä tulkinnoista (Bailey ym. 2017; Maguire 2011).

Megatapahtuman määritelmästäkin selviää, että nykyaikana ne väistämättä ovat myös mediatapahtumia. Daniel Dayanin ja Elihu Katzin (1992) mukaan mediatapahtumat voidaan jakaa kolmeen päätyyppiin: kilpailuihin, valloituksiin ja kruunajaisiin. Jalkapallon MM-kisat ja muut urheilukisat, joissa mestari ratkotaan sääntöjen puitteissa satojen miljoonien ihmisten seurassa, edustavat luonnollisesti kilpailuja. Valloitukset ovat harvinaislaatuisia ihmiskunnan edistysaskelia kuvaavia tapahtumia, kuten kuulaskeutuminen, ja kruunajaiset ovat puolestaan korostetun seremoniaalisia tapahtumia, kuten kuninkaallisten häitä tai hautajaisia. Mediatapahtuman toteuttaminen vaatii merkittäviä panostuksia tapahtuman järjestäjältä, sen televisioimisesta vastaavalta yhtiöltä ja sitä seuraavilta yleisöiltä. (Dayan & Katz 1992, 25–26, 54.)

Mediatapahtumat ovat siis juhlallisia, jossain määrin pyhiä ja historiallisena pidettyjä tapahtumia, jotka häiritsevät arjen normaalia rytmiä ja joihin yleisö suhtautuu erityisen hartaasti (Dayan & Katz 1992, 5–14). Dayanin ja Katzin määritelmä mediatapahtumasta on syntynyt kansallisen yleisradiotoiminnan hallitsemassa ajassa, mutta se on monilta osin yhä relevantti, sillä lähetettyjen tapahtumien läsnäolo kaikkialla, niiden performatiivisuus ja niiden järjestäjien toivoman tapahtuman määritelmän lojaali hyväksyntä sekä niiden seuraamisen jaettu kokemus ovat kaikki jossain määrin pitäneet pintansa muuttuvassa ajassa. Jaettu kokemus tuskin kuitenkaan synnyttää aidosti globaalia tunnetta meistä, sillä mediatapahtumien merkitykset voidaan omaksua paikallisesti hyvin eri tavoin. (Hepp & Couldry 2009, 9–12.)

Alkuperäiseen mediatapahtuman määritelmään sisältyy kielitieteellisin käsittein semanttinen, syntaktinen ja pragmaattinen ulottuvuus. Kunnioittava suhtautuminen pyhään tapahtumaan liittyy semantiikkaan, syntaktinen elementti löytyy taipumuksesta keskeyttää arkiset rutiinit, ja pragmatiikan näkökulmasta tapahtumaa seuraa sitoutunut yleisö. (Dayan 2009, 26; Dayan & Katz 1992, 13–14.) Ajan myötä mediatapahtumien semantiikka on ristiriitaistunut, syntaktiikka



arkipäiväistynyt ja pragmatiikan osalta tapahtumien seuraamisen jaettu kokemus on heikkene-  
mässä eikä yleisö suhtaudu tapahtumaan yhtä sinisilmäisesti kuin ennen (Dayan 2009, 26–28).  
Suorana televisioidut urheilun megatapahtumat ovat kuitenkin nykyaikana harvoja poikkeuk-  
sia, joissa miljoonat ympäri maailman kerääntyvät samanaikaisesti jakamaan ytimeltään saman  
ennalta-arvaamattoman katselukokemuksen (Whannel 2009).

Päivitetystä mediatapahtuman määritelmässä mediatapahtumat ovat tiettyyn temaattiseen yti-  
meen keskittyviä ja eri mediatuotteissa ilmeneviä mediavälitteisen kommunikaation paksuun-  
tunutta, jotka tavoittavat laajan ja monimuotoisen yleisön sekä osallistujat. Ne ovat myös keski-  
tetyjä esityksiä, jotka sijoittuvat tiettyyn paikkaan. (Hepp & Couldry 2009, 12.) Mediavälittei-  
sen kommunikaation paksuuntumisessa on kyse hyvin samanlaisesta ilmiöstä, jota Whannel  
(2002) nimittää pyörremäisyydeksi. Jalkapallon MM-kisojen kaltainen suur tapahtuma vetää  
median huomion puoleensa niin, että muut aiheet saavat helposti väistyä agendalta. Eri mediat  
ruokkivat toinen toistaan sähköisen viestinnän ajassa yhä nopeammaksi muuttuneella tahdilla,  
ja kaikilla tuntuu olevan sanottavaa keskeisestä tapahtumasta, joka on imenyt globaalin hu-  
mion itseensä pyörteen lailla (Whannel 2002, 206; 2014, 772–773). Jalkapallon MM-kisoja  
kuvaava myös samanaikainen keskihakuisuus ja -pakoisuus. Yhtäältä katseet kohdistuvat kisojen  
isäntämaan suuntaan, mutta toisaalta tapahtuma levittäytyy kaikkialle, kun otteluita voi katsella  
erikokoisilta näytöiltä, yksin tai yhdessä ja monenlaisissa ympäristöissä (Whannel 2014, 773).

Esitysluontoisuus on osa mediatapahtumia ja siten niistä on tullut byrokraattisesti hallinoituja  
strategisia areenoita, joilla kollektiivista huomiota hyväksikäytetään (Dayan 2009, 28). Tästä  
syystä on hyvä tutustua vielä mediaspektaakkelin käsitteeseen. Spektaakkeli-sanon kirjaimelli-  
nen merkitys on ”katsomista varten” (Hietala 2007, 166). Verbinä käytettynä spektakelisoimi-  
sella tarkoitetaan katseen kiihottamiseksi tehdyn näytöksen rakentamista (Römpötti 2006, 181).  
Spektaakkelin käsitteellä kuvataan usein pintapuolista ja itsetarkoituksellista näyttävyyttä (Hie-  
tala 2007, 166), mutta laajemmin se voidaan ymmärtää koko mediakulttuuria leimaavaksi omi-  
naisuudeksi (Römpötti 2006, 181). Viihde on aina ollut spektaakkelin aluetta, mutta spektaak-  
keli vaikuttaa yhä vahvemmin kaikilla yhteiskunnan aloilla politiikasta talouteen ja arkipäiväi-  
seen elämään. Mediaspektaakkelit ovat mediakulttuurin ilmiöitä, jotka ilmentävät nyky-yhteis-  
kunnan perusarvoja, dramatisoivat sen kamppailuja ja johdattelevat yksilöitä elämäntapaansa.  
(Kellner 2003, 1–7.)

Spektaakkelistä analyttisemmin puhuttaessa on vaikea sivuuttaa situationistisen liikkeen merkkihahmoihin lukeutuneen Guy Debordin (2005) 1960-luvulla kirjoittamaa ja yhä ajankoh-  
taisemmaksi tullutta teesikokoelmaa *Spektaakkelin yhteiskunta*, jossa hän esittää yhteiskunnal-  
lisen tason kriittisen ja varsin abstraktin käsityksen spektaakkelistä. Debordin mukaan speka-  
taakkeli on kuvien välittämä ihmisten välinen yhteiskunnallinen suhde, ikään kuin esineellisty-  
nyt maailmankuva. Spektaakkelin yhteiskunnassa ihmiset vieraantuvat aistimellisesta todelli-  
suudesta, kun aiemmin välittömästi eletty elämä näyttäytyy kuvavalikoimana, mikä korostaa  
harhauttavissa olevan näköaistin merkitystä. Spektaakkeli pitää yllä tiedottomuutta näyttä-  
mällä sen mikä on mahdollista, mutta tämän todellistuneen maailman itsensä representaation  
näkymättömänä kääntöpuolena on se reaali maailma, jossa spektaakkeli on tuotettu. (Debord  
2005, 30–55.)

Spektaakkeli siis ilmentää yhteiskuntaelämän vallitsevaa muotoa (Debord 2005, 31) ja se orga-  
nisoii kuvat myötäillen yhden yhteiskunnan osan intressejä (Vähämäki 2005, 12). Yhteiskunnan  
perustavanlaatuisimpia, kilpailuun ja menestykseen kannustavia arvoja juhlistavat suuret urhei-  
lutapahtumat populaariviihteenä ja kulttuurisina rituaaleina ovat pitkään olleet spektaakkelin  
näyttämöitä (Kellner 2003, 1, 5, 65). Spektaakkelin käsitettä on hyödynnetty urheilun megata-  
pahtumien suunnitelmalliseen esillepanoon keskittyneissä tutkimuksissa, joissa sen avulla on  
politisoitu tapahtumia ja paljastettu niihin liittyvää vallankäyttöä sekä niiden usein kyseenalai-  
sia rakenteellisia ehtoja (ks. esim. Kolamo 2014; Kolamo & Levä 2022; Kolamo & Vuol-  
teenaho 2014). Näissä tutkimuksissa mielenkiinnon kohteena ovat olleet vallankäyttäjien stra-  
tegiat etujensa ajamiseksi sekä kysymykset näkyväksi ja näkymättömäksi tekemisestä (ks. Ko-  
lamo 2014a, 31).

Tämän tutkimuksen keskiössä ei ole vallan toimintamekanismien tutkailu, mutta Debordin  
kriittisyydessään synkeä teoretisointi nyky-yhteiskunnasta tarjoaa yhden relevantin näkökul-  
man urheilun megatapahtumien tulkitsemiseen ja auttaa ymmärtämään tapahtuman luonnetta  
paremmin. Se mitä television urheilulähetyksissä näytetään, on kuitenkin aina seurausta lukui-  
sista tuotannossa tehdyistä valinnoista (Gruneau 1989, 134–135). Mediaspektaakkelin käsite on  
käyttökelpoinen työkalu, sillä juuri debordilaista spektaakkelin merkitystä soveltanut tutkimus  
(ks. esim. Kolamo 2014a) ja siinä tehdyt havainnot ovat osoittautuneet hyödyllisiksi tämän tut-  
kielman kyhäämisessä.

## 2.2 Mediaurheilu

Mediaurheilun käsitteen purkaminen on hyvä aloittaa sanasta media. Media-käsitteen alkuperä on latinan kielen sanassa *medium*. Sillä tarkoitetaan sekä julkiseksi tekemistä että julkaisemisen keinoja ja välineitä. Suomen kielessä sanaa media käytetään niin yksikössä kuin monikossa ja sillä viitataan sekä yksittäiseen välineeseen että joukkoviestinnän kokonaisuuteen (Kantola ym. 2003). Median voidaan ajatella teknisesti koskevan kaikkia merkityksien välittämiseen sopivia välineitä, mutta laajemmassa merkityksessä käsite sisältää myös sosiaaliset ja kulttuuriset tavat median toiminnassa ja käytössä (Nieminen & Pantti 2012, 14–15). Tämän tutkielman näkökulmasta mediaa on tarpeen tarkastella käsitteen laajemmassa merkityksessä.

Huippu-urheilua markkinoiden säätelemänä viihdeteollisuuden osana voidaan nykyään ymmärtää urheilutuotteen, sponsoroinnin ja median keskinäisestä riippuvuudesta muodostuvan kolmiyhteyden kautta. Median rooli kolmiyhteydessä ja asema urheilukulttuurissa on keskeinen, sillä sen mukanaan tuoma näkyvyys tekee urheilusta tuotteen, joka kiinnostaa myös sponso-reita. (Itkonen ym. 2008, 9–11, 69.) Juuri median lukuisten esitysten ansiosta urheilun on onnistunut tavoittaa ja palvella maailmanlaajuisia yleisöjä (Rowe 2003, 24).

Mediaurheilun käsitettä teki tutuksi Lawrence A. Wennerin toimittama kokoomateos *Media-Sport* (1998a). Yksinkertaistetusti mediaurheilussa on kyse mediavälitteisestä eli mediassa esillä olevasta urheilusta (Laine 2023a, 5). Laaja mediaurheilun käsite kattaa ammattilaismedioiden esittämän urheilun ohella nykyisen mediateknologian mahdollistaman urheilun seuraajien toiminnan ja siitä syntyneet verkkokulttuurit (Turtiainen 2012, 19). Aika on näyttänyt etteivät media ja urheilu ole kulttuurimuotoina voineet vastustaa toisiaan (Boyle & Haynes 2009, 42). Kulttuurisena tavarana urheilu on näkyvillä eri medioissa lehtien palstoilta verkkoalustoille ja televisioon. Urheilu poukkoilee mediaurheilun kompleksissa kiinnittyen jonnekin, asettuen muokattavaksi toisaalle ja tullen välillä ohjatuksi muualle. Se herättää huomiota etenkin globaalien megatapahtumien aikana. (Rowe 2011, 37.) Kansallisen huomion keskittyminen urheilutapahtumaan, jonka seuraamiseksi on tarjolla entistä enemmän ja yksilöllisempiä vaihtoehtoja, havainnollistaa myös sitä seikkaa, että nykyaikaista mediaurheilua kuvaavat samanaikaisesti yhtäältä teknologinen diversiteetti ja toisaalta kulttuurinen yhtenäisyys (Hutchins & Rowe 2012, 122–123).

Nykyisenlaisen mediaurheilun edellytyksenä on ollut urheilutilojen muuttaminen mediaurheilutiloiksi. Tapahtumasta raportoivien toimittajien tarpeet sekä niin paikan päällä kuin ruutujen ääressä tapahtumaa seuraavat katsojat ja mainostajien toivoma näkyvyys tv-kuvissa pyritään huomioimaan optimaalisella tavalla modernien urheilustadioneiden mediakalustuksen ja -tilojen suunnittelussa. (Kolamo 2018, 233.) Medioista nimenomaan television vaikutus mediaurheiluun on ollut voimakkain (Boyle & Haynes 2009, 35; Turtiainen 2012, 92–93), jopa siinä määrin, että muistamamme urheiluhistoria on usein käytännössä televisioidun urheilun historiaa (Boyle & Haynes 2009, 35–36).

Joukkoviestinnän kaksi keskeistä tehtävää ovat informaation ja viihteen tuottaminen, ja urheilu palvelee kumpaakin näistä funktioista (Rowe 2003, 32). Mediaurheilun sisältöjen kulmakivenä on urheilutapahtuman suora audiovisuaalinen lähetys (Kolamo 2018, 126), jonka erityisyys piilee siinä, että livelähetyksestä seurattaessa ihmiset kokevat olevansa ajallisesti ja sosiaalisesti tapahtumien tasalla (Heinonen 2005, 100). Eri televisiourheilun formaatit, kuten tässä tutkielmassa tarkasteltavat studio-osuudet, nojaavat vahvasti livelähetyksien materiaaliin (ks. Rowe 2003, 171). Vaikka urheilutuote on arvokkaimmillaan suorassa lähetyksessä, säilyttää se osan arvostaan mediassa erilaisissa muodoissa uusintoina, keskustelujen kohteena ja kohokohdiksi kasattuna (Rowe 2011, 44). Urheilu onkin taloudellisesta näkökulmasta medialle tärkeää ja etenkin kansainvälisen jalkapalloturnauksen aikana se on median luottotuote, kun tavoitellaan suuria yleisöjä aikana, jolloin sellaisten kerääminen on käynyt suhteellisesti yhä harvinaisemmaksi (ks. Boyle & Haynes 2009, 67; Rowe 2003, 30–31).

Urheilun megatapahtumat kuuluvat mediaurheilun tähtituotteisiin eivätkä ne tunne kansainvälisiä rajoja (Kolamo 2018, 17–19). Mediatyhtiöt ovat valmiita käyttämään järjenvastaiselta tuntuvia rahasummia suosituimpien mediaurheilun tuotteiden lähetysoikeuksista käytävissä kilvoissa (Rowe 2003, 74). Median konvergenssikehitys mediateknologioiden lähentymisenä on nostanut entisestään suosittujen urheilusisältöjen mediaoikeuksien arvoa, kun erilaisten jakelukanavien kautta ne voivat tavoittaa yhä vain suurempia ihmismassoja (Kolamo 2018, 18; Nieminen & Pantti 2012, 70). Urheilun rahavirtojen kasvaessa television perinteisesti kaunistelemaan myytiin urheilusta politiikasta vapaana alueena on entistä vaikeampi uskoa (Boyle & Haynes 2009, 53, 62).

Raha muodostaa yhdessä brändityön kanssa perustan, jolle huippu-urheilun arvopohja rakentuu. Mediaurheilu perustaa viehätöksensä tunteisiin vetoaviin esityksiin, minkä vuoksi se

voidaan käsittää tunnetaloutena. Käsite viittaa urheilun katto-organisaatioiden, kisaisäntien, seurojen, sponsorien ja median muodostamien urheilun tuotantokoneistojen sekä urheilijoiden ja fanien välisiin, tunteiden niveltämiin ja taloudellisesti arvokkaisiin suhteisiin. Lajiliitoilla, seuroilla ja urheilijoilla on tarve säädellä tunteisiin vetoavien tarinoiden kiertoa mediassa. Tämä ilmenee etenkin urheilun megatapahtumia lähemmin tarkasteltaessa. Niiden yhteydessä voidaan puhua tunnearvon yhteistuotannosta, kun myönteisen medianäkyvyyden takaamiseksi tuotantokoneiston osien on toimittava saumattomasti yhdessä, ja jopa paikallisilta tapahtumaan osallistuvilta ihmisiltä vaaditaan tietynlaista käyttäytymistä. Urheilu tuskin olisi maailmanlaajuisista liiketoimintaa, elleivät erilaiset urheilun tukijat investoisi tunnetasolla suosimiinsa lajeihin. (Kolamo 2018, 11–12, 14, 234.)

Huomionarvoisena populaarikulttuurin muotona mediaurheilu on tiukasti yhteydessä ympäröivän yhteiskunnan poliittisiin, institutionaalisiin, taloudellisiin ja sosiaalisiin suhteisiin (Hutchins & Rowe 2012, 8). Urheilu yhteiskunnallisena instituutiona on taloudellisten investointien kohde ja erilaisten tuotteiden markkinoinnin työkalu, mutta se myös luo tähtikuvastoja ja sukupuolitettuja roolimalleja sekä vaikuttaa niin paikkojen imagoihin kuin yksilöiden ja ihmisryhmien identiteetteihin (Kolamo 2018, 16). Tämä kaikki pohjautuu usein median representaatioihin urheilusta, jota urheilu median välityksellä kulutettuna käytännössä on. Viestinnässä representaatiolla tarkoitetaan jonkin asian tai ajatuksen uudelleen esittämistä, jossa voidaan käyttää hyväksi sanallisia, äänellisiä ja visuaalisia merkkejä ja symboleja (Väliverronen 2003, 19). Representaatiot eivät puhtaasti heijasta todellisuutta, vaan ne aktiivisesti muovaavat sitä esittämällä asiat jonkinlaisena (Herkman 2001, 219).

Mediaurheilun tuotantoon sisältyy näin vallan elementti (ks. Rowe 2003, 33), sillä mediaesityksiin liittyy aina valintoja aiheista, näkökulmista ja siitä keiden ääni pääsee kuuluviin (Herkman 2001, 219; Whannel 2002, 173). Medioitumisen prosessin muovaamassa yhteiskunnassa välittömiin kokemuksiin perustuva tieto ja elämykset ovat vähentyneet, ja maailmankuvamme muovautuu suurelta osin median välityksellä (Nieminen & Pantti 2012, 16). Mediaurheilun tutkiminen on tästäkin näkökulmasta tärkeä hanke.

## 2.3 Urheilujournalismi

Urheilujournalismi on paikannettu kahden joukkotiedotuksen osa-alueen, viihteen ja journalismin välimaastoon (Koljonen 2000, 4). Urheilulähetykset ovat kapea urheilujournalismin muoto, johon vaikuttavat sekä televisioviihteen että -journalismin konventiot (Boyle 2006, 74–77, 174). Konventioilla tarkoitetaan media-ammattilaisten työssä yleisesti käytössä olevia ja rutiineiksi muodostuneita käytäntöjä ja tekniikoita (Nieminen & Pantti 2012, 95). Urheilulähetysten studio-osuudet sisältävät journalistisiksi miellettyjen keskustelujen, haastattelujen ja raporttien ohella myös itse tapahtuman promotointiin keskittyviä elementtejä, kuten erilaisia inserttejä (Kolamo 2018, 59). Myöskään usein lajin parista tulevien studioasiantuntijoiden puheet eivät välttämättä tarkkaan ottaen edusta journalismia, mutta asiantuntijamielipiteiden hyödyntämisestä on tullut merkittävä osa paitsi urheilun journalistista diskurssia myös laajempaa television uutismaisemaa (Boyle 2006, 74–75).

Journalismi on määritelty ajankohtaiseksi ja faktapohjaiseksi joukkoviestinnäksi, joskin kummatkin käsitteen sisältämistä määreistä ovat suhteellisia (Kunelius 2003, 21). Journalismin lähtökohtana on kuitenkin se, että ihmisille kuuluu oikeus saada tietää, mitä yhteiskunnassa tapahtuu. Lainsäädäntö-, toimeenpano- ja tuomiovallan ohella neljänneksi valtiomahdiksi tituleeratun journalismin tärkeimpiin tehtäviin kuuluu kolmen ensiksi mainitun tarkkailu. Vallan vahtikoiran roolia toimittavan journalismin käytäntöjä säätelevät lait, alan työehdot ja etiikka. (Laine 2023a, 3.) Antamalla puheoikeuden valitsemilleen toimijoille ja tarjoamalla tiettyjä näkökulmia todellisuuden tulkintaan journalistit toimivat sekä julkisuuden portinvartijoina että kehystäjinä (Nieminen & Pantti 2012, 95). Urheilujournalismi käsittelee urheilua ja se on yksi journalismin alalajeista (Laine 2023a, 3–4; Virtapohja 1998, 25). Eräänlaisena journalismin hybridinä siinä kuitenkin sekoittuvat esimerkiksi uutis-, talous-, tiede-, kulttuuri- ja viihdejournalismin käytännöt (Laine 2023b, 1).

Varsin tuoreen suomalaisen urheilujournalismin bibliografian (Laine & Särkivuori 2023) sisältämiin lähteisiin pohjaavan esityksen mukaan urheilujournalismin urheilu on nationalistista ja etnosentristä, maskuliinista, viihteellistä, kaupallista ja medioitunutta, tuloksiin ja menestyjiin keskittyvää, huippu-urheiluorientoitunutta, kaavamaisista ja valtalajeihin keskittyvää, kansalliset perinteet huomioivaa, televisiovihteeksi soveltuvaa sekä henkilökeskeistä ja henkilöiden välistä. Urheilujournalismiin liitettyihin heikkouksiin kuuluu muun muassa ahtaasti urheiluyhteisöllisissä viitekehyksissä pitäytyminen, epäanalyyttisyys ja kriitikittömyys. (Laine 2023b, 3–

4.) Kriittisyytenä journalismissa voidaan pitää sitä, että toimijoita ja ilmiöitä perustellun tarpeen tullen arvostellaan, työprosessin vaiheita, kuten ilmiön merkittävyyttä sekä lähteiden luotettavuutta punnitaan ja työtä arvioidaan yleisön näkökulmasta (Pänkäläinen 1998b, 164–165).

Kansallinen urheilukulttuuri ja sen erityispiirteet määrittävät urheilujournalismia (Heinilä 2000, 274). Urheilujournalismin perustaa alettiin Suomessa valamaan 1800-luvun lopulla ja viime vuosituhaten alussa urheilulehdistössä urheiluun kohdistuneen lapsenomaisen uskon siivittämänä, kun asiasta kiinnostuneet miehet kirjoittivat ensimmäisiä urheilujuttuja. Urheilujournalismin juurtuivat tuolloin vielä tänäkin päivänä keskeiset piirteet, kuten kilpaurheilumyönteisyys, sankarihakuisuus ja uskollisuus kansallisesti merkittävälle lajeille. Suomalainen urheilujournalismi kehittyi tiiviissä yhteydessä maan kahden urheilun puolestapuhujia kaivanneen keskusjärjetön johtaman urheiluliikkeen kanssa, minkä lisäksi urheilu nähtiin tärkeänä myös maanpuolustuksellisesta näkökulmasta. Sittenkin urheilujournalismi on kytkeytynyt talouteen ja viihdeteollisuuteen, mutta sen yleisön informoinnin ja urheilijoiden kritisoinnin kaltaiset alkuperäiset funktiot ovat säilyneet. (Pänkäläinen 1998a, 5–6; 1998b, 161–162.)

Urheilujournalismin ja huippu-urheilun välillä vallitsevaa historiallisesti läheistä ja symbiootiseksi kuvattua suhdetta on pidetty kohtalokkaana, sillä urheilujournalismin ja huippu-urheilujärjestelmän toimijoiden yhdensuuntaiset intressit on nähty esteenä huippu-urheilun järjestelmän objektiiviselle tarkastelulle (Hemánus 1983, 46). On totta, että yhtenä tuotannontekijänä yhdessä urheilun ja markkinoiden kanssa medialla on vaikeuksia täysin itsenäisesti määrittää viestinsä sisältöä. Markkinoiden näkökulmasta tärkeää on huippu-urheilun viihdearvon ylläpitäminen, mikä mediassa hyvin tiedostetaan, mutta paradoksaalisesti urheilujournalistit eivät ole nähneet viihteen tekemistä omana tehtävänänsä, jossa he ovat sen sijaan korostaneet kriittisyyden merkitystä. (Itkonen ym. 2008, 70.)

Journalistit esittävät usein urheilun kulttuurisesti ja poliittisesti merkittävänä aiheena, mutta pitävät sitä myös viihteen muotona, minkä vuoksi urheilu ei aina ole yhtä ankaran journalistisen tarkastelun kohteena kuin monet muut elämänaalat (Boyle 2006, 97). Voi toki olla, että urheiluun myönteisesti suhtautuva yleisö ei edellytäkään urheilujournalisteilta samanlaista suhtautumista käsittelemäänsä aiheeseen kuin muulta toimittajakunnalta (Pänkäläinen 1998b, 162). Urheilujournalistit toimivat sitä paitsi ympäristössä, jossa he ovat useasta suunnasta tulevien ja toisiinsa huonosti yhteensovittavien vaatimusten ja paineiden kohteena. Ammattietiikka velvoittaa puolueettomaan raportointiin ja kriittiseen otteeseen, minkä lisäksi mediayhtiöllä voi olla

omat vaatimuksensa mediaesitysten sisällöistä. Samalla pitäisi vielä toimia urheilun puolustajana ja pidettävä hyvät välit tietolähteisiin eli urheiluorganisaatioihin sekä niissä toimiviin ihmisiin, urheilijoihin ja valmentajiin. (Rowe 2003, 38; Wenner 1989, 38.)

Urheilujournalismin kritiikki saa monesti kantimensa kuvatusta alan syntyhistoriasta ja alun alkaen läheisestä suhteesta kohteeseensa (Laine 2023b, 4), joiden vuoksi urheilujournalismia on kutsuttu sen taloudellisesta merkittävydestään huolimatta journalismin leluosastoksi (ks. esim. Boyle 2006, 1; Rowe 2003, 37; Wenner 1989, 44). Urheilun kulttuuriset yhteydet, yhteiskunnalliset epäkohdat ja kehittämisspyrkimykset ovat perinteisesti jääneet urheilujournalismissa vähälle huomiolle (Heinilä 2000, 280). Vaikka yhteiskunnallisille reflektoinneille on ollut niukasti tilaa (Wenner 1998, 6), urheilujournalismin viihteellinen luonne on sallinut kyllä urheilun suorituskritiikin (Laine 2011, 237), ja urheilun sisäinen sääntöetiikan noudattaminen, esimerkiksi dopingin suhteen, on myös kiinnostanut urheilutoimituksia (Heinilä 2000, 280). Juuri doping-tapaukset tekivät urheilujournalismin kriittisistä asenteista yleisempiä 1980-luvulla (Virtapohja 1997, 176). Liiketaloudelliset motiivit ovat kuitenkin usein taustalla, kun mediassa kiinnostutaan urheilun moraalista (Virtapohja 1998, 242).

Tutkivaa journalismia on kaipailtu urheilumaailman valtasuhteiden selvittämiseksi (Jennings 2011), mutta ammattimainen kriittinen urheilujournalismi on tuntunut laahustavan tällaisten toiveiden perässä, vaikka kulissien taakse kurkottavan kansalaisjournalismin ja muun lisääntyneen omaehtoisen sisällöntuotannon näyttämän esimerkin perusteella sen tekeminen ei vaikuttaisi kohtuuttoman vaikealta. Usein potentiaalisilta tekijöiltä kuitenkin puuttuvat joko resurssit tai motivaatio. (Kolamo 2014a, 107; 2018, 118–119.) Valtamedialta on kaivattu megatapahtumien kohdalla karnevaalihenkeä vaalivien, suostuttelevien puhetapojen rinnalle kriittistä otetta, mitä tulee esimerkiksi digitalisoitujen kaupunkitilojen maa- ja tapahtumabrändäämiseen liittyviin ristiriitoihin, tapahtumien organisointia ja esillepanoja ohjaaviin tiukkoihin taloudellisiin ehtoihin sekä infrastruktuurihankkeiden taustalla oleviin salattuihin sopimuksiin (Kolamo 2018, 56).

Kehitystä on kuitenkin ollut havaittavissa, sillä urheilutoimittajien uskotaan ajan myötä ottaneen etäisyyttä raportoinnin kohteeseensa. Urheilutapahtumien yhteiskunnalliset ulottuvuudet ovat nykyisin aiempaa kriittisemmän tarkastelun kohteena. (Häkli 2022; Laine 2023b, 4–5.) Yhteiskunnallisten epäkohtien penkominen etenkin kaupallisten medioiden viihdepainotteisissa urheilulähetyksissä on kuitenkin pitkälti sopimatonta, sillä myytävän urheilutuotteen



kyseenalaistaminen ei käy, vaikka jännitteiden luominen ja urheilusuoritusten kritisoiminen on enemmän kuin suotavaa (Laine 2023b, 5). Julkisen palvelun mediayhtiöiden televisiokanavakkaan eivät ole välttyneet huippu-urheilun tuotantokoneiston osaksi sulautumiselta (Laine 2011, 238).

Urheilulähetysten urheilujournalismiin kuuluu tapahtuman myyminen televisioviihteenä (Boyle 2006, 174). Tuotteen myymisen ollessa etusijalla urheilujournalisteja ja asiantuntijoita eritoten kaupallisissa medioissa voisi tästä perspektiivistä luonnehtia sisällöntuottajiksi, joiden ammatillinen eetos ei velvoita kriittisyyteen samalla tavoin kuin journalistien kohdalla (ks. Herkman 2005, 306–308). Urheilujournalismia leimaava läheinen suhde kohteeseensa ei sen sijaan liene estänyt kriittisyyttä Qatarin MM-turnauksen kisastudioissa, vaikka kisatiimit toki lajiväestä koostuivatkin. Lisäksi moni muistane C Moren asiantuntijana esiintyneen Jari Litmanen kehuneen syksyllä 2019 Qatarin kisojen urheilullisia olosuhteita, mikä puhutti kotimaisessa mediassa ja herätti epäilykset maksetuista kommentteista, jotka Litmanen kuitenkin kiisti (ks. Valta 2019).

Suomen maajoukkuetta ei kuitenkaan turnauksessa nähty eikä Suomen televisiossa sanottu todennäköisesti nouse kansainvälisiin otsikoihin, minkä lisäksi kansainväliset jalkapallotähdet tai lajin katto-organisaation valtaapitävät eivät ole tietolähteitä, joiden kanssa kotimaiset journalistit ovat säännöllisesti kasvokkain tekemisissä. Etäisten Fifan johtohahmojen ja kaukaisen Qatarin valtion järjestämien, Pohjoismaissa epäuskoisia reaktioita myöntämisestään lähtien aiheuttaneiden, kisojen kritisoimisen voisi kuvitella olevan helpompaa kuin vaikkapa valmentajakollegan työn arvostelu kotimaisen palloilusarjan ottelun tv-studiossa (vrt. Pänkäläinen 1998b, 171).

### **3 TARJOLLA SANKARIN VIITTA JA KONNAN KAAPUA – KANSAINVÄLISESSÄ JALKAPALLOSSA MORAALI JATKANUT PAITSIOSSA MARKKINA-VOIMIEN MYLLYTYKSEN YLTYESSÄ**

Tämä luku on katsaus MM-tapahtuman luonteeseen ja siihen, kuinka kansainvälinen jalkapallo on ajautunut tilanteeseen, jossa kisoja myönnetään ihmisoikeuksia polkeviin maihin. Ensimmäisessä alaluvussa käydään läpi miesten MM-kisojen historiaa, muutoksia tapahtuman televisioinnissa sekä Fifan arveluttavia toimitapoja ja intressejä tapahtuman kehittämisessä. Samalla tulee käsitellyksi isossa kuvassa se, miksi megatapahtumien järjestäjämaiden suhteen on nähty muutos kulttuurisen ja taloudellisen kykynsä jo todistaneista maista näiltä osin vasta tuloaan tekeviin valtioihin. Toisessa alaluvussa huomio kiinnittyy MM-kisatapahtuman nykyformaattiin ja erityisesti Fifan ja kisaisännän rooleihin sen toteuttamisessa. Viimeisessä alaluvussa pureudutaan siihen, kuinka jalkapallon MM-kisojen järjestäminen linkittyi osaksi Qatarin pyrkimyksiä globaalin vaikutusvaltansa kasvattamiseen ja kerrataan turnauksen pääkiistanaiheet.

#### **3.1 Jalkapallon MM-kisojen evoluutio suurstadionien uumenista ylenpalttiseksi mediaspektaakkeliksi**

Vuonna 1904 perustettu Fifa vastasi olympialaisten jalkapalloturnauksen järjestämisestä ennen kuin se järjesti Uruguayssa lajin ensimmäiset MM-kisat vuonna 1930. Taustalla oli Fifan halu saada turnaukseen mukaan parhaat pelaajat, mihin amatööri-ideologiasta tiukemmin kiinni pitänyt KOK suhtautui jalkapallon kattojärjestöä nuivemmin. (Ks. Lanfranchi ym. 2004, 100–103; Roche 2000, 109.) Ensimmäisen kisaisännän valintaan vaikuttivat turnauksen taloudellisen taakan harteilleen ottaneen Uruguayn Fifalle tekemät lupaukset. Finaalia seurasi Centenario-stadionilla noin 90 000 katsojaa. Fifan ensimmäisiä MM-kisatapahtumia määrätti vahvasti isäntämaan poliittinen ilmapiiri, mikä näkyi esimerkiksi fasisisessa Italiassa pelatussa vuoden 1934 turnauksessa. Fifan tulot perustuivat alkuvuosikymmeninä järjestön jäsenmaksuihin ja marginaaliseen osuuteen kansainvälisten pelien lipputuloista. Brasilian turnaus vuonna 1950 havahdutti Fifan ymmärtämään MM-kisatapahtuman taloudellisen potentiaalin. (Lanfranchi ym. 2004, 104–108, 238–242.)

Brasiliaan päättyi toisaalta valtionationalististen stadionspektaakkelien aikakausi MM-kisoissa (Kolamo 2014a, 67). Monumentaalaisella Maracanällä kisojen loppuottelua seurasi arvioiden

mukaan lähes 200 000 katsojaa. Tämän jälkeen kisoja pelattiin pienemmillä stadioneilla, joissa oli satsattu enemmän mukavuuteen. (Lanfranchi ym. 2004, 112, 117–119.) Sveitsissä järjestetyssä vuoden 1954 turnauksessa huomattavasti aiempaa pienemmillä areenoilla oli jo nähtävissä kisojen mediavälitteisyyden huomiointi (Kolamo 2014a, 68). Kisojen avauspeli Ranska—Jugoslavia oli MM-historian ensimmäinen suorana televisioitu ottelu (Mason 2006, 83). Chilen vuoden 1962 kisat olivat suorat lähetykset mahdollistaneiden maalinjojen ulottumattomissa (Boyle & Haynes 2009, 40–41), ja Fifa myikin paremman hinnan saamiseksi samalla kertaa oikeudet sekä Chilen että Englannin turnauksiin (Mason 2006, 84) eurooppalaisten yleisradioyhtiöiden teknisestä kehittämisestä ja yhteisistä standardeista huolehtineelle EBU:lle, joka neuvotteli kilpailun eliminoidakseen lähetysoikeuksista kansallisten yleisradioyhtiöiden puolesta (Szymanski 2011, 117).

Vuonna 1962 Maata kiertävälle radalle laukaistu satelliitti Telstar oli samalla lähtölaukaus satelliitti- ja videoteknologioiden kehitykselle, jotka ovat sittemmin vaikuttaneet vahvasti kansainväliseen televisourheiluun (Boyle & Haynes 2009, 52). Englannin MM-kisat vuonna 1966 olivat ensimmäinen todellinen televisioaikakauden turnaus (Chisari 2006; Kolamo 2014a, 69), mutta nykyspektaakkeleihin verrattuna kyse oli kuitenkin esimerkiksi vähäisen kaupallisuuden ja vaatimattomien turistivirtojen vuoksi hyvin toisenlaisesta tapahtumasta. Television välityksellä kisojen finaalia seurasi arviolta noin 400 miljoonaa ihmistä. (Mason 2006, 84, 91, 95.) Sittemmin vain kasvaneiden lukujen valossa MM-kisojen kohdalla näyttäisivät jossain määrin todentuvan viestintäteoreetikko Marshall McLuhanin (1962, 31) muotoilemat ajatukset maailmankylästä, jossa mediateknologiat yhdistävät fyysisesti kaukana toisistaan olevat ihmiset ikään kuin samaan kompaktiin tilaan.

Suuret kansainväliset urheilukilpailut ovat tunnetusti olleet uusien teknologisten innovaatioiden kokeilemisen paikkoja (Whannel 1992, 63). Televisio oli Englannissa aiempaa huomattavasti vahvemmin mukana tapahtuman suunnittelussa, ja ruudussa katsojia uutena innovaationa hurmasivat hidastusuusinnat (Chisari 2006; Mason 2006). Toinen uusi elementti oli tarjolla vain brittikatsojille, sillä BBC:llä otteluja puitiin asiantuntijoiden voimin peliä edeltäneissä sekä heti niiden jälkeisissä ohjelmissa, ja yksi asiantuntijoista usein liittyi myös selostajan rinnalle kommentoimaan peliä (Mason 2006, 84). Raymond Boylen (2006, 74) mukaan studioista tuli Iso-Britanniassa ensimmäistä kertaa kiinteä osa ottelulähetyksiä Meksikon kisoissa vuonna 1970, kun kaupallinen ITV toi asiantuntijapaneelinsa ruutuun keskustelemaan otteluista. Briteissä 1970-luvun ilmiönä pidetyt, lajin parista entuudestaan tuttujen hahmojen miehittämät, studiot

(ks. Whannel 2002, 124) rantautuivat Suomeen 1990-luvulla (ks. Sirkkiä-Jarva 2007, 474). Jalkapallon arvokisoissa studio-osuudet kuuluivat osaksi Yleisradion tv-lähetyksiä ensi kerran Ruotsin EM-kisoissa 1992 (Matilainen 2016).

Televisio-oikeuksista käyty kilpa ja Adidaksen tuottein varustetut tuomarit Meksikon MM-kisoissa 1970 olivat merkkejä ovien avautumisesta kaupallisuudelle Fifassa. Järjestöä johti edeltäjiään median suhteen etevämpi mutta ajan hengen mukaisesti kaupallisuutta vastaan hangoitellut Stanley Rous. (Lanfranchi ym. 2004, 242–244.) Brasilian voittoon päättyneet ja ensi kertaa väreissä televisoidut kisat luultavasti osaltaan edistivät televisuaalisuuden tukemaa myyttiä kauniista pelistä – *jogo bonitosta* – jonka brasilialaiset jalkapallofanien mielissä taitavat (ks. Kolamo 2014a, 70; 2014b, 6). Väri- ja lähikuvien myötä ikoniset urheiluhetket tulivat taltioituksi uudella tarkkuudella, ja kolmatta maailmanmestaruuttaan Meksikossa juhlinut Pelé olikin yksi ensimmäisistä tv-aikakauden urheilijätähdistä (Whannel 2005). Tähteys on otaksutusti ennen muuta mediaesityksissä sosiaalisesti tuotettua, vaikka sankariteot ovat olemassa välitti media niitä tai ei (Whannel 2002, 47–49). Tältäkin osin mediateknologioiden kehitys vaikutti merkittävästi urheilukulttuuriin. Globaali televisio ja tabloidijournalismi yhdessä mytologian kanssa toivat mukanaan julkkiskulttuurin ja urheilijoiden tähtikuvien kaupallistumisen (Whannel 2005, 416).

Länsi-Saksan kisojen finaalilla vuonna 1974 oli jo pitkälle toista miljardia tv-katsojaa (Fett 2020, 459), ja lipunmyynnin ulkopuolisten tulojen osuus turnauksen kokonaistuotoista oli aiempiin turnauksiin nähden merkittävästi suurempi (Kolamo 2014a, 71). Liike-elämän puolelta Fifan puheenjohtajaksi kisojen jälkeen siirtyneen João Havelangen aikakaudella muotoutui ”transnationaaliksi korporaatioperheeksi” nimitetty MM-kisojen tuotanto- ja valtakoneisto, jonka muodostavat Fifa sponsoreineen yhdessä television ja kisaisännän kanssa. (Kolamo 2014a, 14, 61–62, 71). Coca Colan kanssa vuonna 1976 solmittu yhteistyökumppanuus ja Adidaksen kanssa syvennetty yhteistyö olivat osoituksia Fifan edelläkävijyydestä urheilun kaupallistamisen ja maailmanlaajuisen levittämisen saralla (ks. Lanfranchi ym. 2004, 245–246).

Kansainvälisten urheilujärjestöjen vaikutusvallan kasvu ja kaupallistumisen kiihtyminen näkyivät Fifan MM-turnauksissa Argentiinassa vuonna 1978 ja Espanjassa 1982 (Roche 2000, 153), jolloin joukkueiden määrä turnauksessa kasvoi 16:sta 24:een, ja tapahtuma laajeni aiempaa useampaan kisakaupunkiin (Kolamo 2014a, 72). Vuonna 1998 Ranskassa mukana oli jo 32

maajoukkuetta (Lanfranchi ym. 2004, 230), ja vuoden 2026 kisat Kanadassa, Yhdysvalloissa ja Meksikossa on määrä mitellä 48 joukkueen kesken (FIFA 2023b).

Televisiokuvaa Argentiinan MM-kisoista lähetettiin yli 100 maahan (Chisari 2006, 43), ja laitamainokset olivat ensi kertaa ilmestyneet koristamaan pelikenttiä (Miller ym. 2001, 106). EBU:n edustajat veivät eurooppalaisia jalkapallon televisioinnin konventioita kamerapositioneiden Etelä-Amerikkaan, jossa niitä ei vielä ennen kisoja ollut omaksuttu (Whannel 1992, 166). Argentiinan kisat muistetaan myös vuosien 1976–1983 aikana 30 000 ihmistä murhanneen sotilasjuntan kisoina, jotka oli myönnetty vuonna 1968, aikana ennen diktatuuria. Fifalla sponsoineen ei ollut aikomustakaan siirtää turnausta eettisistä syistä, sillä urheilun ja politiikan erillään pitävä myytti eli vahvana, ja jalkapallon katsottiin kuuluneen kansalaisyhteiskunnalle, mikä mahdollisti turnauksen pelaamisen julmuuksien keskellä. (Archetti, 2006, 135–136.) Vuoden 1978 MM-tapahtumaa on käytetty havainnollistavana esimerkkinä siitä, kuinka autoritaarisessa isäntämaassa hallintojohtoiset sortotoimet suunnitellaan siten, että kotimaisilta vastustuksen ilmauksilta kisojen aikana vältyttäisiin ja kansainvälisille median edustajille välittyisi siloteltu kuva todellisuudesta (Scharpf ym. 2023).

Espanjan vuoden 1982 MM-turnaus ja Los Angelesissa kaksi vuotta myöhemmin järjestetyt olympialaiset puolestaan osoittivat, että yksinoikeuksien myyminen sponsoreille oman tuotekategoriansa tuotteisiin maailmanlaajuisesti televisioiduissa tapahtumissa oli uusi ja tuottoisa urheilun tulonlähde (Whannel 2002, 37). Niin kutsutun TOP-sponsoriohjelman (ks. Kolamo 2018, 32) organisoi Adidas-pomo Horst Dasslerin luoma ja omistama markkinointiyhtiö ISL, joka oli tärkeä väline suhteiden vaalimisessa Adidaksen liiketoiminnan kannalta keskeisiin kontakteihin eli urheilun suur tapahtumien järjestäjiin ja kansainvälisten urheiluliittojen virkamiehiin. Urheilun globalisaatiossa juuri ISL:n merkitys urheiluinstituutioiden, televisioyhtiöiden ja monikansallisten yritysten välissä luovineena toimijana oli ratkaiseva. Globaaleille markkinoille pyrkimyksistä röhkein näyttö oli kenties Fifan päätös järjestää vuoden 1994 MM-kisatapahtuma Yhdysvalloissa. (Whannel 1992, 175–180.) Etelä-Korean ja Japanin isännöimät kisat vuonna 2002 samoin kuin Etelä-Afrikan turnaus vuonna 2010 olivat jatkumoa kaupallisten intressien motivoimalle lajin uusiin maisemiin laajenemiselle (Whannel 2009, 213). Eräänlainen käännekohta MM-kisahistoriassa oli kuitenkin jalkapallomaana tunnetun Italian järjestämä MM-turnaus vuonna 1990.

Italian kisoissa korkeakulttuuri ja alempien yhteiskuntaluokkien peliksi leimaantunut jalkapallo löivät kättä, kun Luciano Pavarottin esittämä *Nessun Dorma* -aaria säesti muutenkin uudesta satelliittiaikakaudelle tyypillisestä sähköisestä ja mukaansa tempaavasta esitystyylisestä enteilyttä turnausta (Kolamo 2014a, 73–74). Tunteisiin vetoavuus ja visuaalisuuteen panostaminen kisojen televisioinnissa sekä stadiontilojen kohentunut siisteys ja parantunut palvelutaso olivat naiskatsojien houkuttelemisen näkökulmasta tärkeitä uudistuksia (Kolamo 2014a, 74; O’Connor & Boyle 1993, 117). Italian MM-kisojen uutuudet heijastelivat laajemmin tv-urheilussa tapahtunutta muutosta. Urheilun televisioinnin evoluutio oli kulkenut journalistisesta raportoinnista dramaattisen spektaakkelin suuntaan (Goldlust 1987, 84).

Jalkapallon MM-kisoja tapahtuman kokoluokan mukaan suur-, mega- ja gigatapahtumiin jäsenelleen Matthias Fetti (2020) mukaan Italian MM-turnaus oli yli kahden miljoonan myydyin lipun, noin 140 miljoonan Yhdysvaltain dollarin arvoisten lähetysoikeuksien ja satoja miljoonia dollareita kustantaneiden turnausjärjestelyjen sekä laajemmin kaupunkitilojen muutosprojekteihin uponneiden lähes neljän miljardin dollarin myötä ensimmäinen megatapahtuma kisojen historiassa. Toisena merkkipaaluna pidetään Etelä-Afrikan kisoja vuonna 2010, jolloin tapahtuma saavutti gigaluokan mittasuhteet. (Fett 2020.) On olemassa kuitenkin eriäviä tulkin-toja tapahtumien kokoluokista, sillä esimerkiksi Müllerin (2015) vastaavatyypisessä urheilutapahtumien jaottelussa Etelä-Afrikan turnaus arvioidaan megatapahtumaksi.

Euroopassa sähköisen viestinnän politiikkaan tehtiin 1980- ja 1990-luvulla rajuja muutoksia, ja julkisen radio- ja televisiotoiminnan monopoli murtui (Kolamo 2018, 17). Lainsäädännön muutokset ja satelliittiteknologioiden kehitys tarkoittivat sitä, ettei lähetystoiminta ollut enää entisenlailla suorasti kansallisen kontrollin alla, ja markkinoille syntyi kilpailua (Szymanski 2011, 118). Tätä seurannut televisio-oikeuksien myymisestä saatujen tulojen kasvu vaikutti koko eurooppalaiseen urheiluun. EBU maksoi Fifalle Ranskan vuoden 1998 kisojen lähetysoikeuksista viisinkertaisen summan verrattuna vuoden 1982 kisojen tv-oikeuksien hintaan. Lipputulojen rinnalle oli näin muodostunut sekä Fifan että eurooppalaisten huippuseurojen kohdalla kaksi vähintään yhtä tärkeää tulonlähdettä: tv-oikeudet ja sponsorisopimukset. (Lanfranchi ym. 2004, 248–249.) Television kasvanutta valtaa MM-tapahtuman läpiviennissä kuvastivat Meksikossa 1986 ja Yhdysvalloissa 1994 eurooppalaisille sopivien katseluaikojen vuoksi keskipäivän läkähdyttävässä paahteessa pelatut ottelut (Boyle & Haynes 2009, 50).

Aina 1980-luvulta eteenpäin huimasti kasvaneiden tv-oikeuksien myyntitulojen myötä Fifan toiminta muuttui. Aiemmin muiden vastaavien urheilujärjestöjen tavoin lähinnä lajin säännöistä ja kansainvälisten ottelujen järjestämisestä vastanneesta organisaatiosta tuli toimitapojensa osalta kansainvälinen valtioista riippumaton järjestö, joka tuotti valtavasti rahaa sisäisiin tarpeisiinsa ja harjoitti kehitystyötä globaalilla tasolla (Lanfranchi ym. 2004, 231–235). Fifan pääsihteerin paikalta puheenjohtajaksi vuonna 1998 siirtyneen Sepp Blatterin aikakaudella jalkapallo oheistuotteineen levisi yleistyneiden maksukanavien ja digitalisoitumisen mukana kulutuspotentiaaliltaan houkutteleville uusille väkirikkaille alueille, joilla lajin kulttuurinen asema ei vielä ollut vahva (Kolamo 2014a, 77).

Suurentuneet rahavirrat johtivat myös toisinaan epäterveisiin suhteisiin urheilujärjestöjen ja näiden yhteistyökumppaneiden välillä (Boyle & Haynes 2009, 49). MM-kisojen televisio-oikeuksien myymisestä vastannut ISL meni konkurssiin vuonna 2001 ja ajanjaksolle 1999–2006 kisojen tv-oikeudet hankkinut saksalainen KirchMedia ajautui vuotta myöhemmin talousvaikeuksiin (Kolamo 2014a, 77; Lanfranchi ym. 2004, 249). ISL:n romahduksesta aiheutuneen kriisin selvittämistä rahajärjestelyineen ja Fifan maksimoimillaan tuotoilla kehittyvissä maissa harjoittamaa lajiolosuhteiden kehitystyötä kehuaan järjestön satavuotishistoriikissa (Lanfranchi ym. 2004, 250), jossa tarjottaviin asiointilojen kuvauksiin on luonnollisesti suhtauduttava varauksella.

Fifaa on todellisuudessa vaikea mieltää aidosti humanitaarista työtä tekeväksi ja rauhaa rakentavaksi kansainväliseksi järjestöksi, jollaiseksi sen johtohahmot ovat sitä pyrkineet maalailemaan puheillaan yhtenäisestä jalkapalloperheestä. Organisaation historia on täynnä eettisesti arveluttavaa johtamista ja hirmuhallitsijoiden kanssa veljeilyä, mikä on osoitus siitä, etteivät luontevasti ”amoraalisen universalismin” ideologian vallan kahvaan päästyään omaksuvat kansainväliset urheilujohtajat ole rauhan asialla olevia valtiomiehiä, vaan he harjoittavat ensisijaisesti kansainvälistä viihdebisnestä. (Hoberman 2011.)

Fifan hyväntekeväisyyskampanjat ja lajiolosuhteiden kehitystyö köyhemmissä maissa ovat sitä paitsi avainasemassa järjestön sisäisten valta-asetelmien säilyttämisessä. Fifan puheenjohtajan valitsevat kansallisten liittojen johtajat näennäisen demokraattisessa prosessissa, jossa sen jokaisella yli kahdellasadalla jäsenvaltiolla on koostaan riippumatta vain yksi ääni käytettävissä. Maailman jalkapalloilullisten periferia-alueiden pikkuvaltioissa kuitenkin rehottaa usein korruptio, minkä vuoksi kansallisten liittojen saamista avokätisistä rahallisista avustuksista

pääsee hyötymään etupäässä paikallinen eliitti, joka tiedostaa ketä puheenjohtajavaalissa tulee kiittää äänellä. (Ks. Kolamo 2014a, 103–104.)

Fifan salailevaan toimintaan on kuulunut myös muun muassa sen sisäpiirin läpi kulkevista rahavirroista ja televisio-oikeuksien myyntiprosessien yksityiskohdista vaikeneminen, minkä on mahdollistanut sen status valtioista vapaana järjestönä. Lisäksi Fifa sijaitsee taloudellisesti Sveitsissä, jonka lait ja käytännöt takaavat tiukan pankkisalaisuuden, joka yhdessä maan valuutan vakauden kanssa on sallinut varallisuuden piilottamisen, veronkierron ja rahanpesun. (Kolamo 2014a, 111.) Fifa toimii kansallisen lainsäädännön edelle menevän kansainvälisen oikeuden puitteissa ja organisaation juridinen muoto kansalaisjärjestönä on ristiriidassa sen taloudellisen tilan kanssa, mutta siihen on tuskin luvassa muutosta. Venäjän ja Qatarin kisojen myöntämistä koskeneiden seikkojen valkenemisesta puhjenneen skandaalin kanssa samoihin aikoihin Sveitsissä päivitetty korruption vastainen laki on kuitenkin nähty askeleena oikeaan suuntaan, mitä tulee eettisesti kestävämmien toimintatapojen suitsemiseen. (Jerabek ym. 2017.)

Fifa on siis kansainvälisen kulttuurieliitin johtama äärimmäisen vaikutusvaltainen kansalaisjärjestö, joka kykenee sanelemaan ehtoja hallituksille ja yrityksille (Miller ym. 2001, 12). Sen vallankäyttöön kuuluu geopolitiittinen, taloudellinen ja julkisuudenhallinnallinen ulottuvuus. Fifan globaali valta rakentuu alueellisesti siten, että jalkapallon ydinalueet eli Eurooppa ja Etelä-Amerikka eivät ole järjestön vallan säilyttämisen kannalta kovin merkityksellisiä. Taloudellista valtaa Fifa käyttää, kun sen valtakunnan vakiintuneine toimintatapoineen kontrolloi tiukasti jalkapallon laajasta suosioista perua olevia suuria rahavirtoja ja valvoo ankarasti yhteistyökumppaneiden kanssa tekemiensä sopimuksien toteutumista. Julkisuuden hallinta puolestaan tapahtuu pitkälti MM-kisojen tapahtumapaikkojen medianäkyvyyttä säätelevin sopimuksin. (Kolamo 2018, 115–117.) Näiden sopimusjärjestelyiden vaikutuksia MM-tapahtuman kulkuun käsitellään seuraavassa alaluvussa.

Tähän saakka läpikäydyn Fifan ja MM-kisojen historian tiivistämisen näkökulmasta on avuksi viitata Kolamoon (2014a), joka katsoo Fifan vaikutusvallan lepäävän jalkapallomaatotteluiden nationalistisella tunneperustalla ja on siksi jäsentänyt järjestön historiaa eri aikoina sen toiminnassa vallinneiden nationalismien muotojen voimasuhteiden mukaisesti. Valtionationalismin ajanjaksolla Jules Rimet'n ollessa puheenjohtajana 1921–1954 Fifa laajeni, ja MM-turnaukset olivat suurilla stadioneilla pelattuja isäntämaan poliittisen johdon näytöksiä. Rimet'n jälkeinen valtionalistisen aikakauden loppupuoli oli samalla siirtymävaihetta uuteen aikaan. Rousin



puheenjohtajakaudella 1961–1974 maanosaliittojen valta vahvistui ja television vaikutus alkoi muuttamaan kansainvälistä jalkapalloa. Korporaationationalismin vaihe käynnistyi kunnolla Havelangen puheenjohtajuudesta, jonka aikana Fifan rooli jalkapallon, median ja sponsoreiden muodostaman tiiviin kolmiyhteyden varainhoitajana sinetöityi. Sitten Blatterin noustua puheenjohtajaksi Havelangen ajan kehityskulut vain voimistuivat ja paikkojen välinen kilpailu mediajulkisuudesta kiihtyi. Nyansseille jää karkeasti valtio- ja korporaaionationalismin vaiheisiin jakautuvassa ajanjaksokoosteessa tilaa, sillä kyse on ison kuvan tendensseistä eikä selkeärajaisista muutoksista. (Kolamo 2014a, 61–62, 82.)

Valtio- ja korporaaionationalismin ajanjaksojen eroja urheilutapahtuman suunnitelmallisessa organisoinnissa kuvaa Berliinin vuoden 1936 olympialaisia ja Saksan vuoden 2006 MM-kisoja käsitellyt tutkimus. Natsi-Saksan olympiakisoissa tapahtuman esillepano ja ihmisten liikuttaminen tapahtuivat poliittisten intressien ehdoilla siinä missä MM-tapahtumaa vietettiin 80 vuotta myöhemmin tavamerkkimaisemissa, jotka oli organisoitu valtiopropagandakoneiston sijaan brändäyskoneiston johdolla taloudellisten tuottojen maksimointi mielessä. (Kolamo & Vuolteenaho 2014.)

Nykyiseen MM-kisatapahtuman formaattiin kuuluvat mediajulkisuutta silmällä pitäen muokattut kaupunkitilat ja paikallisten ihmisten vieraanvaraisuus. Venäjän kisoissa vuonna 2018 nämä yhdistyivät soraäänteen vaientamiseen ja paikoin tv-kuvissa vahvistettuun Putin-kulttiin, joka kukoisti vahvoin turvallisuustoimin valvottujen, virallisten ja tuotteistettujen alueiden ulkopuolella. Tämän on nähty kielineen valtiopropagandan paluusta jalkapallon MM-kisoihin. (Kolamo 2019.) Osa Fifan yhteistyökumppaneista vetäytyi Venäjän kisojen alla, kun järjestön maine ryvettyi korruptioskandaalissa, mutta MM-turnauksen sponsoripaikkojen täyttämässä hätiin tulivat yritykset autoritaarisista maista (Reiche 2018, 287).

Sponsorivyyhti kertoi kansainvälisessä jalkapallossa hahmottuvista globaalien tason myllerryksistä politiikan ja talouden suhteissa. Tarina Fifan MM-turnauksen kehitysvaiheista onkin samalla kertomus urheilun globalisaatiosta. Globalisaatio voidaan karkeasti ymmärtää keskinäisten riippuvuussuhteiden merkitystä maailmassa kasvattavien poliittisten, taloudellisten, sosiaalisten ja kulttuuristen prosessien voimistumisena. Maailmanlaajuisissa urheilujärjestöissä globalisaatio on ilmentynyt ylhäältä päin tapahtuvana muutoksena, kun uusi informaatioteknologia on yhdistynyt vaurautta luoviin maailmanlaajuisiin vapaisiin markkinoihin, vapaakauppaan ja pääoman vapaaseen liikkuvuuteen. Vaihtoehtoisena tai kilpailevana muutosvoimana voidaan

pitää alhaalta ylöspäin suuntautuvaa globalisaatiota, joka kamppailee demokratian, taloudellisen reiluuden, ympäristön suojelemisen sekä sosiaalisten ja työntekijöiden oikeuksien puolesta. (Ks. Sage 2016, 24–25.)

Jalkapallon globalisoiduttua Fifa on kierrättänyt MM-kisoja mantereelta toiselle, ja viimeisimpiä kisoja ovat isännöineet maailmassa poliittista ja taloudellista vaikutusvaltaansa yhteisvoimin kasvattamaan pyrkineistä BRICS-maista Etelä-Afrikka, Brasilia ja Venäjä sekä nyt yhtä lailla maabrändinsä kiillottamisesta ja keskiluokkaisten turistien ja investoijien mukanaan tuomasta talouskasvusta kiinnostunut Qatar (Kolamo 2014a, 46–47). Urheilun megatapahtumien järjestämisessä painopiste on siirtynyt jo kyvykkyytensä todistaneista taloudellisesti ja kulttuurisesti edistyneistä maista näiltä osin vasta tulemistaan tekeviin valtioihin. Epädemokraattisten maiden verrattain suoraviivaiset päätöksentekoprosessit ja erilaiset käsitykset kansalaisoikeuksista mahdollistavat organisointinsa osalta tiukasti tapahtuman omistajan määräysvallassa olevien ja paljon työvoimaa sekä julkisia resursseja vaativien urheilukisojen isännöimisen. (Foley ym. 2011.) Demokraattisen kitkan puute on avoimesti katsottu MM-isännöityttä tavoittelevien tahojen eduksi. Fifan entinen pääsihteeri Jérôme Valcke totesi vähäisemmän demokratian olevan MM-kisojen järjestämisen kannalta suotuisampaa, kun Brasilian kisajärjestelyissä oli ilmennyt vaikeuksia (Reuters 2013).

Niin kisojen kalleus kuin kansainvälisten urheilujärjestöjen mädänneisyys ja lisääntynyt tietoisuus tapahtumien synnyttämistä yhteiskunnallisista epäkohdista ovat olleet syitä urheilun megatapahtumien isännöityttä tavoittelevien valtioiden ja kaupunkien määrän laskulle. Juuri Brasi-liassa leimahti vuoden 2014 MM-kisojen alla massiivisia protesteja, joiden syykkeitä olivat MM-kisapaikkojen siistimisprojekteihin kuuluneet häädöt ja asuinalueiden tuhoamiset sekä stadionien turvonneet rakennuskustannukset. Samanaikaisesti närkästyttä kansan syvissä riiveissä aiheuttivat maan hallituksen korruptoituneisuus ja poliisiväkivalta sekä julkisen liikenteen kalliit hinnat. (Kolamo 2018, 20–21.)

Kansalaisten epäluulo ja jopa ajoittainen vihamielisyys urheilun valtaapitäviä kohtaan on luonnollista seurausta imperiumimaisiin mittasuhteisiin laajenneista kansainvälisistä urheilujärjestelmistä, joissa urheilujohtajien ja -fanien kiulu on väistämättä kasvanut tavattoman suureksi. Kansainvälisiltä urheilujärjestöiltä odotetaan demokraattisuutta eri tavalla kuin vaikkapa monikansallisilta yrityksiltä. Onhan näillä sentään käsissään yhteinen ja arvokas populaarikulttuurin resurssi. Esimerkiksi Fifan jäsenvaltioilla ja yhteistyökumppaneilla on kuitenkin eriäviä

intressejä, ja televisio-oikeuksista sopimisessa sekä kisaisännöyksien myöntämisessä on kyse miljardiluokan rahasummista, jolloin kiusaus väärinkäytöksille kasvaa helposti liian suureksi. Epäeettinen toiminta puolestaan houkuttelee tutkivat journalistit ja akateemiset urheilun kriitikot skandaalien jäljille. Median käsittelemien häväistysten keskiössä ovat kuitenkin yleensä samat urheilun seuraajia vähemmän kiinnostavat rikkaat hallintovirkamiehet, jotka ovat toimillaan luoneet ne urheilevat kuuluisuudet, joiden edesottamuksia ihmiset tykkäävät mediasta seurata. (Rowe 2011, 126–127, 135.)

Tutkiva journalisti Andrew Jennings (2011) on esittänyt, että urheilusta on tullut kapitalismin työkalu ja että ahneet valtaapitävät käyttävät häikäilemättä hyväkseen jalkapallon kauneutta, jonka niin monet ihmiset eri puolilla maailmaa tunnustavat. Hänen mukaansa Fifan retoriikassa vaalitaan muiden kansainvälisten urheilujärjestöjen tavoin moraalisesti yleviä periaatteita, mutta järjestön varsinainen toiminta ei välttämättä vastaa juhlapuheiden sisältöä eikä kestä päivänvaloa. Valtioista riippumattomana kansainvälisenä kansalaisjärjestönä Fifa ei ole vastuussa oikein kellekään, eikä läpinäkyvyys ole osa sen toimintaa, vaikka itse organisaation taholta muuta väitettäisiin. Tällainen toimintakulttuuri on, kuten jo todettua, osoittautunut korruptiolle otolliseksi kasvualustaksi. (Jennings 2011.)

Tässä alaluvussa kuvattujen kehityskulkujen myötä jalkapallo on saapunut kauttaaltaan mediointuneeseen, kuluttajalähtöisyyttä ja ylirajaisia kytköksiä painottavaan historialliseen tilanteeseen, jossa sitä kohdellaan ennen kaikkea viihde- ja bisnestuotteena (ks. Kolamo 2014a, 73). Seuraavaksi tarkastellaan lähemmin sitä, miten Fifa ja kisaisäntä nykyisellään muovaavat jalkapallon MM-kisaspektaakkelista mediajulkisuutta silmällä pitäen liiketoimintojen näkökulmasta arvokkaan viihdepaketin.

### **3.2 Fifan pelisuunnitelman toteuttaminen edellyttää kisaisännältä kovia otteita**

Jalkapallon MM-kisatapahtuma voidaan käsittää keskitetyksi mediaspektaakkeliksi (Kolamo 2014a). Näkökulma kumpuaa Debordin (2005) kirjoituksista, joissa murheellisuuden ympäröimän autuaan yhdistymisen kuvan eli spektaakkelin eri muodot yhdistetään kokonaisuun yhteiskuntajärjestelmiin. Hänen mukaansa keskittyneessä spektaakkelissa kaikki valinnat on tehty etukäteen, eikä massoilla ole näin aidosti valinnanvaraa, sillä kaikki spektaakkelin virallista olemassaoloa määrittävään kuvaan sopimattomat valinnat, koskivat ne sitten mitä tahansa,

tukahdutetaan väkivalloin. (Debord 2005, 63–64.) Jalkapallon MM-kisoja on mahdollista pitää tällaisena totaalisenä kuvien näytöksenä, jossa huomio kiinnittyy julkisivuun ja kaikki näyttäytyy valmiiksi tehtynä, jolloin osallistujalle ei jää muuta vaihtoehtoa kuin kytkeä itsensä osaksi tapahtuman tuotantokoneiston mieleiseseen masinoimaa kuvavirtaa. MM-kisoissa olennaista on mediajulkisuuden kontrolli, jota avittaa media- ja kaupunkitilan yhteen kytkeytyminen. (Kolamo & Levä 2022, 84, 89.)

Media on MM-kisoissa sekä tapahtuman rahoittaja että julkisen näkyvyyden viestintäkanava, jonka välityksellä halutunlaiset esitykset saavuttavat eri maailman kolkat. Tapahtumapaikkojen symbolista ja materiaalista ympäristöä muokataan globaalien yleisöjen ja heidän huomiostaan riippuvaisten mainostajien katseita varten. (Kolamo 2014a, 30–31.) Megatapahtumiin sisältyy niiden järjestäjien näkökulmasta riskejä, sillä paikalle saapuu sankoin joukoin ulkomaisia journalisteja, joiden tehtävään kuuluu usein muutakin kuin urheilukilpailusta raportoimista, minkä lisäksi erilaiset protestiryhmät saattavat haluta käyttää tapahtuman näkyvyyttä omiin tarkoituksiinsa (Rowe 2011, 117–118).

Tämän vuoksi tietynlaisten kuvien ja tekstien globaalien kierron varmistamiseksi tapahtuman esillepanossa ja organisoinnissa yhdistyvät pakottavan ja suostuttelevan vallan muodot. Pakottava valta perustuu Fifan, poliitikkojen, virkamiesten ja yritysjohtajien laatiin, suurilta osin salattuihin sopimuksiin, joiden avulla jalkapallospektaakkelin kulkua kisakaupungeissa säädelään. Suostuttelevan vallankäytön ytimessä ovat puolestaan tilojen päämäärähakuinen rajaaminen, ihmisten huomion suuntaaminen ja tunteisiin vetoava identiteettityö sekä yhteisölliseen jalkapallojuhlaan mukaan kutsumisen strategiat. Suostutteluvallalla pyritään kätkemään tapahtuman etenemiseen vahvasti vaikuttavia pakottavan vallan muotoja. (Kolamo 2018, 50–54.)

Fifan institutionaalinen valta ei helposti horju, sillä se perustuu organisaation suvereeniin monopoliasemaan kansainvälisen jalkapallohierarkian huipulla. Urheilukilpailuna ainutlaatuisissa MM-kisoissa tämä suhteellisen järkkymätön valta on tapahtuman tuotantokoneiston käsissä. Tämän valtakoneiston muodostaa Fifa sponsoreineen yhdessä kisaisännän ja television kanssa. (Kolamo 2014a, 26–27.) Jalkapallon MM-kisat, kuten myös olympialaiset, kärsivät rakenteellisesta vajeesta, mitä tulee tapahtuman kustannusten kattamiseen. Nykyistä suurusluokkaa olevien MM-kisojen läpivienti ei onnistuisi Fifan tapahtumatuloilla, mutta organisaatio onkin suunnitellut tapahtuman järjestämisen niin, että se pääsee nauttimaan merkittävimmistä tulovirroista samalla, kun osallistuu itse vain pieneen siivuun kustannuksista. (Müller ym. 2022.)

Yhteistyökumppaniensa kanssa solmimien sopimuksin tapahtuman käsikirjoituksesta vastaa siis Fifa (Kolamo & Levä 2022, 82), jolla on MM-kisatuotteen omistajana suurin valta kisatapahtumien yleisessä organisoinnissa, kaupunkitilojen uudelleen rakentamisessa ja kisojen audiovisuaalisen ilmeen sekä yleisen estetiikan suunnittelemisessa. Fifan ylin valta kisojen taloudellisessa, poliittisessa ja kulttuurisessa organisoimisessa ulottuu näin konkreettisesti paikallisten ihmisten arkeen. (Kolamo 2014a, 32.)

Tämä hahmottuu siinä, kuinka jalkapallon MM-kisojen kaltainen tapahtuma ottaa sitä isännöivän yhteiskunnan haltuun kolmen ulottuvuuden kautta. Ensinnäkin infrastruktuurin osalta tapahtumaprojektin ehdoilla tehtävä kaupunkitilojen muokkaaminen uusine areenoineen tapahtuu laajemmin ja kauaskantoisemmin kaupunkien tarpeita palvelevien infrastruktuurihankkeiden kustannuksella. Toisekseen kisat järjestetään taloudellisesta näkökulmasta siten, että paikallinen poliittinen ja taloudellinen eliitti hyötyy eniten tapahtumasta, jonka hintalappu yleensä arvioidaan alakanttiin ja rahoitetaan julkisista varoista. Kolmanneksi tapahtuma kaappaa ympäristönsä myös lainsäädännöllisesti, sillä sen valmistelu vaatii kompromisseja ja poikkeuslainsäädäntöä, joilla kansalaisten oikeuksia rajoitetaan. (Müller 2017.)

Fifan tapahtumajärjestelyissä väkevästä valtapositionista huolimatta sen näkyvyys kisojen aikana on näytösluontoista ja paikoittaista. Järjestön näkyvimmit edustajat eli puheenjohtaja ja pääsihteeri puhuttelevat yleisöjä osaksi sen kameratietoista julkisivutyötä liittyvissä huolellisesti suunnitelluissa media ja pr-tilaisuuksissa, joiden tarkoituksena on luoda Fifasta kuvaa epäpoliittisena ihannetoimijana. (Kolamo 2014a, 32–33.)

Kun Fifa käärii taskuunsa televisio- ja sponsorisopimuksista tulevat rahat, kisaisännän rooliksi jää tapahtuman kustannusten ja riskien kantamisen ohella tapahtumapaikkojen ja muiden rakenteellisten edellytysten tarjoaminen (Kolamo 2014a, 33). Tapahtumatuotannossa rahoitus, kaupunkitilojen muutostyöt ja paikkojen brändääminen ovat siis pitkälti kisaisännän harteilla. Itse kisojen aikana ihmisten toiminnan ohjaaminen nousee keskiöön, ja MM-spektaakkelin laakattua tapahtumaisännän toiveissa on, että kisanäyttämöillä järjestettäisiin jatkossakin urheilua ja viihdetapahtumia ja että alue nousisi turistien sekä sijoittajien suosioon (Kolamo & Levä 2022, 82.) Transnationaalien korporaatioperheen kolmannen lenkin eli television kisalähetysten samankaltaisena toistuvaan dramaturgiseen formaattiin perustuvaa toimijaroolia MM-tapahtumassa (Kolamo 2014a, 34) käsitellään myöhemmin luvussa viisi, mutta nyt tarkastellaan hieinan yksityiskohtaisemmin Fifan ja kisaisännän toimintaa.

Hurmoshenkisestä kansallistunteesta suojaa hakevan ja sen yhteyteen mielellään logonsa liittävän Fifan pistemäistä näkyvyyttä Etelä-Afrikan MM-kisoissa väitöskirjansa yhteydessä tutkineen Kolamon (2014a) mukaan Fifa tulee kisojen aikana etualalle kolmella sen toimintaa puolustavalla tavalla. Yhtäältä omia taloudellisia etuja edistääkseen Fifa määrittelee politiikkaa siten, että se koskee vain poliitikkojen valtiollisissa instituutioissa tekemää parlamenttityötä, eikä esimerkiksi jalkapallon johtamista ja hallinnointia. Valtiojohtajien seurassa Fifan edustajat esiintyvät mielellään, mutta tällöin poliittisen eliitin väliintulo yhdistyy kunnian ja ylpeyden tunnetiloihin, jotka monesti perustuvat maajoukkueiden hypoteettiseen ja Fifan suunnitteleman tv-dramaturgian vahvistamaan rooliin kansakuntien kyvykkyyden heijastajina. Poliitikkojen asioihin puuttumista muilla tavoin ei katsota hyvällä eikä Fifan sisäisiksi ja yksityisiksi määrittelemiä asioita puida julkisuudessa. (Kolamo 2014a, 83–95.) Fifa on perinteisesti sulkenut toimintansa ulkopuolelle sellaiset jäsenliitot, joiden toimintaan kansalliset hallitusorganisaatiot ovat sen mielestä liiaksi sekaantuneet (Sage 2016, 211).

Toisaalta Fifa mieltää olevansa alkuperäisen tehtävänsä mukaisesti ensisijaisesti vastuussa pelin säännöistä. Esimerkiksi epäselvät ja tyytymättömyyttä aiheuttavat pelitilannetuomiot katsotaan olennaiseksi osaksi jalkapallon tarjoamaa inhimillistä draamaa. Kun tällaiset tulkinnanvaraiset tilanteet ja tuomarityöskentely sekä säännöt aiheuttavat keskustelua mediassa, on Fifa tavallaan tyytyväinen, sillä näin keskustelu pysyy tiukasti itse pelissä, ja kentän ulkopuoliset asiat jäävät vähemmälle huomiolle. Kolmanneksi Fifa pyrkii esiintymään maailmanparantajana, turvallisuuden ja reilun pelin takaajana, joka uudistaa kaupunki-infrastruktuuria ja luo yleistä hyvinvointia. Kyse on kuitenkin mitä suurimmassa määrin performatiivisesta julkisvuotyöstä, jossa yhtenä keskeisenä osana on Fifan yhteistyökumppaneiden sloganien, symbolien ja tuotteiden levittäminen köyhien maiden ihmisten tietoisuuteen. (Kolamo 2014a, 96–105.)

Kilpailuun megatapahtuman isännyydestä sen mukanaan tuoman globaalien medianäkyvyyden positiivisten vaikutusten uskossa osallistuvan kisaisännän ydintehtäväksi tapahtuman järjestämisessä on muodostunut paikkabrändääminen. Siinä on kyse paikallista itsemääräämisoikeutta rajoittavasta ja jalkapallotuotteen omistajan valta-asemaa vahvistavasta sosiaalisen tilan tuottamisesta, jota säädellään lainvoimaisin sopimuksin. Kokonaisia kaupunkialueita rakennetaan uudelleen turistien katseita ja televisiokameroita varten, ja tapahtuman vaaditunlainen kulku edellyttää myös paikallisilta ihmisiltä oikeaoppista käyttäytymistä. Ei-toivotut ihmiset ja symbolit suljetaan keskitetyn mediaspektaakkelin logiikkaa noudattaen surutta ulkopuolelle. Yhtenäistetyissä bränditiloissa autenttisuuden vaikutelmaa luovat virallisten tuotemerkkien

yhteyteen liitetyt paikallisuuteen viittaavat symboliset elementit, kuvat ja tekstit. (Kolamo 2014a, 115–166.)

Ulossulkeminen ja enklavisoituminen kuvaavat MM-kisojen organisointia. Globaaliin kiertoon tapahtumasta päätyvät mediaesitykset ovat lähtöisin paikkabrändäämisen tarpeisiin kiilloteuilta enklaaveilta eli erillisalueilta, jotka on puhdistettu ei-toivotuista ihmisistä ja symboleista. Yksityiset turvallisuusyritykset ja poliisi valvovat tehokkaasti Fifan kontrolloimia tapahtuma-alueita, jotka ulottuvat stadionien lisäksi ympäristöön niiden välittömässä läheisyydessä ja keskeisimpien kulkuväylien varsilla. Muokattujen kaupunkitilojen valvonnalla ja tuotteiden myynnille asetetuilla rajoituksilla Fifa haluaa varmistaa, että köyhyys ja muu tyytymättömyys pysyvät poissa silmistä. Järjestö ei myöskään salli sen yhteistyökumppaneihin kuulumattomien tahojen päästä hyötymään tapahtuman suosioista. Fifan harhaisen tarkasta virallisen tapahtumabrändin varjelusta esimerkiksi käy tapaus Etelä-Afrikan MM-kisoista, jossa kylläkin muutoin tapahtuman karnevaalitunnelmaan sopivasti ideaalifanien tavoin katsomossa käyttäytynyt naisjoukko oli pukeutunut hollantilaisen panimon MM-karsintojen aikana jakamiin logottomiin oransseihin mekkoihin. Kyseistä ryhmää odotti poliisikuulustelu ja uhkasi vankilatuomiot, kun se oli tullut ensin poistetuksi katsomosta. (Kolamo & Vuolteenaho 2013, 513–515.)

MM-kisatapahtuman yhteydessä voidaan puhua ihmisten joukkoliikuttamisesta kahdesta samanaikaisesti toteutuvasta ja toisiinsa linkittyvästä näkökulmasta. Yhtäältä ihmisiä liikutellaan kaupunkitiloissa heidän kulkuaan ohjaavin liikenteellisin ratkaisuin ja opastein, ja toisaalta liikkuttaminen voi viitata usein mediateknologian motivoimien ruumiillisesti koettujen tunteiden merkitykseen urheiluspektaakkelissa. Tapahtumaan osallistuvat ihmiset toimivat yhtä aikaa sekä yleisönä että osaksi tapahtuma- ja paikkabrändiä nivELYVINÄ esiintyjinä (Kolamo & Vuolteenaho 2014, 67–68.) Ihanteellisena yleisönä pidetään riemukasta karnevaalimeininkiä rohkealla tunneilmallisella ja nationalistien symbolien käytöllä ylläpitäviä faneja. Sen sijaan poliittiset aktivistit ja muuten kameroista tietoisena rakennetun tapahtumaformaatin etukäteissuunnitelmaa spektaakkelin pirtaan sopimattomilla ruumiillisilla rytmeillään ja liikkeillään sekä tunteiden osoittamisen tavoillaan häiritsevät henkilöt siirretään syrjään. Näitä toimenpiteitä perustellaan usein turvallisuuden takaamisella. (Kolamo & Levä 2022, 84.)

Perimmiltään Fifan omien ja sen yhteistyökumppaneiden immateriaalioikeuksien puolustamisessa sekä kaupunkitilojen pysyvässä ja hetkellisessä siistimisessä – tai toisin sanoen keski- luokkaistamisessa – on kuitenkin kyse MM-turnausbrändin varjelemisesta maailmanlaajuisen

mediahuomion valokeilassa (Kolamo 2018, 117). Tapahtuman järjestäjät ovat tämän suhteen yhä etulyöntiasemassa, vaikka heidän toiveidensa mukaisen virallisen narratiivin kolhiintumista on erilaisten digitaalisten media-alustojen määrän kasvun myötä kenties aiempaa vaikeampi estää (McGillivray 2017). Sosiaalisessa mediassa aktiivisten turistien ja paikallisten internetissä tapahtumasta levittämässä kuvissa näkyy kuitenkin usein juuri kisoja varten lavastettu julkisivu. Turistien runsaan kuvien napsimisen vuoksi *FIFA Fan Fest* -alueet sijoitetaan tyypillisesti vahvaa historiallista symbolimerkitystä huokuville paikoille, kuten aikanaan Saksassa Kölnin tuomiokirkon edustalle tai Brasilian Rio de Janeirossa Copacabanan rannalle. (Kolamo & Levä 2022, 83.)

Ensisijaisesti investoijia, turisteja ja hyväpalkkaisia veronmaksajia kosiskelevat mediaspektaakkelit jättävät jälkeensä urheilu- ja konserttiareenojen ohella elitistisiä asuinalueita, pilvenpiirtäjien muodostamia toimistokomplekseja ja uudenaikaisia kulutusparatiiseja (Kolamo 2014a, 120, 158). Tapahtuman ehdoilla mediajulkisuuden maksimoimiseksi tehtävien kaupunkitilojen muutosten on havaittu rydyttävän sosioalueellista polarisaatiota, kun esimerkiksi Etelä-Afrikan MM-kisoissa Fifa-johtoinen kokonaisvaltainen paikkabrändääminen näytti vain lisäävän epätasa-arvoa jo ennestään luokkajakautuneessa yhteiskunnassa (Kolamo & Vuolteenaho 2013). Onkin pohdittu, että ristiriidat tapahtuman järjestämisen taustalla olevien epäkohtien ja sen säihkyvää pintaa korostavan markkinointityön välillä nousevat todennäköisesti sitä räikeämmin esiin, mitä luokkajakautuneemmassa yhteiskunnassa toimitaan (Kolamo 2014a, 47).

MM-kisaprojektin taustalla piilee esitetyn perusteella jo lähtökohtaisesti, ja Qatarin isännöimien kisojen kohdalla korostuneesti, yhteiskunnallisiksi epäkohdiksi tulkittavia asianhaaroja, joita suurimmaksi osaksi median välityksellä koettavan tapahtuman etukäteissuunnittelulla pyritään häivyttämään näkyvistä. Erilaiset kriittiset kannanotot ja mahdolliset poikkeamat tv-kerronnassa ovat Fifan, sen yhteistyökumppaneiden ja kisaisännän näkökulmasta haitallisia dramaturgisia murtumia tapahtumaformaattissa. (Ks. Kolamo & Levä 2022.) On käynyt selväksi, että omia etujaan päämäärätietoisesti ajava Fifa ei tarkastele tapahtuman organisointia eettisesti, vaan kylmän käytännöllisesti taloudellisen voiton maksimoinnin näkökulmasta (Kolamo 2014a, 232).

Fifan tapahtumalle asettamia vaatimuksia ei oikeusvaltioissa nieltäisi ilman myönnytyksiä ja kompromisseja. Qatar sen sijaan autoritaarisena ja epädemokraattisena valtiona oli luontainen



valinta Fifan toiveiden mukaisen tapahtuman järjestäjäksi, sillä siellä soraäänät eivät pääse kuuluviin, vaikka maassa vallitseekin suuria yhteiskunnallisia epäkohtia. Vuoden 2022 MM-kisatapahtumaa todelliselta kritiikiltä suojasivat toimiluvan saajana eli *franchisees*'na toimineen Qatarin rahavallan verkostot. Fifalla oli puolestaan perinteinen toimintaehdot määrittävän mutta epäkohdista vastuuta kantamattoman toimiluvan antajan eli *franchisorin* puhemiesmäinen rooli. (Kolamo & Levä 2022, 87–88.)

Ylhäältä alaspäin suuntautuva hallinto, johon yhdistyvät salailevat menettelytavat ja vastuullisuuden puute ovat yhteisiä sekä Fifalle että Qatarille ja yleisemmin Persianlahdella sijaitseville valtioille. Kansainvälisen jalkapallon imagoa koetelleiden korruptioskandaalien keskiöstä on löytynyt usein vaikutusvaltaisia persoonia Lähi-idästä. Nämä kriisit ovat heijastelleet laajemmin kansainvälisten urheilujärjestöjen ja hallitusten kiistämää urheilun ja politiikan sääntelemättömänä rehottanutta suhdetta, josta ovat hyötäneet sekä itsevaltiaat että urheiluhallinnon byrokraatit. Qatarin järjestettäväksi manöveroitu MM-turnaus oli yksi esimerkki siitä, kuinka Persianlahden autokratiat ja urheilun korruptio ovat kuin luotuja toisilleen. (Ks. Dorsey 2018.)

### 3.3 Qatarilaisen speaktaakkelin käänköpuoli

Paikallisten asukkaiden pakkohäädöt, siirtotyöläisten hyväksikäyttö, kansalaisyhteiskunnan ja ihmisoikeusaktivistien hiljentäminen, journalistien pelottelu sekä tiettyihin ihmisryhmiin, kuten naisiin tai seksuaalivähemmistöihin kohdistuva syrjintä ovat yleisiä megatapahtumiin liittyviä väärinkäytöksiä (Worden 2015). Vaikka megatapahtumia on totuttu enenevässä määrin näkemään ihmisoikeustilanteensa puolesta kyseenalaisissa paikoissa, moni oli ihmeissään, kun Fifa myönsi vuoden 2010 joulukuussa jalkapallon MM-kisat 2022 Qatarin järjestettäväksi samassa tilaisuudessa, jossa vuoden 2018 turnausisännöyys myönnettiin Venäjälle (ks. FIFA 2010). Siinä, missä esimerkiksi Kiinan ja Venäjän kaltaiset valtiot ovat olleet tunnettuja myös urheilukulttuuristaan, oli tältä osin tuntemattoman, kooltaan pienen ja ilmastoltaan kuumen Qatarin kisaisännöydelle hankala nähdä oikeutettuja järkiperusteita. Vuoden 2022 MM-kisojen pääkiistanaiheiksi nousivat korruptioepäilyt, ympäristövaikutukset ja siirtotyöläisten kohtelu (Paché 2022, 26–27).

Qatar on Al Thanin suvun hallitsema absoluuttinen monarkia, jossa emiirinä valtaa pitää tällä haavaa Tamim bin Hamad Al Thani. Lähi-idässä Persianlahden rannalla Saudi-Arabian

rajanaapurina sijaitsevassa ja pinta-alaltaan alle 12 000 neliökilometrin valtiossa asuu noin 2,5 miljoonaa ihmistä. Öljy- ja maakaasuvaroihin taloutensa perustava Qatar on asukasta kohden lasketulla bruttokansantuotteella mitattuna yksi maailman vauraimmista maista, jossa liikalihavuus on muodostunut kansanterveydelliseksi ongelmaksi. (Ks. Central Intelligence Agency 2024.) Suuri enemmistö maan asukkaista on kuitenkin ulkomaalaisia, jotka eivät pääsee nauttimaan vauraudesta ja joilla ei juurikaan ole poliittisia oikeuksia tai kansalaisvapauksia (Freedom House 2023). Vuoden 2020 tilastojen perusteella Qatarin hiilidioksidipäästöt asukasta kohden olivat Maailmanpankin mukaan maailman raskaimmat (World Bank n.d.).

Politiikan tutkija Mehran Kamravan (2015) mukaan Qatar on noussut kokoonsa nähden poikkeuksellisen vaikutusvaltaiseksi kansainväliseksi toimijaksi käyttämällä hienovaraista valtaa (engl. *subtle power*), joka sopii hänen mielestään pian käsiteltävää pehmeää ja kovaa tai niiden yhdistelmänä pidettyä älykästä valtaa paremmin kuvaamaan Qatarin tapausta. Qatarin hienovaraisten vallan käytössä on huolellisesti sovitettu yhteen pitkälti Yhdysvaltojen tuomaan sotilaalliseen suojaan perustuva turvallisuus; positiiviseen maineen levittämiseen tähtäävä markkinointityö; kuvaa kansainvälisestä hyvän tekijästä luomaan pyrkivä aktiivinen diplomatia ja kansainvälisten suhteiden hoito siten, että lämpimät välit säilyisivät mahdollisimman moneen suuntaan; sekä maan raharikkauden mahdollistamat globaalit investoinnit. Näistä neljästä Qatarin hienovaraisten vallan komponentista ennen kaikkea maineen edistämiseksi tehty markkinointityö on näkynyt kansainvälisessä urheilussa. (Kamrava 2015, 46–68.)

Monessa Bahrainin, Kuwaitin, Omanin, Saudi-Arabian, Qatarin ja Yhdistyneiden arabiemiirikuntien muodostaman GCC:n eli Persianlahden yhteistyöneuvoston jäsenmaassa urheilu on valjastettu osaksi paikallisen poliittisen ja liiketaloudellisen eliitin taloudellista agenda. Se on väline kaupunkialueiden uudistamiseen, uusien investointikohteiden etsimiseen ja monikansallisten toimijoiden kanssa verkostoitumiseen nojaavassa strategiassa, jolla pyritään kehittämään kansainvälisiä suhteita fossiilisista polttoaineista eroon pyrkivässä ja niiden ehtymiseen varautuvassa maailmassa. (Ks. Amara 2016, 129–131.)

Qatarin lisäksi esimerkiksi Saudi-Arabiassa urheilu on osa ”leipää ja sirkushuveja” -politiikkaa, jolla legitimoidaan kyseisen maan hallitsijan valtaa ja luodaan tunnetta kansallisesta yhtenäisyydestä. Jalkapalloa käytetään Persianlahdella vallan projisoimiseen ja lujittamiseen niin kansainvälisellä kuin alueellisemmalla tasolla. Erityisesti Qatar on kuitenkin kunnostautunut myös yhteiskunnallisen kehityksen tukemisessa urheilun avulla, mikä toimii vastaiskuna

kansainvälisen mediahuomion kasvun kanssa samaa tahtia lisääntyneelle kritiikille, joka kohdistuu muun muassa alueen ihmisoikeustilanteeseen. (Bianco & Sons 2023.) Urheilu on Qatarille sisäpoliittinen työkalu sen talouden monipuolistamisessa, infrastruktuurin parantamisessa, korkeasti koulutettujen työntekijöiden houkuttelussa ja terveen yhteiskunnan kehittämisessä (Reiche 2015, 495–498).

Urheilupanostusten ulkopoliittisena motiivina on puolestaan luoda kansainvälisiä suhteita sekä kasvattaa mainetta ja arvovaltaa, mitkä ovat kansallisen turvallisuuden näkökulmasta tärkeitä objektiivaja maantieteellisesti konfliktiherkällä alueella, suurten Saudi-Arabian ja Iranin läheisyydessä, sijaitsevalle pienelle valtiolle. (Reiche 2015, 498–501.) Urheilutapahtumien isännöinti, järjestelmällisten talentin tunnistamisohjelmien ohella usein ulkomaisiin Qataria edustaviin urheilijoihin nojaava huippu-urheilumenestyksen tavoittelu ja investoinnit kansainväliseen urheiluun kuuluvat valtion urheilustrategisiin toimenpiteisiin. Kansainväliseen urheiluun investoinneista esimerkeiksi käyvät mediaoikeuksien hankkiminen ja ranskalaisen jalkapalloseuran Paris Saint-Germainin ostaminen vuonna 2011. (Reiche 2015, 492–495, 500; Søyland & Moriconi 2022, 360–367.) Lisäksi 2000-luvun alusta lähtien maan kansalliseen liigaan on houkuteltu kovien palkkojen avulla korkean profiilin jalkapalloilijoita. Qatarin puolesta puhuvat urheilutähdet ovat niin ikään osa valtion monitasoista urheilustrategiaa, joka perustuu urheiluun investoidun rahan tuomaan julkisuuteen ja poliittiseen vaikutusvalttaan ja jonka onnistuminen riippuu urheiluliittojen ja poliittisten instituutioiden sille antamasta tuesta (Søyland & Moriconi 2022, 367–369).

Urheilun ulkopoliitiikan välineenä hyödyntämisen yhteydessä puhutaan usein pehmeän vallan käytöstä. Pehmeän vallan viehätysvoimasta on tiedetty kauemmin, mutta käsitteen lanseerasi Joseph S. Nye (1990) kylmän sodan lopulla, jolloin maailma oli kehittynyt niin, että keskinäisriippuvuudet olivat kasvaneet ja maailmanpolitiikka monimutkaistunut samalla, kun sotilaallisen voiman käyttämisestä vallanlähteenä oli tullut kalliimpaa ja vaarallisempaa. Pehmeä valta assosioituu kulttuuriin, ideologiaan ja instituutioihin. Se on pakkokeinoja, käsky- ja määräysvaltaa vähemmän konkreettinen ja vaikeammin vaihdettavissa oleva vallan muoto, jossa on valtiollisen politiikan tasolla kyse siitä, että maa saa muut maat haluamaan kanssaan samoja asioita. Pehmeää valtaa havitteleva tai sitä käyttävä maa siis koettaa rakentaa itselleen otollisen tilanteen siten, että toiset maat näkevät sen tavoitteita tukevan toiminnan myös omien etujensa mukaisena. (Nye 1990.)

Pehmeän vallan käytössä piilee kuitenkin myös riskinsä, joista on jo puhuttu ilman pehmeä valta -käsitettä aiemmin tässä tekstissä. Qatarin näkyvät pyrkimykset itsensä maalaamiseen kyvykkäänä ja modernina sekä yhteistyökykyisenä kansainvälisenä hyväntekijänä sisältävät pehmeän vallan menettämisen mahdollisuuteen liittyvän kääntöpuolen. Muun muassa huono ihmisoikeustilanne ja korruptioepäilyt näyttävät epärehellisyydestä ja myötätunnon puutteesta viestivinä mainehaittoina, jotka herättävät maailmalla epäilyksiä Qatarin kelpoisuudesta kansainvälisen yhteisön täysivaltaiseksi jäseneksi. (Brannagan & Giulianotti 2015.) Toki pakottavana vallankäytön muotona Qatarin tekemisille turvaa luo valtion omistaman investointiyhtiö QIA:n maailman eri kolkkiin ulottuvien yritysostojen ja investointien kattava kokoelma, joka on iso syy sille, että monet kansainvälisen politiikan ja talouden vaikutusvaltaiset tahot eivät mielellään moiti Qataria ja sen vallanpitäjiä (Kolamo & Levä 2022, 87).

Pehmeän vallan käytön sijaan arvostelijat ovat nähneet Qatarin harrastavan urheilupesua. Siinä on kyse urheilun suunnitelmallisesta hyödyntämisestä moraalisten rikkomusten tahrinan maineen puhdistamisessa. Urheilupesun katsotaan turmelevan urheilun kulttuurisesti arvokkaita elementtejä ja tekevän urheilun seuraajista sekä urheilijoista taustajoukkoineen epäsuorasti osallisia tähän vääryyteen. Esimerkiksi seurojen omistamisen ohella juuri megatapahtumien järjestäminen voi olla osa urheilupesua, jolla pyritään normalisoimaan tai vähättelemään moraalisia rikkomuksia ja siirtämään huomiota pois näistä epäkohdista. Qataria pidetään tapauksena, jossa urheilupesun paradigma manifestoituu, koska urheilupesua harjoittavana tahona on valtio, jonka moraaliset rikkomukset ovat suhteellisen vakavia, ja urheilua käytetään nimenomaan strategisesti ja tarkoitushakuisesti väärinteosta aiheutuvien ei-toivottujen maineellisten vaikutusten minimointiin. (Fruh ym. 2022.)

Jalkapallon MM-kisojen järjestäminen tuki luontevasti Qatarin valtion kehitysohjelmaan kirjattuja tavoitteita, joiden mukaan maan tulisi olla vuonna 2030 oman kehityksensä ylläpitämiin kykenevä ja edistynyt korkean elintason maa. Inhimillinen, sosiaalinen ja ympäristönäkökulmat huomioiva kehitys sekä kilpailukykyisen ja monimuotoisen talouden kehittäminen on nimetty Qatarin valtion kansallisen vision toteutumisen tukipilareiksi. (Ks. Qatar National Vision 2030 n.d.)

Kansainvälisissä jalkapalloturnauksissa kahdeksan vuoden aikana haastateltujen journalistien, tapahtumahenkilökunnan ja vapaaehtoistyöntekijöiden, kannattajien sekä Euroopasta ja Pohjois-Amerikasta GCC-maihin muuttaneiden henkilöiden vastausten temaattiseen analyysiin

perustuneen tutkimuksen mukaan Qatarin menestyminen kisojen organisoimisessa ratkeaisi eri maista saapuvien ja erilaisten ihmisten vastaanottamisessa, turvallisuuden takaamisessa ja diplomaattisessa sovittelussa onnistumiseen. Viimeksi mainittu oli edellytys turnauksen järjestämiselle valtiossa, jonka välit muiden GCC-maiden kanssa olivat tulehtuneet. (Rookwood 2019.) Samantyyppisiä teemoja nousi esiin kansainvälisen jalkapallon perässä matkaavien kannattajien näkökulmia Qatarin isännöimään turnaukseen erilaisten aineistojen avulla kartoittaneessa tutkimuksessa (Brannagan & Rookwood 2016), jonka antia hyödynnetään nyt turnauksen etenemisen ja kiistanaiheiden käsittelyssä.

Kannattajia askarruttivat enemmän tai vähemmän Qatarin sopivuus jalkapallomatkailun kohteeksi, kyseenalainen kisaisännän valintaprosessi sekä paikallinen kulttuuri ja käytännöt. Ensiksi mainitun kohdalla huolta aiheutti kisaturistien turvallisuus, jota eri kannattajaryhmien Qatarin pienestä koosta johtuvan läheisyyden pelättiin potentiaalisesti uhkaavan. Lisäksi puhuttiin paitsi ilmastolliset olosuhteet myös tuhlaavainen stadioninfrastruktuurin rakentaminen jalkapallokulttuuriltaan ohueen maahan. (Brannagan & Rookwood 2016, 176–179.) Myönteisen mediajulkisuuden toivossa tiettyjä arabikulttuurin elementtejä ilmentäneet, esteettisesti ja arkkitehtonisesti vaikuttavat, Qatarin MM-kisastadionit olivat osin tai kokonaan moduuleista valmistettuja ja siten kisojen jälkeen liikuteltavissa ja kierrätettävissä. Täysin ilmastoitujen stadionien vaatimat massiiviset energiantuottotarpeet kuitenkin vähensivät tämän kenties ekologisesti huomaavaisen mutta näytösluontoisen menettelyn painoarvoa. (Kolamo & Levä 2022, 85–86.) Fifan puolesta kisoja mainostettiin hiilineutraaleina, vaikkei väitteen todenperästä ole näyttöä (Paché 2022, 30–31).

Toisekseen hämäräperäinen kisaisännyyden myöntäminen korostui haastateltujen kannattajien näkökulmissa. Tutkivan journalismin paljastuksien pätevyyttä lahjus- ja korruptiosyytösten osalta ei kiistetty, minkä vuoksi Qatarin oikeuteen isännöidä kisoja suhtauduttiin epäilevästi (Brannagan & Rookwood 2016, 179–181). Kisojen myöntämiseen liittyneet korruptioepäilyt eivät jääneet epäilyjen tasolle. Massiiviseen tietovuotoon käsiksi päässeet Sunday Timesin tutkivat journalistit ovat kirjoittaneet kansainvälisen jalkapallohallinnon korruptoituneisuudesta kertovan kirjan, jossa käydään seikkaperäisesti läpi, kuinka MM-kisat juonittiin Qatarin järjestettäväksi (Blake & Calvert 2016).

Helmikuussa 2016 Fifassa linjattiin organisatorisista muutoksista ja Gianni Infantino valittiin järjestön uudeksi puheenjohtajaksi (Gibson 2016). Tämä oli seurausta skandaalista Venäjän ja

Qatarin kisojen myöntämisen taustalla. Toukokuussa 2015 vuotuisen Fifan kongressin aattona yhdysvaltalaiset viranomaiset pidättivät Zürichissa useita Fifan virkamiehiä samalla, kun Sveitsin viranomaiset käynnistivät tutkinnan lainvastaisesta huonosta hallinnosta ja rahanpesusta MM-kisaisännöyksien jakamisessa. Fifan puheenjohtaja Blatter ei ollut pidätettyjen virkamiesten joukossa. (Gibson & Gayle 2015.) Fifan eettinen komitea asetti kuitenkin joulukuussa 2015 Blatterin ja Euroopan jalkapalloliiton Uefan tuolloisen puheenjohtaja Michel Platinin toimintakieltoon kaikesta jalkapalloon liittyvästä toiminnasta. Päätöksen syynä oli Blatterin Platinille helmikuussa 2011 suorittama miljoonaluokan maksu, jolle eettinen komitea ei katsonut olleen laillista perustetta. (BBC Sport 2015.)

Vaikka vuonna 2015 alkaneessa Fifa-skandaalissa oli kyse jalkapallomaailman geopolitiiseen järjestykseen liittyvistä valtakamppailuista (Kolamo 2018, 116–117), David Rowen (2017) mukaan valtamediassa tapahtumien käsittelyssä korostuivat kuitenkin henkilöt. Tämä näkyi esimerkiksi Blatteriin kohdistuneena komiikkaan pohjaavana ivailuna ja alleviivasi urheilujournalismin epäonnistumista urheilun institutionaalisen politiikan käsittelemisessä. (Rowe 2017.) Toisaalta korruptioskandaalin tapahtumat olivat jälleen osoitus siitä, että usein tutkivalla journalismilla on ratkaiseva merkitys urheiluorganisaatioissa tapahtuvien väärinkäytösten paljastamisessa (ks. Rowe 2011, 131).

Kolmas haastatteluista esiin noussut teema oli islamistisiin normeihin perustuva qatarilainen kulttuuri ja valtion sisäinen politiikka. Monet futismatkaajat näkivät Qatarin kisoissa mahdollisuuden uusille kokemuksille, mutta esimerkiksi naisten ja seksuaalivähemmistöjen kohtelusta huolestuneet kannattajat olivat paikallisten käytäntöjen vuoksi kisatapahtuman suhteen skeptisempiä. (Brannagan & Rookwood 2016, 181–183.) Paikallisen kulttuurin vaikutus tapahtuman kulkuun tuli kenties näkyvimmin esiin sateenkaarivärisymbolien ja alkoholin kohdalla. Turnauksen alussa stadioneilta kiellettiin seksuaalivähemmistöjen tukemiseen yhdistetyt sateenkaarivärit, joiden suhteen Fifan kanta muuttui kesken turnauksen, mutta kapteeninnauhoissa ei vastaavantyyppisiä kannanottoja nähty (Delaney 2022). Vain kaksi päivää ennen turnauksen alkua poikkeuksellisenä kisaisännän voimannäyttönä alkoholijuomien anniskelusta stadionalueilla pidättydyttiin (Ingle 2022).

Toisin kuin lippujen saatavuus, ihmisoikeuksien toteutuminen siirtotyöläisten kohdalla ei vaikuttanut kannattajien ratkaisujen suhteen merkitykselliseltä asialta. (Brannagan & Rookwood 2016, 181–183.) On olemassa alustavaa tutkimusnäyttöä siitä, että urheilun megatapahtumiin

osallistujat irrottautuvat moraalisesta vastuusta, jota heidän tapahtumien tukijoina voidaan osaltaan kuvitella kantavan (Schofield ym. 2018). Vapaudeltaan rajoitettuja ja kurjissa oloissa majoittuneita siirtotyöläisiä on pidetty Qatarissa ankarassa nuhteessa ja esimerkiksi mitättömältä vaikuttavien palkkojen maksamisessa ei ole pidetty kiinni sopimuksista (Kolamo & Levä 2022, 87). Qatarissa kisojen myöntämisen jälkeen kuolleiden ja kuumissa olosuhteissa pitkiä tunteja työskennelleiden siirtotyöläisten määrä liikkunee viisinumeroisissa lukemissa. Tarkkaa lukua kuolemista, jotka ovat liittyneet suoraan MM-kisojen rakennusprojekteihin ja jotka ovat olleet seurausta huonoista työolosuhteista on mahdoton sanoa, sillä Qatarin viranomaiset eivät ole suurelta osin dokumentoineet kuolinsyitä asianmukaisesti. (Amnesty International 2021.)

Valoisemmin ajatellen kisojen myöntämistä pehmeää valtaa tavoittelevalle Qatarille pidettiin mahdollisuutena, mitä tuli siirtotyöläisten oloihin puuttumiseen ja paikallisen orjuutta muistuttavan työjärjestelmän uudistamiseen. Leijonan osan Qatarin väestöstä muodostavien siirtotyöläisten oikeudellisen aseman parantaminen on toisaalta paikallisesti koettu uhkaksi maan kansallisen kulttuurin ja identiteetin suojelemisen näkökulmasta eikä se ole varsinaisesti kannustanut, vaan pikemminkin jarruttanut yhteiskunnallisten ongelmien korjaamista. (Dorsey 2014.)

Kolmesta eri syystä GCC-maiden ihmisoikeustilanteen kohentuminen pitkässä juoksussa on kuitenkin nähty mahdolliseksi. Ensinnäkin näissä valtioissa on viimeisen 50 vuoden aikana otettu merkittäviä taloudellisia ja yhteiskunnallisia kehitysaskelia, joista ainakin paperilla parantuneet työläisten oikeudet ovat kenties viimeisin esimerkki. Toisekseen kansainväliset ihmisoikeudet ovat tulleet nyt osaksi alueen hallitusten virallista retoriikkaa, minkä toivotaan heijastuvan myös käytännön tasolle. Kolmanneksi paikallisiin uusiutumattomiin luonnonvaroihin perustuvien ja valtion hallintaan keskittyneiden talouksien monipuolistumisen ja hajautumisen myötä alueella on lähivuosikymmeninä edessä väistämättä yhteiskunnallisia muutoksia, jotka voivat avata vaikutusmahdollisuuksia poliittisten- ja kansalaisoikeuksien parantamiseen tähtäville ryhmille. (Walker 2023.)

Potentiaalisten muutosten realisoituminen todella siintää vasta hamassa tulevaisuudessa, sillä pian MM-kisojen mukanaan tuoman valokeilan väistyttyä ihmisoikeustilanne Qatarissa vaikutti kansainvälisen ihmisoikeusjärjestö Amnesty Internationalin mukaan varsin lohduttomalta. Siirtotyöläisten hyväksikäytön mahdollistaneeseen *kafala*-sponsorijärjestelmään tehtiin kyllä kisojen lähestyessä uudistuksia, ja esimerkiksi uusi minimipalkka sekä työterveys- ja -turvallisuuslainsäädäntö olivat askelia oikeaan suuntaan työntekijöiden aseman parantamisessa.

Turnauksen lähestyessä siirtotyöläisten hyväksikäyttö kuitenkin jatkui, monia lupauksia jäi täyttämättä ja uusien lakien noudattamisen valvominen oli heikkoa. Siirtotyöläisiltä evätään edelleen työpaikan vaihtaminen ja ammattiliittoihin liittyminen, minkä lisäksi muun muassa kuolinsyiden tutkiminen ja työntekijöiden suojaaminen kuumudelta ovat jääneet retuperälle. Oikeussuojan puutteesta kärsivät vierastyöläiset joutuvat myös yhä usein suorittamaan laittomia maksuja rekrytoimisestaan. (Amnesty International 2023, 3–4.)

Urheilun megatapahtumien isäntämaavalinnat ovat nostattaneet länsimaisina pidetyissä yhteiskunnissa kritiikkiä, mikä ei ehkä kuvaa maailmalaajuisia asenteita näiden tapahtumien järjestämiseen. On esitetty, että Qatarin kisaisännnyden protestointi oli pitkälti maailman hyväosaisten puuhaa. Vuosien 2021 ja 2022 huhtikuuden välisenä aikana aihetunnisteen *#boycottqatar2022* käytöstä tehdyn verkostoanalyysin mukaan lähes yhdeksän kymmenestä kyseisen aihetunnisteen käyttäjistä oli Pohjois-Amerikasta tai Länsi-Euroopasta. Lisäksi yli 80 prosenttia *#boycottqatar2022* -aihetunnisteen käyttökertoista tapahtui Instagramiin ja Facebookin verrattuna elitistisemmäksi miellettyssä silloisessa Twitterissä. (Samuel-Azran ym. 2023.) Monia Qatarin kisaisännnyttä koskeneita eettisiä kannanottoja myös pidettiin vallan ytimeen ja rakenteellisiin ongelmiin pureutumattomana näennäiskriittisyytenä. Esimerkiksi tässä suhteessa nostettiin muun muassa pohjoismaisten palloliittojen Infantinolle lähettämä Qatarin työolosuhteisiin ja -lakeihin muutoksia vaatinut kirje. (Kolamo & Levä 2022, 88.)

Qatarin MM-kisajärjestelyistä tutuiksi tulleista epäkohdista riittänee puhetta jatkossakin. Fifa on myöntänyt vuoden 2034 MM-turnauksen järjestettäväksi Saudi-Arabiassa, joka jäi ainoaksi tuona ajankohtana pelattavien kisojen isännnyttä tavoitelleeksi maaksi (ks. FIFA 2023a). Fifan säädöksiin on kirjattu artikla, jonka mukaan se on sitoutunut kunnioittamaan ihmisoikeuksia ja edistämään niiden toteutumista (FIFA 2022, 11). Järjestö näyttäisi siis rikkovan surutta itse määrittämiään omaa toimintaansa koskevia periaatteita. Mittavia rakenteellisia muutoksia kohtuukseen vaativiin urheilumaailman epäkohtiin vaikuttamisen sysääminen yksittäisten ihmisten katselupäätösten ja protestien varaan ei liene tehokasta. Varsinkin, kun huomioidaan, että etenkin mediaurheilun ystävistä koostuvan kansanosan, mutta myös muiden maailmalaajuisesti huomiota keräävistä tapahtumista kiinnostuneiden ihmisten, tuntuu olevan vaikea luopua urheilun seuraamisen elämyksistä, oli ne sitten tuotettu kuinka rumasti tahansa.

Saksalaisväestön parissa tehdyn kyselytutkimuksen mukaan ihmiset pitävät ihmisoikeuksien toteutumisen ja demokraattisten vapauksien kaltaisia poliittisia kriteereitä sekä taloudellisia että



ekologisia kestävyyskriteereitä tärkeimpinä kisaisännän valinnassa huomioitavina seikkoina. Eri vastaajaryhmien vastauksissa oli kuitenkin eroja. Kiinnostus mediaurheiluun oli negatiivisesti yhteydessä ihmisoikeuksille, demokratialle, ekologiselle ja tapahtuman paikalliselle tuelle kisaisännän valinnassa osoitettuun tärkeyteen. Näiden sijaan mediaurheilusta kiinnostuneet vastaajat priorisoivat iloisen tunnelman tarjoamista. Tuki poliittisten kriteerien priorisoimiselle tuli puolestaan poliittisesti aktiivisilta ja itsensä poliittisella spektrillä enemmän vasempaan laitaan sijoittaneilta vastaajilta. Naiset tukivat miehiä enemmän kaikkia poliittisia ja kestävyteen liittyviä kriteerejä, joille myös iältään nuoremmat vastaajat antoivat monilta osin suuremman painoarvon. Myös vastaajien korkeampi koulutus oli positiivisesti yhteydessä ekologiselle kestävyydelle ja turvallisuudelle osoitettuun tärkeyteen. (Mutz ym. 2023.)

Urheilun megatapahtumien yhteiskunnallisista ongelmista tietoiset ihmiset saattavat yrittää lievittää omien arvokäsitystensä ja epäkohtien sävyttämän tapahtuman seuraamisesta aiheutuvia sisäisiä ristiriitoja erilaisin strategioin (Flemming ym. 2017). Strategisia valintoja jouduttiin varmasti pohtimaan myös Ylen ja C Moren tuotannoissa, kun puntaroitiin, miten ennalta suunnitellun mediatapahtuman sanansaattajana toimimaan tottuneen television (ks. Dayan & Katz 1992, 79–80, 89–92) kisalähetyksissä käsitellään tässä luvussa esitettyjen asiaintilojen vuoksi kiistanalaista ja Pohjoismaissa yleisesti enemmän tai vähemmän näennäisesti vaalittujen arvojen kanssa ristiriidassa ollutta tapahtumaa. Seuraava luku käsittelee sitä paikallista kulttuurin ja lainsäädännön määrittämää kontekstia, jossa Suomessa Qatarin MM-kisojen televisioinnista vastanneet Yle ja MTV toimivat.

## **4 LAJIN VAATIMUKSET MUUTOKSESSA – SUOMALAISEN TV-TOIMINNAN KEHITYS**

Mediakulttuurin tuotanto ja vastaanotto muotoutuvat paikallisessa kontekstissa kielen, lainsäädännön ja kansallisen kulttuurin yhteisvaikutuksessa (Herkman 2001, 129). Tässä luvussa käsitellään sitä, mitkä tekijät ovat vaikuttaneet mitenkään suomalaisen mediakulttuurin tuotantoon eritoten urheilun televisioinnin sekä tutkimuskohteena olevien mediaesitysten tuottajien Ylen ja MTV:n näkökulmia painottaen. Ensimmäisessä alaluvussa käydään läpi suomalaisen televisioiminnan historiallista kehitystä, ja toinen alaluku kertoo Ylen ja MTV:n nykyorganisaatioista sekä julkisen palvelun median roolin ympärillä käydystä keskustelusta ja urheilutapahtumien televisiointiin tällä erää vaikuttavasta mediapolitiikasta.

### **4.1 Kulttuuris-moraaliset periaatteet saaneet tehdä tilaa taloudellis-kaupallisille näkökulmille**

Suomalainen televisioiminta voidaan jakaa rahoitusmallien perusteella julkisen palvelun tv-toimintaan ja kaupalliseen tv-toimintaan, joka sisältää sekä mainosrahoitteisen että maksutelevisioiminnan (Wiio & Uronen 2017, 169–170). Julkisen palvelun median toimintaa rahoitetaan Suomessa tätä nykyä Yle-verolla siinä missä kaupallisen median tulot muodostuvat käytännössä mainontatuloista ja tilausmaksuista. Tilausmaksutuotot ovat kasvaneet jo vuosia perinteisen lineaarisen maksutelevision sijaan suosiotaan kasvattaneiden tilausvideopalvelujen ansiosta. (Ks. Seemer ym. 2016, 85.) Myös Ylen sisältöjä on mahdollista katsella internetin kautta Yle Arenassa. Erilaisten katseluväylien sijaan tässä tutkielmassa keskitytään eroihin julkisen palvelun yleisradioyhtiön ja kaupallisen median toiminnassa.

Suurten yleisöjen tavoittaminen on sekä julkisen palvelun että kaupallisen median intresseissä (Herkman 2001, 159). Julkisen palvelun tv-toiminta on kuitenkin yleisradiotoimintaa, jossa etusijalla ovat ohjelmajulkisuuden kattavuus ja monipuolisuus, kun taas kaupallisessa tv-toiminnassa kiinnostavien ohjelmajulkisuuden tarjoamisen ohella on usein tarkoitus tuottaa valikoituja kohderyhmiä mainostajille (Wiio & Uronen 2017, 170). Yleisradiotoiminnassa korostuu näin joukkoviestimien kulttuuris-moraalinen tehtävä, jossa valistus ja yhteiskunnan sekä sen arvopohjan ylläpitäminen katsotaan tärkeiksi. Kaupallisen median toiminnassa puolestaan korostuvat kaupalliset periaatteet. Näiden länsimaisissa demokratioissa kahtalaisten joukkoviestinten

tehtävien välillä vallitsee jännite: kulttuuris-moraalisten periaatteiden vaaliminen ei aina ole kaupallisesti kannattavaa, ja se, mikä näyttäytyy kaupallisesta näkökulmasta hyödyllisenä, voi olla kulttuuris-moraalisesti arveluttavaa. Joukkoviestinnän kulttuuris-moraalisen tehtävän painottamisella on monien muiden eurooppalaisten maiden tavoin Suomessa pitkät perinteet. (Niemi 2002, 7.)

Suomessa koeluontoinen televisiotoiminta saatiin alulle muuhun Eurooppaan nähden myöhäisessä vaiheessa. Posti- ja lennätinhallitukselta toimiluvan saanut Teknillinen korkeakoulu käynnisti Televisiokerhonsa johdolla koelähetykset keväällä 1955. (Ilmonen 1996, 100–102.) Tv-toiminnan aloittamista amatöörien voimin vauhditti halu välttää Neuvostoliiton vaikutus Suomen tv-kuvajärjestelmän valintaan, minkä lisäksi Yleisradiossa tv-toimintaa pidettiin pitkään liian kalliina (Wiio & Uronen 2017, 165). Yleisradion televisiotoiminnan aloittamisesta päätettiin vihdoinkin vuonna 1956 ja sen tv-lähetyksistä tuli säännöllisiä vuonna 1958. Kokeiluvaiheen aikana helmikuussa 1957 pelattiin Suomen ja Ruotsin välinen MM-jääpallo-ottelu, joka jäi historiaan ensimmäisenä Suomessa suorana televisioituna urheilutapahtumana. (Ilmonen 1996, 103–106.)

Mainostajien, mainostoimistojen ja filmiyhtiöiden omistama, ja MTV:nä myöhemmin tutuksi tullut, Mainos-Tv-Reklam Ab perustettiin keväällä 1957 myymään Yleisradion vuokraamaa ohjelma-aikaa (Salokangas 1996, 119). Yleisradion toimiluvan alla vuoteen 1993 saakka toiminut MTV maksoi lähetysajasta ja esitti ohjelmiaan Yleisradion kanavilla omissa blokeissaan, joiden yhteyteen se myi mainoksia (Wiio & Uronen 2017, 166). MTV siis kasvatti ohjelma-aikaa ja tuotti rahaa Yleisradiolle. Kun otetaan huomioon vielä teekkareiden harjoittama kaupallinen televisiotoiminta, oli suuri osa Suomen television alkuaikojen ohjelmatarjonnasta eurooppalaisittain poikkeuksellisesti kaupallisesti rahoitettua. Lisäksi alusta pitäen läsnä olleen kanavakilpailun arvellaan tehneen suomalaisesta televisiosta viihdepitoisemman yhden kanavan järjestelmillä toimineisiin pohjoismaisiin verrokkimaihinkin nähden. (Salokangas 1996, 148.) Vuonna 1964 vain Suomen Televisio -nimisellä kanavalla alkuun toiminut Yleisradio osti mainosrahoitteiset tv-toiminnan polunraivaajat TES-TV:n ja TamVision, joiden toiminnan pohjalle se perusti toisen valtakunnallisen televisiokanavan. Samalla siirryttiin aina 1980-luvulle asti suomalaisessa televisiossa käytössä olleeseen kaksikanavajärjestelmään. (Wiio & Uronen 2017, 165.)

Urheilu oli ollut alusta asti osa vuonna 1926 perustetun Yleisradion ohjelmistoa radiossa (Lyytinen 1996, 103–108). Radion kohdalla karttuneista kokemuksista viisastuneena television suosion tiedettiin kasvavan urheilulähetyksen avulla. Yleisradio saikin tahtonsa mukaisesti yksinoikeuden urheilun esittämiseen kanavallaan, sillä urheiluohjelmat katsottiin uutisluontoisiksi ohjelmiksi, jollaisten esittämiseen MTV:llä ei ollut oikeutta. (Salokangas 1996, 129.) Vasta 1980-luvulla uutistoiminta sallittiin MTV:lle viestinnän liberalisoinnin alkusysäyksenä (Kannisto 2018, 45).

Vuonna 1959 Ruotsista Suomeen avatun linkkiyhteyden myötä syntyi ohjelmansiirtoyhteys länteen Pohjoisvision ja Eurovision verkkoihin (Ilmonen 1996, 107). Eurovisioon liittymisen myötä myös Suomessa päästiin nautiskelemaan urheilun suurtaapahtumista, jotka yhdessä muun kansainvälisen viihteen, kuten Eurovision laulukilpailujen kanssa, lisäsivät kansalaisten innostusta televisiovastaanottimien hankintaan (Salokangas 1996, 126; Sirkkiä-Jarva 2007, 450–451). Erityisesti Rooman olympialaisten televisiointi kesällä 1960 kasvatti tv-lupien menekkiä (Salmi 1992, 36), ja kahden kanavan järjestelmään vuonna 1965 siirryttäessä (Wiio & Uronen 2017, 165) niitä oli Suomessa jo yli 600 000, kun lisääntyneistä katseluluvista Yleisradioon virrannut raha oli mahdollistanut tv:n näkyvyysalueen nopean laajentamisen ja toisinpäin (Salokangas 1996, 123).

Ensimmäisenä varsinaisena mediaurheilun vuosikymmenenä voidaan Suomessa pitää vasta 1970-lukua (Laine 2011, 44), jolloin väritelevisioiden hankintaa kiihdyttivät ainakin Münchenissä 1972 ja Montrealissa 1976 järjestetyt kesäolympialaiset (Herkman 2001, 60). Yleisradion ohjelmepoliittisessa keskustelussa oli 1960-luvun lopulla noussut pinnalle yhteiskunnan ja urheilun välinen suhde pitkälti opiskelijalevottomuuksista ja mustan vallan protesteista muistettavien Meksikon vuoden 1968 kesäolympialaisten ja oikeistolaisen sotilasjuntan hallitsemassa Kreikassa järjestettyjen vuoden 1969 yleisurheilun EM-kisojen vuoksi (Salokangas 1996, 241–245). Sitä, millaista julkisuutta kansainväliset urheilutapahtumat suomalaismediassa ansaitsevat, mietittiin siis jo kauan ennen 2000-luvun megatapahtumia.

Radio- ja tv-toiminnan julkiselle monopolille oli alun pitäen olemassa tekninen, kaupallinen ja kulttuuris-moraalinen perustelu. Kansallinen turvallisuus oli 1920- ja 1930-luvuilla kulttuuris-moraalisen perustelun ytimessä, sillä radiota pidettiin väärin käsiin joutuessaan vaarallisena propagandan välineenä, minkä lisäksi sen ohjelmiston toivottiin yhdistävän kansaa ja sivistävän erilaisia väestöryhmiä. Sanomalehtikustantajat puolestaan pelkäsivät kaupallisen

radiotoiminnan sallimisen johtavan mainosmarkkinoiden hajoamiseen ja sanomalehtien taloudellisen perustan rapistumiseen. Lähetystaajuuksien rajallisuus oli taas tekninen perustelu radio- ja tv-toiminnan luonnolliselle monopolille. Televisiomainonta hyväksyttiin 1950-luvulla, ja sittemmin teknologian kehityttyä lähetystaajuuksia pystyttiin käyttämään tehokkaammin, käytettävien kanavien määrä lisääntyi ja sekä radion että television lähetyslaitteista tuli kevyempiä ja halvempia. Kun vielä ihmisten vapaa-ajan määrä ja varallisuus kasvoivat, alkoivat valtiollisen radio- ja tv-toiminnan monopolin perustelut horjua toden teolla 1970- ja 1980-luvuilla. (Nieminen & Pantti 2012, 45–47.)

Sekä monin paikoin muualla Euroopassa että Suomessa luovuttiin ensimmäiseksi radiotoimintaa koskeneesta paikallisesta monopolista myöntämällä mainosrahoitteisille paikallisradioille toimilupia vuonna 1986. Valtiollista radio- ja tv-toimintaa koskenut Yleisradion monopoli murtui, kun MTV:lle myönnettiin oma toimilupa ja lähetyskanava vuonna 1993. Uudella MTV3-kanavalla oli näin Suomessa monopoli mainosrahoitteisessa televisiotoiminnassa, minkä seurauksena tv-politiikkaa liberalisoitiin entisestään, ja nykyisen Sanoma Oyj:n omistama Nelonen tuli markkinoille toisena valtakunnallisena televisiokanavana saatuaan toimiluvan vuonna 1996. Samana vuonna mediatalo AlmaMediasta tuli MTV3:n osaomistaja, mikä viimeistään lopetti sanomalehdistön vastustuksen mainosrahoitteista tv-toimintaa kohtaan. Julkista monopolia oli 1990-luvulla mahdollista perustella vakuuttavasti enää kulttuuris-moraalisesta näkökulmasta. (Nieminen & Pantti 2012, 47–49.)

Monopoli asemansa menettänyt Yleisradio oli 1990-luvulla uudessa tilanteessa, kun se joutui kilvoittelemaan ennen muuta taloudellista voittoa tavoitteleiden kaupallisten radio- ja tv-kanavien kanssa (Herkman 2005, 58–59). Siitä lähtien myös Yleisradion on jossain määrin täytynyt lunastaa oikeutuksensa yleisömäärien tarkasteluun keskittyvällä markkinoiden logiikalla (Kunelius 2003, 83), jonka noudattamiseen urheilutapahtumien televisiointi hyvin sopii. Kilpailun kovennuttua Yleisradio kärsi 1990-luvulla ensimmäiset tappionsa urheilun lähetysoikeusneuvotteluissa, kun esimerkiksi jääkiekon MM-kisat televisioi vuosina 1992–1994 Nelosen edeltäjäkanava PTV (Sirkkiä-Jarva 2007, 469).

1990-luvun muutosten seurauksena media siis markkinoitui (Nieminen & Pantti 2012, 20–21). Käsitys viestinnästä määrättyjä kansallisvaltion yhteiskuntapoliittisia ja kulttuurisia tehtäviä toteuttavana julkisena palveluna sai tehdä tilaa markkinavetoiselle politiikalle (Jääsaari 2004, 123). Tapahtui väitetyksi siirtymä kulttuuris-moraalisesta kohti taloudellis-kaupallista

sääntelyä. Kansan kasvattaminen ja kansallisen yhtenäiskulttuurin ideologia korvautuivat kuluttajasuuntatuneella yksilöllisyydellä. (Nieminen & Pantti 2012, 21–22.) Kun yleisöjä on siirrytty enenevässä määrin kohtelevaan osallistuvien kansalaisten sijaan kuluttajina, on tuotantopuolella koettu viihdyttämisen paine kasvanut. Samalla asiaohjelmien ja viihteen välinen raja on höltynyt, jolloin poliittiset ja yhteiskunnalliset asiat jäävät vähemmälle huomiolle. Tämä on nähty tiedotusvälineiden kaupallistumista seuranneena huolestuttavana kehityksenä. (Fairclough 1997, 20–24.)

Viihteellistyminen 1980-luvun jälkipuoliskolta saakka vahvistuneena kehityskulkuna on näkynyt kulttuurissa tiedotusvälineitä laajemmin (Hietala 2007, 15–16). Television kohdalla kuitenkin esimerkiksi ohjelmien henkilökohtaistumisen, persoonallisuuksien korostamisen ja yksityiselämästä tuttujen viestintätapojen on todettu olevan merkkejä kaupallisten intressien voimistumisen mukanaan tuomasta viihteellistymisestä (Fairclough 1997, 60–61). Markkinaorientoituneiden medioiden on nähty näivettävän monimutkaisten ja abstraktien yhteiskunnallisten prosessien käsittelyn vaatimaa älyllistä keskustelua suosimalla yksinkertaistettuja ja henkilöityjä esityksiä. Tabloidisaatiosta on puhuttu, kun syvälliset asiantuntijalausuntoihin perustuvat analyysit ovat saaneet tehdä tilaa julkisuuden- ja yksityisten henkilöiden elämää käsitteleville tunteisiin vetoaville tarinoille. (Nieminen & Pantti 2012, 23, 39.) Julkisen palvelun median toiminnassa näkyvä kaupallistuminen ja viihteellistyminen tulkitaan helposti yleisradioyhtiön olemassaolon oikeutuksen kyseenalaistavaksi rappeutumislmiöksi (Mäntymäki 2006, 38).

Yhdysvaltalaisen mediatutkija Neil Postmanin (1987) mukaan viihteellisyys on lipunut kaikkien julkiseen keskusteluun tv:n pintapuolista loistokkuutta ja lyhytkestoisia yhtenäisiä asiiasältöjä arvostavan ilmaisutavan vanavedessä. Hän korostaa television palvelemalle viihteen ideologialle antautumisen merkitystä amerikkalaisten sivistyneisyyden ja koko kulttuurin turmelijana. (Postman 1987.) Postmanilaisin silmin televisiota uudempien ja entistä lyhyemmäksi pilkottuja ja näyttävämpiä sisältöjä suosivien mediateknologioiden voi nähdä vain vauhdittaneen kulttuurin syöksykierrettä. Viihteellä voi kuitenkin olla funktio yhteisöllisen identiteetin rakentajana siinä missä vakavalla tiedonvälitykselläkin (Herkman 2005, 301). Media onkin poikkeuksellinen yritystoiminnan ala, jonka kehitystä taloudelliset intressit eivät ole yksin koskaan täysin sanelleet sen yhteisöllisyyden ylläpitämisen ja identiteettien tuottamisen kannalta erityisen roolin vuoksi (Nieminen & Pantti 2012, 38).

Mediasisältöjen laadun arviointi ei varsinaisesti kuulu tämän tutkielman tehtäviin, mutta siinä on otettava huomioon useita seikkoja, kuten millaisia identiteettejä ne tarjoavat malleiksi, miten ne edistävät kansalaisten osallistumismahdollisuuksia, miten perusteellisesti ne kommentoivat aikaansa, miten ne viihdyttävät, antavat ajatuksenaiheita ja uusia näkökulmia sekä tuottavat kauneutta. Kaupalliset mediaesitykset eivät siis automaattisesti ole ei-kaupallisia huonompia edellä esitetyistä kriittisistä näkemyksistä huolimatta. (Ks. Nieminen & Pantti 2012, 23.)

Tässä alaluvussa esitellyt tv-toiminnan historialliset kehityskulut ja erityisesti markkinan vapautumista seuranneiden muutosten vaikutus ohjelmasisältöön ovat tutkimuksen asemoimisen näkökulmasta tärkeitä taustatietoja. Yhtä lailla tärkeitä ovat MTV:n nykyiset omistussuhteet, valtio-omisteisen Yleisradion toiminnalle reunaehdoja asettavat lainsäädännölliset periaatteet sekä sen asemasta laajemmin, mutta eritoten urheilutapahtumien televisioinnissa, käytävä nykykeskustelu. Näihin perehdytään seuraavassa alaluvussa, jossa käsitellään lisäksi etenkin yhteiskunnallisesti merkittävien tapahtumien televisioimista EU-tasolla sekä Suomessa kansallisesti määrittävää mediapolitiikkaa.

#### **4.2 MTV:n omistussuhteet, Ylen toiminnan erityislaatu ja urheilutapahtumien mediapolitiikka**

Vuonna 2007 kaupallinen MTV Oy siirtyi kokonaan ruotsalaisen Bonnierin omistukseen ja C Moresta tuli puolestaan osa MTV:tä vuonna 2017. Vuoden 2019 joulukuusta lähtien MTV:n on omistanut Telia Company, ja vuonna 2020 MTV:stä ja Suomen C Moresta tuli yhdessä Ruotsin C Moren ja TV4:n kanssa osa Telia Companyn pohjoismaista tv-/medialiiketoiminta-alueita. Vuonna 2021 C Moren suoratoistopalveluliiketoiminta siirtyi Suomessa Telialle, ja syksyn 2023 aikana C Moren sisällöt yhdistettiin uuteen MTV katsomoon, kun C Moren liiketoiminta palasi MTV:lle. (MTV n.d.) MTV:n Qatarin kisojen lähetyksiä ilman mainoskatkoja tarjonnutta C More -nimistä maksullista kanavaa tai suoratoistopalvelua ei siis enää tätä kirjoittaessa alkuvuonna 2024 Suomessa ole, mutta tässä tutkielmassa siitä luonnollisesti puhutaan.

Oy Yleisradio Ab:stä tuli sitä koskevan lain vuonna 1994 voimaan astuessa Yleisradio Oy. 2000-luvun digisiirtymän myötä tv-jakelu laajeni internettiin ja mobiiliverkkoihin. Vuonna 2013 luovuttiinkin yleisradiotoiminnan rahoittamisesta lupamaksuilla ja siirryttiin nykyiseen Ylen rahoitusmalliin, joka perustuu yksityisten sekä yritysten ja yhteisöjen erikseen

määritellyin perustein maksamaan veroluonteiseen ja progressiiviseen yleisradiomaksuun. (Wiio & Uronen 2017, 166–168.)

Euroopassa julkisen palvelun yleisradiotoiminnan ja sen rahoituksen sääntely perustuu EU:n perustamissopimusten tasolla kahteen kokonaisuuteen. Yhtäältä se nojaa yleisradiotoimintaa koskevaa päätösvaltaa jäsenvaltioiden ja EU:n välillä määrittelevään Amsterdamin pöytäkirjaan, joka jättää yleisradiotoiminnan maakohtaisen sääntelyn pitkälti kansallisten sääntelyviranomaisten omaan harkintaan. Toisaalta se perustuu EU:n yleisradiotoiminnan kulttuurimerkitykset tunnustavaan ja kansalliset piirteet sallivaan audiovisuaaliseen mediapolitiikkaan, jonka keskeisiä tavoitteita ovat muun muassa jäsenvaltioiden sisämarkkinoiden kehittäminen ja niiden kulttuurisen monimuotoisuuden tukeminen (Wiio & Uronen 2017, 169). Suomessa yleisradiolaki vaikuttaa Ylen mediaesitysten sisältöihin. Lainsäädännössä todetaan, että julkisen palvelun ohjelmatoiminnan tulee erityisesti (Laki Yleisradio Oy:stä 1380/1993, 1993):

- 1) tukea kansanvaltaa ja jokaisen osallistumismahdollisuuksia tarjoamalla monipuolisia tietoja, mielipiteitä ja keskusteluja sekä vuorovaikutusmahdollisuuksia;
- 2) tuottaa, luoda, kehittää ja säilyttää kotimaista kulttuuria, taidetta ja virikkeellistä viihdettä;
- 3) ottaa ohjelmistossa huomioon sivistys- ja tasa-arvonäkökohdat, tarjota mahdollisuus oppimiseen ja itsensä kehittämiseen, painottaa lapsille ja nuorille suunnattuja ohjelmistoja sekä tarjota hartausohjelmia;
- 4) kohdella ohjelmatoiminnassa yhtäläisin perustein suomen- ja ruotsinkielistä väestöä, tuottaa palveluja saamen, romanin ja viittomakielellä sekä soveltuvin osin myös maan muiden kieliryhmien kielellä;
- 5) tukea suomalaisen kulttuuriperinnön vaalimista, suvaitsevaisuutta, yhdenvertaisuutta, tasa-arvoa ja kulttuurista moninaisuutta sekä huolehtia ohjelmatarjonnasta myös vähemmistö- ja erityisryhmille;
- 6) edistää kulttuurien vuorovaikutusta ja ylläpitää ulkomaille suunnattua ohjelmatarjontaa;
- 7) välittää asetuksella tarkemmin säädettäviä viranomaistiedotuksia ja varautua televisio- ja radiotoiminnan hoitamiseen poikkeusoloissa.

Ylen toimintaan liittyy siis omanlaisiaan laatuvaatimuksia, joiden täyttämiseen ei riitä yksinkertaisesti viihdyttäminen (Jääsaari 2004, 128). Moniarvoisen mediatarjonnan ylläpitämisessä



julkisen palvelun yleisradiotoiminta näyttelee tärkeää osaa, mutta elinvoimainen yksityinen mediasektori palvelee yhtä lailla kansansivistystä, kansanvaltaa ja keskustelevaa kansalaisyhteiskuntaa. Julkinen valta vaikuttaa median toimintaedellytyksiin eritoten sääntelyllä, verotuksella ja mahdollisesti suoralla tukemisella. Viime vuosien suomalaisen mediapolitiikan on tullut suosivan Yleisradiota, kun kaupallisen median toimintaedellytysten turvaaminen on jäänyt vähemmälle huomiolle, joskaan suurelta osin yksityisen media-alan ongelmista ei käy syyttäminen yleisradioyhtiöiden toimintaa. (Alkio 2023, 227–233.)

Yleisradion ja lainsäätäjän suhde on kuitenkin vuosikymmeniä kestäneen sähköisen viestinnän valtiollisen monopolin myötä muotoutunut erityiseksi. Yleisradiota valvoo kansanedustajista muodostuva yhtiön hallintoneuvosto, ja Yle-lain laveasti määritelty julkisen palvelun tehtävänanto jättää reilusti tulkinnanvaraa Ylelle sen tarjoamien sisältöjen ja palvelujen suhteen. Yleisradioyhtiöiden toiminnan ja niiden julkisen rahoituksen markkinavaikutuksista on kaivattu huolellisempaa analyysia, jotta eurooppalaisten maiden mediapolitiikassa jatkuvasti työn alla oleva tasapainon löytäminen yleisradiotoiminnan ja yksityisen median toimintaedellytysten välillä onnistuisi myös jatkossa. (Alkio 2023, 227–233.)

Yleisradion epäonnistumista koskevassa keskustelussa nousevat yleensä esiin yhtäältä raha ja toisaalta laadun ja kulttuurin korostaminen. Jälkimmäisen näkemyksen mukaan kilpailun ja taloudellisten säästöjen vuoksi Ylen ohjelmisto yksipuolistuu, kaupallistuu ja sen laatu heikkenee, jolloin kyseenalaiseksi asettuu yhtiön rooli yhteiskunnallisesti merkittävänä tiedonvälittäjänä ja kulttuurintuottajana. Rahakeskustelua taas käydään siitä, millä perustein Ylen toimintaa tuetaan julkisin varoin. Yleisradioyhtiöiden viihde- ja urheilukeskeisten paljon yleisöä keräävien ohjelmien tarjonta ajautuu helposti tämän keskustelun keskiöön, sillä sen ajatellaan vievän kaupallisilta toimijoilta potentiaalisia tuloja. (Jääsaari 2004, 16.) Qatarin MM-kisojen aikaan Yle otti aktiivisen roolin julkisessa keskustelussa omasta roolistaan, kun esimerkiksi jotkin moraalia valvovat tahot, kuten tietyt megatapahtumien taustalla olevista ihmisoikeusrikkomuksista kiinnostuneet pohjoismaiset toimittajat, pitivät yleisradioyhtiöiden yhteistyötä Fifan kanssa perusteettomana.

Yksityisen sektorin toimijoita alkoivat markkinoiden vapauduttua kiinnostaa suurten urheilutapahtumien tv-oikeudet, jotka olivat 1980-luvulle asti olleet Euroopassa yleisradioyhtiöiden lyytiä (Alkio 2023, 38). Suomessa kansainvälisiä urheilutapahtumia perinteisesti televisioinut Yle piti esimerkiksi Ruotsin yleisradioyhtiö SVT:hen verrattuna pitkään kiinni monista huippu-

urheilun lähetysoikeuksista, joista se 2010-luvulla joutui karsimaan (Laine 2011, 323–324). Ylen osallistuminen verorahoin yhä vain kalliimmaksi käyneiden suurimpien urheilutapahtumien lähetysoikeuksien hankintakilpoihin on paikoin kismittänyt kaupallisia mediatoimijoita (Hartikainen 2022, 58–59).

Jotkut uskoisivat julkisille varoille olevan yleisradioyhtiöissä parempaa käyttöä (ks. esim. Solberg, 2007), mutta toisaalta yhteiskunnallisesti merkittävien yleisradioyhtiöiden olisi vaikea pysytellä relevantteina, jos niille ei sallittaisi lainkaan kansainvälisten urheilutapahtumien kaltaisten suuren yleisön suosimien ohjelmien esittämistä (Tjernström & Tjernström, 2008). Jalkapallon MM-turnauksen näyttämistä Ylellä on kriitikkojen taholta kyseenalaistettu, sillä perusteella, etteivät kisat tarjoa sen tyyppistä ohjelmaa, jonka lähettämisessä toteutuisi julkisen palvelun toimintaa ohjaavat lakisääteiset periaatteet. Lisäksi tämän tyyppiset tapahtumat televisioitaisiin todennäköisesti vapaasti katseltavilla kanavilla, vaikka Yle ei niitä näyttäisi. (Alkio 2023, 238.) Viimeksi mainitun kritiikin kärki perustuu siihen, että perinteisesti urheiluun erikoistuneiden kanavien sijaan vapaassa katselussa olevilla kanavilla näytettyjä urheilutapahtumia kohdellaan kansallisena kulttuuriomaisuutena (ks. Rowe 2011, 41).

EU on määritellyt kansallisesti merkittävälle urheilutapahtumille suuntaa antavat kriteerit ja sen audiovisuaalisia mediapalveluja koskevan direktiivin artiklan 14 mukaan kunkin EU-maan tulee esittää Euroopan komissiolle lista tapahtumista, jotka se toivoo katsottavan yhteiskunnallisesti merkittäviksi. Näin halutaan turvata kansalaisten oikeus tiedonsaantiin tärkeistä yhteiskunnallisista tapahtumista. Jalkapallon arvokisoja ja olympialaisia pidetään tällaisina kulttuurisesti merkittävänä kansainvälisinä urheilutapahtumina, jotka on totuttu näkemään vapaasti katsottavissa olevilla kanavilla. (European Parliament 2018.) Audiovisuaalisia mediapalveluja koskevassa direktiivissä kaikkia maita kannustetaan merkittävien tapahtumien näyttämiseen yleisesti (Seemer ym. 2016, 49). Suomessa kansainvälisen jalkapalloliiton järjestämien miesten MM-lopputurnausten avaus-, puolivälierä-, välierä- ja loppuottelut kuuluvat luonnollisesti osaksi valtioneuvoston asetuksessa määritettyä yhteiskunnallisesti merkittävien tapahtumien listausta (Valtioneuvoston asetus yhteiskunnallisesti merkittävien tapahtumien televisioinnista 199/2007, 2007).

Julkisen palvelun median kanavilla jalkapallon MM-kisoja nähdään jatkossakin, sillä Ylellä on oikeudet kaikkiin lajin miesten arvoturnauksiin 2020-luvulla. Qatarin kisat televisioitiin Ylen ja MTV:n yhteistyössä. Ylen puolesta vastuullinen rahankäyttö ja urheilun esitysoikeuksista

käytävässä kovenevassa kilpailussa pärjääminen on mainittu syiksi uudelleenlaisille kumppanuuksille, jotka vaikuttaisivat tyydyttävän myös yksityisellä sektorilla toimivaa osapuolta. (Yle Urheilu 2021.) Vuoden 2026 MM-kisojen oikeudet Yle ja MTV varmistivat itselleen muissa Pohjoismaissa aikaisemmin tutuksi tulleen käytännön mukaisesti yhteishankinnalla. Mediatyhtiöiden on määrä jakaa tuolloin 80 ottelua sisältäväksi turnaukseksi laajenevien MM-kisojen televisiointiturakka puoliksi, jolloin kumpikin näyttävät 40 ottelua. (MTV Urheilu 2020.)

## **5 TV:N TEKIJÖIDEN PELIN PERIAATTEET – JALKAPALLON MM-KISALÄHETYSTEN FORMAATTI**

Tässä luvussa käsitellään televisiourheilua ja urheilulähetysten studioita erityisesti jalkapallon MM-kisalähetysten näkökulmasta relevantin kirjallisuuden kautta. Luku koostuu kolmesta alaluvusta ja etenee siten, että ensin tutustutaan televisiourheilun vetovoimaan ja urheiluhjelmien tekoa yleisesti leimaaviin käytänteisiin. Toisessa alaluvussa perehdytään tarkemmin tässä tutkielmassa mielenkiinnon kohteena oleviin urheilulähetysten studio-osuuksiin, ja luvun päättävässä alaluvussa kerrotaan siitä, kuinka Yle ja C More lähestyivät Qatarin MM-kisojen televisiointiurakkaa.

### **5.1 Televisiourheilussa yhdistyvät draama, viihde ja journalismi**

Televisio ei urheilua lähettäessään vain heijasta todellisuutta, vaan se pyrkii myös tekemään tapahtumista selkoa katsojalle (Blain ym. 1993, 37). Televisioilmaisun peruslähtökohtana onkin katsojan asettaminen ideaalipositioon kuvattavaan aineistoon nähden (Hietala 1996, 109), mikä edellyttää televisiotuotannolta visuaalisten ja auditiivisten koodien kompleksisen joukon organisointia (ks. Blain ym. 1993, 37). Koodeiksi nimitetään televisiossa vakiintuneen ilmaisukielen elementtejä. Televisiourheilun koodeja ovat muun muassa kuvakulmat, äänitehosteet ja itse tapahtumaa pohjustavat tausta- ja oheismateriaalit. Samassa kontekstissa toistuessaan tietyt koodit muodostavat konventioita, jotka voivat olla lajispesifisiä tai jossain määrin urheilun yleiseen kulttuuriseen mytologiaan perustuvuuden kautta kaikelle televisiourheilulle yhteisiä. (Hietala 1996, 108–109.) Jalkapallolähetyksissä itse ottelu saa seurakseen studiomateriaalia, raportteja, haastatteluja, grafiikoita, musiikkia sekä erilaisia visuaalisia elementtejä ja kuten muussakin televisiourheilussa, keskiössä ovat tähdet, tarinat ja toiminta (Blain ym. 1993, 38).

Nykyään television varioituine kuvakulmineen, hidastuksineen ja muine lisäyksineen luomassa hypertodellisuudessa jalkapallo-ottelu ei näyttäydy vain itsensä representaationa, vaan jokseenkin stadiontapahtumasta irrallisena simulaationa, joka myös määrittää alkuperäistä tapahtumaa (Sandvoss 2003, 146). On siis kyse tapahtumasta, joka televisiollistamalla pyritään jäsentämään draamallis-kertovaksi kokonaisuudeksi (Hietala 1996, 107). Median representaatioissa urheilu saa näin tarinamuodon, minkä urheilukilpailun rakenne luontevasti mahdollistaa. Tarinoissa

haetaan ratkaisua arvoitukseen, ja urheilussa tämä arvoitus kiteytyy kysymykseen, ”kuka voittaa”. Tähdet ovat medialle tärkeitä tapahtumien tarinallistamisessa. (Whannel 2002, 54.)

Urheilua etenkin sen televisioesityksissä onkin kuvattu yksilöiden tunnepitoiseksi draamaksi (Hietala 1996, 110–111), jota rakennetaan heihin kohdistuvien lähi- ja hidastuskuvien, juorujen sekä tilastoin (Kolamo 2018, 75). Tällä tavoin lehdistön kasvanut halu jalkapallotarinoitensa henkilöimiseen on näkynyt myös televisiodramaturgian kehityksessä (Kolamo 2014a, 74–75; 2014b, 7–8). Lähi- ja hidastuskuvat kannustavat ihmisiä tulkitsemaan tapahtumia television etusijalle asettamien merkitysten kautta, vaikka kuvakerronta ei täysin määritäkään katsojan tapaa tulkita peliä (Kolamo 2014b, 8).

Jalkapallospektaakkelin viehäytys lymyää ylitsevuotavissa tunne-eleissä ja liiallisuudessa, jotka kutsuvat seuraamaan ja spekulimaan otteluita (Kolamo 2014a, 195). Sen tunteellinen veto-voima perustuu siis pitkälti tunnekuvien toistoon ja kierrätykseen. Dramaturgisesti tällaiset ruumiisiin ja kasvojen ilmeisiin fokuoituneet lähi- ja hidastuskuvat vievät kerrontaa eteenpäin ja pitävät yllä jännitystä sekä voimistavat katsojan samastumisen tunnetta. (Kolamo 2014b, 18; 2014a, 191; 2018, 89.) Urheiludraaman pääesiintyjien eli urheilijoiden ja valmentajien ohella myös kameroista tietoisia, yleisönä ja esiintyjinä yhtäaikaisesti toimivia faneja poimitaan lähi-kuviin tunnelman kohottamiseksi kotikatsomoissa (Kolamo 2018, 184–185).

Dramaattisimmat kuvat ikuistuvat globaaliin tai kansalliseen populaariin televisuaaliseen muistiin tulevissa urheilulähetyksissä kerrattaviksi kultaisiksi hetkiksi, jotka uudelleen kerrottuina-kin liikuttavat urheiluromantikkoja (Kolamo 2018, 90). Henkilökeskeisyyteen ja melodraamatiisiin elementteihin luottavalla televisiourheilulla on kyky herättää katsojassaan herkkyyden tunteita, minkä vuoksi juuri televisioon räätälöitynä kulttuurisena muotona urheilua on kutsuttu leikkisästi miesten saippuaopperaksi, vaikka näiden kahden katsojakunnaltaan sukupuolittuneen ohjelmagenren välillä on myös selkeitä eroavaisuuksia (O’Connor & Boyle 1993).

Edellä kuvattujen televisiourheilun käytänteiden voidaan nähdä linkittyvän vahvimmin draamaan. Whannelin (1992) mukaan yleisön kiinnostus narratiivia kohtaan on tärkeää draamassa, joka pohjaa tarinankerronnan ja teatterin käytänteille ja joka on urheilussa käsikirjoittamatonta mutta kuitenkin strukturoitua. Draaman lisäksi televisiourheilussa yhdistyvät viihteen ja journalismin käytänteet, joista muodostuu koko lähetystoimintaa läpileikkaava ammattimaisuuden ideologia. Journalismin, kevyen viihteen ja draaman käytänteet muodostavat kolmion, johon

television eri ohjelmamuotoja ja -genrejä voidaan sijoittaa. Urheilu löytyy suhteellisen keskeltä tätä kolmiota ja sitä vedetään eri hetkinä lähemmäksi kutakin näistä kolmesta kulmasta. Journalismin käytänteet näkyvät televisourheilun suhteessa todellisiin tapahtumiin, joista raportoidaan välittömästi. Tällöin korostuvat puolueettomuus ja objektiivisuus periaatteina, joille väitteet lähetysyhtiöiden arvovaltaisuudesta perustuvat. (Whannel 1992, 60–62, 92.)

Hyvän television tekeminen on puolestaan viihteen käytänteitä ohjaava periaate, jota leimaavat ennen kaikkea showbisneksen arvot. Tärkeää on ammatillisesti ja teknisesti korkealaatuisen, elävällisen ja jännittävän spektaakkelin sekä persoonallisuuksien tarjoaminen suurelle yleisölle. (Whannel 1992, 60–63.) Onkin tyypillistä, että kaupallisten televisioyhtiöiden mediaesityksissä lähetysten tyyliin ja sisältöön kohdistuva kritiikki kuitataan katsojamääriin vedoten viihteen nimissä, ja urheilu toimii eräänlaisena viihteen ajurina, jonka avulla myydään itse formaattia, ei niinkään tapahtumaa (Goldlust 1987, 110).

Draaman, viihteen ja journalismin käytänteet voivat olla yhtä aikaa läsnä eivätkä ne sulje toisistaan pois. Esimerkiksi pyrkimys viihteen tuottamiseen kuvanee suurinta osaa televisio-ohjelmista. Televisourheilu on paljolti ajankohtaisten aiheiden esittämistä viihteellisissä muodoissa, mitä voidaan taas kutsua todellisuusviihteeksi, mutta journalismi ja viihde ovat kuitenkin myös erillisiä ja potentiaalisesti törmäyskurssille ajautuvia diskursiivisia tapoja. Esiteltyjen kolmenlaisien käytänteiden välillä vallitsee siis jännitteitä ja ristiriitoja, jotka edellyttävät ohjelmantekijöiltä joidenkin käytänteiden priorisointia toisten kustannuksella. (Whannel 1992, 61, 66, 92.) Kahtena johtavana televisourheilun esitystyylinä on pitkään pidetty amerikkalaisten kaupallisten televisioyhtiöiden suosimaa viihdearvoihin nojaavaa mallia ja yleisradioyhtiöiden journalistisemmin orientoitunutta tyyliä, josta malliesimerkkiä on näyttänyt brittiläinen BBC (Goldlust 1987, 97–98).

Televisioitu urheilu on tyypillisesti pysytellyt omassa sosiaalisista ja poliittisista konflikteista vapaassa maailmassaan (Whannel 1992, 37–39). Asioiden käsittely yhteiskunnallisina ongelmina on näyttäytynyt urheilulähetyksissä ylivoimaisena tehtävänä (Blain ym. 1993, 48). Urheilun representaatioissa sen erillisyyden ympäröivästä yhteiskunnasta hahmottuu muodollisesti urheilun sijoittumisessa sille varattuihin omiin tiloihinsa lehtien sivuilla ja televisiossa. Yhteiskunnallisille kysymyksille ei ole tilaa spektaakkelissa, jossa huomio siirtyy tuotannosta vaihtoon, työn sosiaalisista suhteista markkinoiden kaupallisiin suhteisiin. (Whannel 1992, 123–

124.) Qatarin MM-kisojen tapauksessa kärsimyksen täyteisiltä stadionien rakennustyömailta uutuuttaan hohkaville ja jalkapallospektaakkelin valtaamille valmiille stadioneille.

Median representaatiot urheilusta sisältävät usein pyrkimyksen depolitisointiin (Whannel 1992, 159). Selitys tälle löytyy viihdebisneksen ja median yhdensuuntaisista intresseistä. Valtajulkiisuus pyrkii myymään tuotteita ja sen tehtävänä on viihdyttää rakentamalla myyttejä sekä tunteisiin vetoavia sankari- ja antisankaritarinoita. (Kolamo 2014a, 107–108.) Jalkapallon MM-kisoissa ihmisten tarve samastua kansakuntaansa ja tempautua mukaan tähtien ihannoinnin värittämään jalkapallojuhlaan pitävät tapahtuman negatiiviset ideologiset seuraukset piilossa (Kolamo & Levä 2022, 88). Hauskanpito ja huomion kiinnittäminen mediaspektaakkelin näkyvään pintaan ovat olemisen tapoja, joita myös Fifa-johtoinen valtakoneisto MM-kisoja seuraavilta toimittajilta ja katsojilta toivoo (Kolamo 2014a, 230). Esimerkiksi Etelä-Afrikan MM-kisoissa nämä toiveet täyttyivät television osalta, kun Yleisradion MM-lähetyksissä ei käsitelty kisoihin liittyneitä yhteiskunnallisia epäkohtia (Kolamo 2014a, 107; Kolamo & Vuolteenaho 2013, 515–516). Harvassa lienevät ne, jotka ylipäätään haluaisivat tunteitansa puhuteltavan sananvapauden ja ihmisoikeuksien riistämisen tai seksuaalivähemmistöjen alistamisen näkökulmista kesken ottelutapahtumien (Kolamo 2019, 16).

Saksalaisen olympialähetysten sisältöjä analysoineen ja kuluttajien mieltymyksiä kartoittaneen tutkimuksen mukaan yleisradioyhtiöt pitävät tehtävänsä mukaisesti megatapahtumien yhteiskunnallisia varjopuolia esillä, mutta tv-urheilun ystävät eivät kaipaa lähetyksiin sosiopoliittisten ongelmien käsittelyä, jolla ei houkutella myöskään olympialaisten katselemisesta kiinnostumatonta katsojaryhmää ruutujen äärelle. Paikalliset yleisradioyhtiöt ARD ja ZDF lähettivät Rio de Janeiron vuoden 2016 olympiakisoista noin 325 tuntia ohjelmaa, josta kolme neljäsosaa keskittyi kisatapahtumien välittämiseen. Jäljelle jäi noin 80 tuntia tutkijoiden kontekstuaaliseksi raportoinniksi kutsumaa koodattavaa materiaalia. (Lünich ym. 2021.)

Dopingista, megatapahtumien globaaleista ongelmista ja isäntämaa Brasilian poliittisesta tilanteesta koostunutta kisojen ongelmallisten aspektien käsittelyä tapahtui paljon parhaaseen katseluaikaan ja sille omistettiin yli kolme prosenttia kaikesta lähetyksajasta. Kielteisten ilmiöiden sijaan tv-urheilun ahkerista kuluttajista ja olympialähetysten seuraamisesta kiinnostuneista ihmisistä koostuneet katsojaryhmät pitivät kuitenkin enemmän viihteellisemmistä, urheilijoiden yksityiselämään, ihmisiin, kulttuuriin ja maisemiin keskittyvistä aiheista, joita tutkijoiden mukaan dualistisen strategian omaksuneet yleisradioyhtiöt toki myös tarjosivat. Urheilun

megatapahtuman katselusta lähtökohtaisesti piittaamatonta katsojakuntaa voi olla lähetyssisälöstä riippumatta vaikea tavoittaa. (Lünich ym. 2021.)

Jalkapallon MM-kisojen televisiointi on osa tuotantokoneiston hallinnoimaa tapahtumaformaattia (Kolamo & Levä 2022, 83). Qatarin kisoissa ottelulähetyksen kuvavirrasta vastasi tuttuun tapaan Fifan alainen toimija HBS, joka välitti kansallisille televisioyhtiöille lähetyksissä käytettäväksi myös lisämateriaalia, jonka yhteyteen Fifa liittää tunnuksiaan (ks. Kolamo 2014a, 167). Kameroiden ja toimittajien läsnäolo määrittää nykyisenkaltaisia mediaspektaakkeleita, joiden ritualistinen ja seremoniallinen luonne on vain vahvistunut vallan keskittymisen ja kulttuurin medioitumisen myötä. Tapahtumien kulun on mediaspektaakkelin toimintalogiikan mukaisesti noudatettava tiettyä etukäteen suunniteltua kaavaa. Fifa-johtoisen tuotantokoneiston intresseissä on jalkapallon MM-kisoissa etukäteissuunnittelun toteutumisen varmistaminen, jota edistävät tunteisiin vetoavan suostutteluvallan rinnalla liiketaloudelliset sopimukset pakottavan vallan muotona. (Kolamo 2014a, 75.)

Kuvanäytöksellisyyteen perustuva tapahtumaformaatti on suunniteltu minimoimaan ideologista kamppailua ja tuottamaan haluttua tulkintaa todellisuudesta (Kolamo & Levä 2022, 88). Kuvia tapahtumasta eri puolille maailmaa välitetään kaupunkitiloihin tuotetuista, karnevaalihenkisistä, tapahtuma- ja paikkabrändin koristamista mediajulkisuuden keskittymistä (Kolamo 2014b, 8), ja televisiolähetykset seuraavat samankaltaisena toistuvaa formaattia, joka määrittää television toimijaroolia suojan rakentajana valtakoneiston hegemonialle (Kolamo 2014a, 34).

Tämä urheilulähetyksen nykyisenlainen tavaksi muodostunut ja tyylielty formaatti on syntynyt, kun alkuperäinen tapahtuma on siirtynyt televisioon, joka asettaa katsojan ihanteelliseen asemaan ajan manipuloinnin mahdollistavine uusintoineen ja hidastuksineen. Itse urheilutapahtumaa ympäröivät juontajien vetämät viihteelliset asiantuntijapaneelit, joissa yhdistyvät huumori ja vakavuus. (Whannel 2005, 409). Stadionille paikantuva alkuperäinen urheilutapahtuma muuttuu televisiossa katsomokokemuksesta poikkeavaksi mediatapahtumaksi, ja television tapahtumaan tekemiä lisäyksiä sekä muokkauksia ohjaa ennen muuta käsitys siitä, mikä on hyvää televisiota (Goldlust 1987, 85–86). Nyt tässä tutkielmassa on aika siirtyä studio-osuuden pariin.



## 5.2 Kisastudion suljettu maailma

Jalkapalldraama perustuu joukkueiden vastakkainasettelulle ja se pohjustetaan studiossa, jossa katsojalle luodaan odotuksia rakentamalla ottelulle toimintakehys. Toimintakehymisen rakentamisessa eli ottelun ja laajemmin turnaustapahtumien etukäteisarvioinnissa on kyse spekuloinnista, sillä esitettyjen oletusten toteutumisesta ei urheiludraaman käsikirjoittamattomuuden vuoksi ole takeita. (Kolamo 2014a, 202.) Ottelun seuraamisen tavoin myös spekulatiot ja analyysit ovat lajin ystäville nautinnonlähde (Heinonen 2005, 147). MM-kisojen ollessa käynnissä television ääreen löytävät kuitenkin muutkin kuin jalkapalloentusiastit. Heterogeenisen yleisön optimaaliseksi palvelemiseksi studiolähetyksissä on tällöin haettava balanssia asiantuntijamaisten ja populaarien representaatiotapojen välillä (Whannel 1992, 37–38).

Urheilulähetysten studio-osuuksien olennaisena funktiona on tuottaa lisäarvoa katsojille (Hartikainen 2022, 61–62). Televisio yrittää rakentaa katsojille odotuksia ja kehystää urheilutapahtumaa tietyllä tavalla, mutta sen mahdollisuudet vaikuttaa varsinaisten tapahtumien kulkuun ovat vähintäänkin rajalliset (Whannel 1992, 119, 147). Lähetysten viihdearvo on tällä tavoin riippuvainen itse urheilutuotteesta, joka ei aina takaa tähtien läsnäoloa tai kiinnostavia narratiiveja (Whannel 2002, 195). Urheilutapahtuman ennustamattomuus ja mahdollinen tylsyys eivät istu hyvin kapitalistiseen tarpeeseen vähentää hyödykkeeseen liittyvää epävarmuutta. Siksi erilaisia kiinnostavia sisältöjä tarjoavien studio-osuuksien avulla pyritään varmistamaan itse televisiotuotteen laatu ja viihdyttävyyttä. (Whannel 1992, 84, 190.)

Studiossa katsojaa odottavat tutut kasvot ja näennäisen yhtenäinen jalkapallon maailma, joka pitää sisällään jaetun käsityksen siitä, mitä on olla jalkapalloasiantuntija (Blain ym. 1993, 43–44). Tv-asiantuntijan uskottavuus perustuu usein ennen kaikkea tämän saamaan ruutu-aikaan, jolloin voi unohtua se, miksi hänet on alun perin katsottu tehtävänsä päteväksi (Tudor 2006, 236). Asiantuntijat, joista tulee televisiossa esiintymisen myötä julkikkaita, ovat monesti urheilu-uransa taakseen jättäneitä tähtiä, ja televisiota leimaa pyrkimys tähtien esittämiseen asiantuntijoina ja asiantuntijoiden esittämiseen tähtinä. Tämä tähteyden korostaminen ja muutenkin erilaisten julkisuuden henkilöiden hyödyntäminen ohjelmissa palvelee ensisijaisesti viihteen tarkoituksia. (Whannel 1992, 112–113, 122–123.) Entisten urheilijoiden rekrytoiminen asiantuntijoiksi on yksi suuri syy siihen, että on perusteltua puhua lähestulkoon suljetusta televisiourheilun maailmasta, jossa samat näkökulmat ja arvot säilyvät ajan kuluessa ja eri lajien parissa (Goldlust 1987, 131–132).

Tähtien keskeisyys ja julkisuuden henkilöiden ympärille rakentuva kultti ovat ehkäpä mediaurheilun tärkeimpiä aspekteja (Boyle & Haynes 2009, 87). Tästä osoituksena urheilun mediaspektaakkeleissa niin kentällä kuin katsomossa on monenlaisia erityisiä henkilöitä, joihin huomiota suuntaamalla televisiossa voimistetaan draaman jännitettä (Kolamo 2014a, 200). Tähtiurheilijoiden identiteeteistä on tullut tuotteita, joita media kaipaa viihdespektaakkeleihinsa (Whannel 2002, 197), minkä vuoksi urheilijoita voidaan hyvällä syyllä pitää mediaurheilun tunnetalouden dynamoina (Kolamo 2018, 234). Myös joukkuelajeissa yksittäisiä urheilijoita korostetaan, kun otteluita lähestytään yksilöiden välisinä kamppailuina (Blain ym. 1993, 50; Hietala 1996, 115–117; Kolamo 2018, 80).

Median esityksissä 32 joukkueen Qatarin MM-turnaus näytti toisinaan supistuvan lähes kaksi vuosikymmentä kansainvälisiä jalkapallokenttiä hallinneiden, mutta silti ensimmäistä maailmanmestaruuttaan jahdanneiden, Lionel Messin ja Cristiano Ronaldon keskinäiseksi välienselvittelyksi (vrt. Whannel 1992, 143). Aiemmin urheilukilpailuissa vallalla ollut käsitys kansakuntien kohtaamisesta on saanut television myötä tehdä tilaa yksilöjen välisiin taistoihin keskittyville tavoille kehystää tapahtumaa (Hietala 1996, 115–117), ja jalkapallon MM-kisoissa kameratietoiset urheilijat edustavat henkilöbrändiään esiintyessään samalla kansallisina so-tureina (Kolamo 2014b, 14).

Urheilukilpailun pääesiintyjillä eli urheilijoilla ja toisaalta myös valmentajilla on television näkökulmasta kolmenlaisia funktioita. Ensinnäkin he ovat tähtiä, jotka vastaavat itse urheilusuoritteen viihdearvosta. Toisekseen he ovat yleisöjen houkuttelun ja otteessa pitämisen näkökulmasta tärkeitä persoonia, joihin tapahtuma henkilöityy. Kolmanneksi he ovat hahmoja, joiden varaan urheilunarratiiveja rakennetaan. (Whannel 1992, 122.) Studioissa ottelutapahtumaa henkilöidään puhumalla seuraamisen arvoisista yksilöistä ja heidän ominaisuuksistaan, mikä tekee pelaajista ja valmentajista katsojille tuttuja itselleen tyypillisin tavoin reagoivina ja kokevina persoonallisuuksina (Kolamo 2014a, 176; 2014b, 10; 2018, 75). Jalkapallon MM-kisojen mediaspektaakkelissa odotetaan perinteisesti vesi kielellä uusien tulokkaiden nousemista lajin tähtigalleriaan jo siellä paikkansa vakiinnuttaneiden hahmojen rinnalle (Kolamo 2014a, 200). Kuuluisuuksien nousu ja tuho ovat televisiourheilun ja laajemmin median polttoainetta, jota kulutetaan paikoin häikäilemättä (Goldlust 1987, 173).

Jalkapalldraaman pääesiintyjä spektakelisoidaan lähi- ja hidastuskuvissa (Kolamo 2014b, 7), joita toistetaan myös lähetysten studio-osuuksissa. Tätä tapahtuu niin ottelun vaiheiden

läpikäynnin aikana kuin varta vasten kasatuissa inserteissä. Tuotannossa editoidut kohokohtamontaasit tai muut vastaaventyyppiset insertit on konstruoitu tavalla, jossa urheiludraaman hahmot ja narratiivi tiukimmin yhdistyvät. Tarinan avainkohtia ovat huippuhetket, joiden televisuaalisissa representaatioissa yksilö erotetaan taustastaan, mikä mahdollistaa katsojan samastumisen ja alleviivaa televisiourheilun individualistista luonnetta. (Ks. Whannel 1992, 101–103.) Parhaat palat ja muut insertit sisältävät usein draaman kasvattamiseksi lisättyä taustamuusiikkia (Kolamo 2018, 47). On tulkittu, että mediaspektaakkelissa autenttisinta ja ihastuttavinta on nimenomaan kaikkein voimakkaimmin konstruoitu (Kolamo 2014a, 188).

Katsojien tunnetiloja virittävät nostalgisoivat insertit ja vanhojen muistelemisen kuuluvat yhtä lailla olennaisena osana televisiourheiluun (Kolamo 2018, 86). Jalkapallomuisteloissa televisioyhtiöt hyödyntävät valtavia aiemmista tapahtumista kertyneitä muistopankkejaan, joiden sisällöistä poimittua nostetaan lähetyksissä uudelleen katseltavaksi ja keskusteltavaksi (Giulianotti 2019, 908). Urheilutapahtumien pohjustuksissa tärkeitä kiinnekohtia ovat menneisyys traditioineen ja rituaaleineen sekä tulevaisuus, jossa narratiivin kannalta oleelliset kysymykset ovat vielä vastaamatta (Whannel 1992, 117). Jalkapallon MM-kisojen kohdalla tällainen urheilullisiin ulottuvuuksiin keskittyvä menneiden tapahtumien ja käynnissä olevan turnauksen muistelu- ja arviointityö pitää yllä tapahtuman taustalla operoivan valtakoneiston hegemonista asemaa. Ihmisten mieliin palautetaan se, mitä heidän halutaan muistavan, jotta odotusten rakentaminen ja nykyisen tapahtuman arviointi onnistuu oikeaoppisesti vallitsevan ideologian puitteissa. (Kolamo 2014a, 229–230.)

Montaaseista välittyvä mielikuva jalkapallosta on tietenkin yleensä romantisoitu ja jättää paljon kertomatta. Whannel (2014) osoittaa tämän kuvatessaan BBC:n maineikkaan *Match of the Day* -ohjelman introa, jossa kuvat modernista pelistä yhdistyvät paikallisten traditioiden ja kannatussuhteiden sekä omaleimaisten stadionien luonnehtimaan historialliseen aikaan. Aikaan, josta globalisaation ja rahavirtojen kasvun muuttamaa nykypeliä ei ole tunnistaa. Muutoksen sijaan alkutunnarissa korostetaan jatkuvuutta. Kuvaan eivät mahdu aitioissaan pönöttävät yritysveeraat, helikoptereilla stadioneille saapuvat seurojen ulkomaalaiset miljardööriomistajat tai nuorten pelaajien urheiluautot. (Whannel 2014, 771–772.)

Vastaavan yhtenäisyyden illuusion voi tunnistaa myös MM-karnevaalin elämää suurempia tunteita kuvaavista kohokohtamontaaseista, joissa kokonaisten kansakuntien puolesta taistelevien pallovirtuoosien elekieleen näyttäisi tiivistyvän miljoonien muiden samanaikaisten

aistikokemusten sisältö. Kuvaan harvoin mahtuu viheriöitä tähdittävien pelaajien yhä useamassa tapauksessa öljyrahoin tuettu ylellinen elämäntyyli. Myös jalkapallojohtajien kestitsemien itsevaltioiden ja muiden tyytyväisyyttään hykertelevien upporikkaiden täyttämät luksusaiiot on yleensä rajattu kuvaston ulkopuolelle, MM-stadioneita rakentaneista siirtotyöläisistä puhumattakaan.

Television dramaturgia pelaa Fifa-johtoisen valtakoneiston pussiin myös rakentamalla hegemonista reittiä otteluiden spekuloinnille (Kolamo 2014a, 34; Kolamo & Levä 2022, 88). Teknologian saralla otetut kehitysaskleet ovat paitsi tehneet tv-urheilusta globaalia myös lisänneet kansallisten televisioyhtiöiden mahdollisuuksia räätälöidä kisalähetysten sisällöstä omannäköistään (Whannel 1992, 65). Kansainvälisen tapahtuman kansalliseen viitekehykseen sitomisen yhteydessä voidaan puhua kotouttamisesta (Kolamo 2014a, 190) tai globalisoinnista (Salomaa 2017), jossa hyödynnetään usein esimerkiksi asiantuntijoiden omakohtaisia kokemuksia heille tutuista pelaajista tai kansallisista jalkapallokulttuureista (Kolamo 2014a, 190).

Whannelin (1992, 136, 141) mukaan urheilutapahtuman tarkastelu kansallisesti värittyneiden linssien läpi johtaa putkikatseeseen. Suomen maajoukkuetta ei Qatarin MM-lopputurnauksessa nähty, mutta putkikatseen toteutuminen kansallisissa tv-lähetyksissä muilla tavoin on yleistä esimerkiksi, kun otteluja pohjustetaan korostetusti ennakkosuosikin näkökulmasta tai kun tulkintoja ohjaa käsitys tapahtumarikkaasta keskivertokatsojan ihannepelistä. Myös vaikkapa suomalaisten perinteisesti kokema jalkapallosukulaisuus englantilaisten kanssa voi vaikuttaa pelin luentaan ja tuottaa siten oman putkikatseensa. (Ks. Kolamo 2014a, 203–210.)

Kolamo (2014a) viittaa putkikatseella yleisemmin siihen, kuinka studiossa on kangistuttu tuttuihin, itseään toistaviin kaavoihin. Keskustelujen ehtojen muuttaminen vaikuttaa olevan ylitsöpääsemättömän vaikeaa, kun pysytellään etukäteen rakennetuissa rooleissa ja mielikuvissa. (Kolamo 2014a, 212–213.) Juontajan tehtävänä studiossa on ohjelmaan kuuluvien erilaisten elementtien nivominen yhtenäiseksi kokonaisuudeksi ja samalla hän määrittää, kuinka asioita kehystetään. Juontotyössä luodaan yhteys katsojiin ja saatellaan heidät esitettävän materiaalin pariin. (Whannel 1992, 106–112.)

Asiantuntijat puolestaan ovat studiossa ensisijaisesti artikuloimassa analyttisesti otteluun liittämiään odotuksia, uskomuksia ja toiveita (Kolamo 2014a, 203). Ottelutapahtumia analysoitaessa heidän tehtävänä on poimia merkityksellisiä siitä, minkä katsojat ovat jo nähneet (Fele

& Campagnolo 2021, 617), ja tilastoihin tukeutuen studiossa on mahdollista jossitella sekä luoda vaikutelmaa tieteellisyydestä (Kolamo 2014a, 206). Televisiourheilulle tyypillisesti tapahtunutta ollaan kuitenkin taipuvaisia arvioimaan siten, että tapa, jolla ottelua on ennakoineissa kehystetty, vaikuttaisi virheellisenäkin oikeutetulta (Blain ym. 1993, 50). Televisioidun jalkapallosopivaksi näkökulmasta sopivaksi asiantuntijaksi onkin esitetty hahmoa, joka erehtyy ennakoarvioissaan, mutta kykenee spekuloidaan tietämättömyytensä unohduksiin (Kolamo 2014a, 203–205).

Seppo Pänkäläisen (1998a, 33) mukaan tapahtuman urheilullisissa asiayhteyksissä pitäytyvässä ja valmiisiin selitysmalleihin nojaavassa urheilulähetysten keskustelussa on kyse näennäisestä analyysistä. Tämä voi olla älyllisesti köyhää ja säästää lähetysaikaa, mutta speaktaakkeli etenee juuri vakiofraasien jauhamisen voimalla (Kolamo 2014a, 213). Kyse on yksinkertaisesti siitä, että tv-tuotannoissa on yleisesti hyväksytty hyvän televisio-ohjelman näkökulmasta tarpeelliseksi katsotut ja totunnaiset diskursiiviset käytänteet (Gruneau 1989, 152), joita toistetaan niistä enemmän tai vähemmän tietoisina (ks. Kolamo 2014a, 212). On myös huomioitava, että samojen kaavojen toistuminen tv-lähetyksissä on luontaista sikäli, kun urheilu itsessäänkin on toisteista. Tutuksi tulleiden kliseiden kiertäminen studiosta toiseen ei siis välttämättä aina kieli asiantuntijoiden laiskuudesta tai heikosta pelin ymmärryksestä, ja tilastot eivät ole niiden taitavalle tulkitsijalle vain hämäyskeino ja jossittelun väline, vaan niistä voi löytää aidosti pelin kannalta merkityksellisiä seikkoja.

Iso-Britanniassa television urheiluohjelmien määrä kasvoi 1990-luvulla ja samalla nousi esiin uudenlainen ilmiö – ”*lad television*”. Ilmestyi miesvaltaisia, sisällöltään pinnalliselta vaikuttavia ja entisten urheilijoiden tähdittämiä ohjelmia, joissa viljelty huumori oli karkeaa ja urheilutietämystä vaativaa. Poikamaisen otteen vallitessa naisten jalkapallokulttuuriin osallistumista katsottiin syrjäkarein. (Whannel 2002, 198–200.) Tällainen syväanalyysin sijaan ex-urheilijoiden kertomuksiin ja viihteeseen luottava, ronskimpi ja miesyleisölle suunnattu tyyli on sittemmin yhdistetty ennen muuta kaupallisen median esityksiin. Eroja julkisen palvelun ja yksityisen median urheilusisällöissä on havainnollistettu kaupallisen TalkSportin ja BBC:n radio-ohjelmien eroilla. (Boyle & Haynes 2009, 212.) Yleisradioyhtiöillä on taas tietävästi urheilun representoinnissa omanlainen roolinsa. Oletettavasti kaupallisten medioiden kuluttajakuntaa heterogeenisemmän yleisön katsellessa Yleisradion studioissa esiin nostetaan laajempia ja vakavampia teemoja itse urheiluun keskittyvien sisältöjen rinnalle (ks. Hartikainen 2022, 66–67). Urheilustudioiden sisällöissä ajan myötä tapahtuneen muutoksen ymmärtämiseksi ja

vertailukohdan tarjoamiseksi tämän tutkielman tuloksille on kerrottava vielä kolmesta urheilun uutisohjelman ja jalkapallon arvokisojen televisiolähetysten sisältöjen analysoimiseen fokusoituneesta tutkimuksesta (ks. Horky 2011; Horky ym. 2020; Turner 2014).

Yhdysvaltalaisen ESPN:n *SportsCenter* on suosittu urheilun uutisohjelma, jonka voidaan tietynlaisena tv-urheilun suunnannäyttäjänä olettaa vaikuttavan siihen, kuinka urheilua esitetään televisiossa. Pitkittäistutkimuksessa kartoitettiin sisällönanalyysin keinoin kyseisessä ohjelmassa kymmenen vuoden aikajänteellä tapahtunutta muutosta. Tulokset osoittivat, että verrattuna vuoden 1999 ohjelmaan vuonna 2009 ohjelman segmentit olivat pidempiä, ja molempina vuosina segmentit olivat yleisimmin muodoltaan tulosraportteja. Vuonna 1999 tulosraportteja ja urheilu-uutisia sisältyi kuitenkin ohjelmaan enemmän, kun taas vuonna 2009 ihmisiin keskittyviä tarinoita, analyyseja, kommentaareja ja kohokohtakoosteita sekä sekalaisia uutistarinoita nähtiin useammin. Vuoden 2009 ohjelmassa segmenteissä käsiteltyjä aiheita taustoitettiin useammin syvällisemmin siinä missä vuoden 1999 segmenteistä suurin osa kehystettiin episodisesti tarjoamatta niille juurikaan laajempaa kontekstia tai yksityiskohtia. Tabloidityyppisten esimerkiksi kuuluisuuksista, rikoksista ja urheilijoiden yksityiselämästä kertovien pehmeiden uutistarinoiden määrä oli kasvanut vuodesta 1999 ja vastaavasti ajankohtaisuuteen perustuvien segmenttien määrä oli kymmenessä vuodessa laskenut. (Turner 2014.)

Urheilu-uutisoinnin kehitys televisiossa on siis kulkenut tulosraportoinnista kohti kontekstuaalista uutisointia ja tarinankerrontaa. Käsiteltävät aiheet saavat laajemman kontekstin ja syvällisempää pohdintaa, mutta ne ovat myös informaationsa osalta pehmeitä ja siten korvattavissa muulla vastaavantyyppisellä materiaalilla. Tutkimuksessa sekalainen-luokkaan sijoitettujen segmenttien määrän kasvu usean muuttujan kohdalla kertoi pyrkimyksestä aiempaa dynaamisemman show'n tarjoamiseen. (Turner 2014.)

Samankaltaisia trendejä on havaittu myös jalkapallon arvokisälähetyksissä. Thomas Horky (2011) tutki televisiolähetysiksiä Saksan maajoukkueen viimeisistä EM- ja MM-turnausten otteiluista vuosilta 1994–2010, mikä osoitti ennakko- ja jälkiohjelman määrän kasvaneen ajan saatossa huomattavasti. Vielä 1990-luvulla ja vuosituhaten alussa noin puolet ohjelma-ajasta täyttänyt livelähetys ottelusta vei tarkasteluajanjakson lopussa enää alle kolmanneksen lähetyksajasta. Itse ottelun merkitys television suurissa jalkapalloilloissa oli pienentynyt, kun lähetyksen keston kasvuun oli vaikuttanut erityisesti viihdepitoisen sisällön lisääntyminen. Asiantuntijapaneelien ja humorististen ohjelmanumeroiden merkitys lähetyksissä oli kasvanut samalla,

kun journalistisesti muotoillun sisällön osuus oli pysynyt suhteellisen muuttumattomana. Tutkimuksen perusteella jalkapallosta puhuminen täytti arvokisalähetykset, jotka sisälsivät pintapuolisesti monenlaisia esitysmuotoja, mutta niissä keskityttiin pitkälti kapea-alaiseen ja tunnepitoiseen sisältöön, tunnelmaan, faneihin ja speaktaakkeliin. (Horky 2011.)

Myös samassa alkulohkossa vuoden 2014 MM-kisoissa esiintyneiden Saksan, Ghanan, Portugalin ja Yhdysvaltojen kansallisia televisiolähetystyksiä Saksan maajoukkueen alkulohkossa pelaamista otteluista on tutkittu. Sisällönanalyysin menetelmin aineistoa peranneen tutkimuksen tulokset kielivät kovien uutisten ja journalismin merkityksen vähenemisestä asiantuntijakommentoinnin ja paneelikeskusteluiden kustannuksella. Kaikissa maissa televisioyhtiöt käyttivät vähintään suhteellisen enemmistön lähetysajasta ennakko-ohjelmaan, jonka sisällön tutkijat arvioivat ottelun jälkeisten studio-osuuksien sisältöä tärkeämmäksi satunnaiskatsojien houkuttelemisessa. Saksan ja Portugalin televisiolähetystyksiin sisältyi tasapainoinen sekoitus ennalta valmisteltuja tarinoita ja asiantuntijahaastatteluja, kun taas Yhdysvaltojen ja Ghanan ohjelmissa keskityttiin puhumiseen ja keskusteluun. Pidemmälle kehittyneen jalkapallokulttuurin maissa lähetykset näyttäytyivät näin monipuolisuuden näkökulmasta laadukkaampina. Yhteiskunnallisten kysymysten käsittelyssä kunnostautui lähes yksinomaan Saksan televisio. (Horky ym. 2020.)

### **5.3 Ylen ja C Moren studiokokoonpanot ja taktiikat MM-turnauksessa**

Ennen tutkimuksen metodologiaa ja tuloksia on vielä syytä käydä läpi muutamia analyysia taustoittavia ja tarkentavia seikkoja, joista sisällönanalyysissa käytetyt muuttujat eivät yksin kerro. Tällaisia asioita ovat muun muassa kisatiimien jäsenten taustat ja kummankin tv-yhtiön ennen kisoja julkilausumat lähestymistavat turnauksen televisiointiin. C Moren kisatiimi oli kasattu puolustuslinjasta tv-asiantuntijaksi ja siitä luontevasti studioisännän rooliin siirtyneen pääjuontaja Petri Pasasen ympärille. Muun muassa Litmanen, Mikael Forssell ja Antti Niemi esiintyivät asiantuntijoina pitkälti Suomi-jalkapallon ”kultaisen sukupolven” pelaajien tähdittämässä kisa-studioissa. Yhdessä yli 700 A-maaottelun kokemuksen omanneen kisatiimin vakituiseen juontaja- ja asiantuntijakaartiin ainoana naisena kuului entinen A-maajoukkuepelaaja ja sittemmin valmennustehtäviin astunut Rosa Lappi-Seppälä. (Ks. MTV Urheilu 2022.)

Enemmän otteluita lähettäneen Ylen kisatiimi oli suurikokoisempi, ja studion vakiorotaatioon kuuluneiden juontaja Milla Madetojan sekä asiantuntijoiden Heidi Pihlajan ja Marianne Mietisen myötä naisia esiintyi Ylen studioissa C Moreen nähden enemmän. Ylen asiantuntijatiimiä voidaan pitää suuren yleisön silmissä verrattain vähemmän tunnettuna, vaikka mukaan mahtui esimerkiksi kansan suosioista ensimmäistä kertaa Suomen miesten A-maajoukkueen arvokisoihin johdattaneena päävalmentajana nauttinut Markku Kanerva. Myös Ylen asiantuntijoilla oli toki omaa pelaajataustaa ja he toimivat yhä aktiivisesti jalkapallon parissa, mutta monet heistä tuskin olivat jalkapallolähetyksiä vähemmän seuranneille ihmisille yhtä tuttuja kasvoja kuin vaikkapa kaikkien aikojen suomalaisjalkapalloilijoihin kiistatta lukeutuvat Litmanen ja Sami Hyypiä C Moren studioissa.

Molemmat televisioyhtiöt vakuuttelivat ennen turnausta kisojen yhteiskunnallisen ulottuvuuden olevan olennainen osa turnauksesta raportointia, joskin MTV:llä painotettiin, että asiantuntijatiimi keskittyy kisojen urheilulliseen puoleen, ja yhteiskunnallisia epäkohtia nostetaan esille ennen kaikkea kanavan uutis- ja ajankohtaislähetyksissä (ks. MTV Urheilu 2022). Kisojen varjopuolien käsittelyä eritoten turnauksen alkuun kaavailnut Yle lähetti paikan päälle Qatarin suomenkielisenä toimittajana vain Sampo Vaarakallion eikä lainkaan urheiluosaston henkilökuntaa. Ajatuksena oli, että kisapaikalta raportoidaan ainoastaan yhteiskunnallisista asioista eikä urheilusta. (Yle Urheilu 2022.) Ylen toimitus olisi ilmeisesti halunnut tuottaa kisoista vielä nähtyä enemmän uutta sisältöä esimerkiksi Qatarin ihmisoikeusloukkauksista, mutta haastavat työskentelyolosuhteet ja vain kymmenen päivän pituinen läsnäolojakso paikan päällä vesittivät näiltä osin ylioptimistisiksi paljastuneet suunnitelmat (Politi 2023, 67, 71).

C Moren kisatiimistä paikan päälle Qatarin turnauksen ensimmäisten päivien ajaksi sen sijaan matkasivat toimittaja Niko Lehmuskanta, selostaja Tuomas Virkkunen ja asiantuntija Mika Väyrynen. Lehmuskanta teki Qatarissa haastatteluja, raportteja ja reportaaseja, ja Virkkunen sekä Väyrynen selostivat otteluita stadioneilta, minkä lisäksi trio välitti tunnelmia Qatarista ja otti raporteissa kantaa niin kisajärjestelyjen toimivuuteen kuin sekä kisojen poliittisiin että urheilullisiin puheenaiheisiin. Sekä Ylen että MTV:n ulkomaan kirjeenvaihtajia tai muita toimittajia nähtiin kisojen aikana välittämässä kisatunnelmia ulkomailta, esimerkiksi Hollannista, Tanskasta, Englannista, Ranskasta ja Argentiinasta, joko suorana tai etukäteen nauhoitetuissa inserteissä.



Nykyisellään televisiourheilua kuvastaa audiovisuaalinen yhdenmukaisuus, joka saavutetaan hyödyntämällä teknologiaa niin, että todellinen tapahtumien lähde, tv-studio sekä suorana lähetettävä ja etukäteen nauhoitettu materiaali sulautuvat saumattomasti yhteen (Whannel, 2014, 772). MM-kisatuotteen omistajana Fifa ulottaa vaikutusvaltansa kansallisten televisiolähetysten studio-osuuksien sisältöihin (Kolamo & Levä 2022, 83). Sekä Ylen että C Moren studiot olivat lavastettu Qatar-hengessä viininpunasävytteisiksi, minkä lisäksi lähetykset noudattivat muilta visuaalisilta elementeiltaan kisojen virallista ulkoasua ja esimerkiksi alkoivat sekä päättyivät Fifan kisoja varten luomiin ja musiikin säestämiin alku- ja lopputunnuksiin.

## 6 OTTELUSTRATEGISET VALINNAT – TUTKIMUKSEN METODOLOGIA

Tämä kolmesta alaluvusta koostuva luku keskittyy tutkimusaineistoon ja -menetelmiin. Ensimmäinen alaluvuista sisältää tiedot siitä, miten ja millä perustein tutkimusaineisto rajattiin. Toisessa alaluvussa kerrotaan kattavasti aineiston analysoinnissa käytetystä menetelmästä ja tutkimusprosessin vaiheista sekä sen varrella tehdyistä metodologisista ratkaisuista. Kolmannessa luvussa pohjustetaan jo tuloslukua kertomalla tulosten esittämistä varten yhdistetyistä sisältöluokista. Aineiston rajaamista ja menetelmällisiä valintoja ovat ohjanneet asetetut tutkimuskysymykset: 1) Millaisia Ylen ja C Moren MM-jalkapallon television studiolähetyskset ovat ominaispiirteiltään? 2) Miten Ylen ja C Moren television MM-jalkapallostudioiden sisällöt eroavat turnauksen alku- ja loppuvaiheessa?

### 6.1 Aineiston rajaaminen

Tutkimusaineisto koostui Qatarissa järjestettyjen jalkapallon MM-kisojen televisiolähetysten studio-osuuksista. Itse ottelut selostuksineen eivät kuuluneet aineistoon. MM-kisojen 64 ottelusta Yle vastasi 42 ja MTV 22 ottelun suorasta televisioinnista. Lähetyskset studio-osuuksineen olivat jälkikäteen vuoden 2023 loppupuolelle saakka katseltavissa Yle Arenassa ja C Moren tilausmaksun vaativassa suoratoistopalvelussa. Tutkimuksessa käytetty aineisto oli siis julkista eikä siihen pääsyyn tai sen säilyttämiseen liittynyt näin eettisiä kysymyksiä.

Aineiston määrää rajattiin työekonomisista syistä käyttämällä harkinnanvaraista otantaa (ks. Eskola & Suoranta 2008, 18; Riffe ym. 2014, 76–77). Kisalähetyksistä tarkasteltavaksi valittiin alkulohkovaiheen ensimmäisen kierroksen ottelut (Yle, 9; C More 7) sekä kuusi pudotuspelivaiheen ottelua (Yle, 3; C More, 3), jotka sisälsivät kaksi kello 21 alkanutta puolivälieräottelua, välierät sekä pronssiottelun ja finaalin. Yhteensä 22 ottelun studiolähetyksistä (Yle, 12; C More, 10) kertyi lopulta mittavat 24 tuntia 41 minuuttia ja 55 sekuntia analysoitavaa aineistoa. Lista otteluista, joiden yhteyteen tutkimuksessa analysoidut studiolähetyskset kuuluivat, löytyy tutkielman lopusta (liite 1).

Aineisto rajattiin alkulohkovaiheen otteluihin ja tiettyihin pudotuspelivaiheen otteluihin asetettuja tutkimuskysymyksiä silmällä pitäen. Ottelujen valitsemisen samoista turnauksen vaiheista uskottiin varmistavan Ylen ja C Moren lähetysten sisällön vertailukelpoisuuden, sillä näin

molemmilla kanavilla nähtyjen studiolähetysten ottelut olivat merkitykseltään samankaltaisia. Tämän lisäksi jokaisen turnaukseen osallistuneen joukkueen ottelu oli osa studiolähetystä ainakin kerran, ja sekä Ylen että C Moren lähetysiin saatiin eri katseluaikoihin niin kiinnostusta herättävien jalkapallon suurmaiden kuin vähemmän tunnettujen maajoukkueiden otteluja.

Aineistoon sisällytettiin kuusi ottelua turnauksen pudotuspelivaiheesta ennen kaikkea toiseen tutkimuskysymykseen vastaamisen vuoksi. Studiolähetysten sisällön vertailun mahdollistamiseksi turnauksen eri vaiheissa aineisto jaettiin kahtia alkulohkovaiheen 16 ja pudotuspelivaiheen kuuteen otteluun. Tämä näkyy luvussa 7.2, kun esitellään tulokset, joiden pohjalta vastataan toiseen tutkimuskysymykseen. Seuraavaksi käydään läpi tutkimusprosessin varrella tehtyjä metodologisia ratkaisuja.

## 6.2 Tutkimusmenetelmät

Tätä tutkimusta leimaa vertaileva tutkimusintressi (ks. Kekkonen 2008, 33), sillä tavoitteena on ollut hahmottaa eroja ja yhtäläisyyksiä julkista palvelua edustavan Ylen ja kaupallisen media-toimijan C Moren MM-jalkapallon studiolähetyksissä. Tutkimusmenetelmäksi valittiin määrällinen sisällönanalyysin, jota käsittelevä ensimmäinen menetelmäkirja (Berelson 1952) ilmestyi 1950-luvulla. Olisi mahdollista puhua myös sisällön erittelystä, jota käytetään toisinaan synonyymina termin sisällönanalyysi kanssa (ks. esim. Seppänen 2005, 145–146). Sisällön erittelyn käsite on kuitenkin Jouni Tuomen ja Anneli Sarajärven (2018, 119) mukaan varattu sellaisille analyysitavoille, joissa aineiston sisältöä kuvataan kvantitatiivisesti, kun taas sisällönanalyysillä pyritään tutkittavan ilmiön sanalliseen kuvaamiseen. Kvantitatiivisen eli määrällisen ja kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen jyrkkä vastakkainasettelu ei kuitenkaan ole mielekäästä (Hirsjärvi ym. 2004, 126–128), minkä lisäksi englannin kielessä termi *content analysis* viittaa sekä kvantitatiivisesti että kvalitatiivisesti orientoituneisiin menetelmiin, joskin eroa tehdään tarpeen vaatiessa etuliitteillä *quantitative* ja *qualitative* (Schreier 2012, 16).

Tutkimuksen eri vaiheisiin sisältyi eri painotuksin elementtejä sekä laadullisesta että määrällisestä tutkimuksesta varsinkin, kun tarkempi käsitys studiosisältöjen eroista ja yhtäläisyyksistä edellytti toisinaan myös studiosisältöihin liittyneiden laadullisten huomioiden sanoittamista, vaikka koko aineiston systemaattinen analyysi ei varsinaisesti ulottunut sen määrällisten piirteiden selvittämistä pidemmälle. Kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen suhteista tai

käytetyn menetelmän oikeasta nimityksestä kiistelystä sijaan tutkielmassa pyrittiin ”perustellun, loogisen ja luovan tutkimusotteen” (Seppänen 2005, 147) kehittämiseen. Vaikka tutkimuksen tulokset perustuvat pääasiassa numeerisessa muodossa esitettyihin havaintoihin, tässä tutkielmassa käytettyä menetelmää kutsutaan sisällönanalyysiksi riippumatta siitä, millä nimellä menetelmästä on lähdekirjallisuudessa kirjoitettu. Vastaisuudessa etuliitteitä määrällinen tai laadullinen ei myöskään tekstissä korosteta, sillä ne lokeroivat turhan tiukasti varsin monipuolista analyysia.

Sisällönanalyysin kotimaisessa klassikko-oppaassa nojataan Bernard Berelsonin (1952, 18) varhaiseen määritelmään, joka on suomennettu seuraavasti: ”Sisällönanalyysi on kommunikation ilmisällön objektiivista, systemaattista ja määrällistä kuvailua varten soveltuva tutkimustekniikka” (Pietilä 1976, 51). Yksinkertaistetusti menetelmässä on kyse tekstin järjestelmällisestä muuttamisesta numeroiksi, aineiston määrällisiksi piirteiksi (Seppänen 2005, 142). Kaikenlaisia mediaesityksiä voidaan kutsua teksteiksi, koska niiden voidaan ajatella olevan jotenkin luettavissa eli tulkittavissa (Nieminen & Pantti 2012, 108). Tässä tutkimuksessa analysoidut tekstit olivat television kisastudioissa esiintyneitä audiovisuaalisia representaatioita, joiden systemaattinen jäsentely osoittautui varsin työlääksi ja aikaa vieväksi prosessiksi.

Kun tutkimustehtävä oli tarkentunut, alettiin muodostamaan esiyymmärrystä aineistosta, jotta sen jäsentelyyn sopivan luokitusrunon laatiminen onnistuisi (Seppänen 2005, 157). Esiyymmärryksen muodostaminen tapahtui katsomalla kisojen studiolähetystyksiä ja tutustumalla tutkimusmetodologian näkökulmasta relevanttiin kirjallisuuteen. Suurta osaa MM-kisojen lähetystyksistä seurattiin suorana kenen tahansa katsojan tavoin, mutta usein myös tutkimustehtävä vahvasti mielessä muistiinpanoja tehden. Myöhemmin erityisesti lopulliseen aineistoon kuuluneita lähetystyksiä katseltiin suoratoistopalveluista hartaasti ja lukuisia kertoja. Menetelmäkirjallisuuden lisäksi tutustuttiin television urheilulähetysten sisältöä käsitelleisiin tutkimuksiin (ks. Horky 2011; Horky ym. 2020; Turner 2014) ja muihin tutkimusmetodologian kehittämissä perspektiivistä hyödyllisiksi katsottuihin tutkimuksiin (ks. Laine 2011; Laine & Kotilainen 2020).

Luokitusrunon rakentamista on mahdollista lähestyä aineistolähtöisesti, teorialähtöisesti tai teoriaohjaavasti (ks. Tuomi & Sarajarvi 2018, 122–133). Urheilustudioiden sisällönanalyysia varten ei ole olemassa yleispätevää sapluunaa, minkä vuoksi aineistolähtöinen analyysitapa oli käytännössä ainoa mahdollinen keino luokitusrunon laatimiseen, joskin muuttujien kehittä-

voidaan pitää jossain määrin sekä aineistolähtöisenä että teoreettisena työnä (ks. Seppänen 2005, 158). Luokitusrunko kuitenkin rakennettiin tutkitun sisällön pohjalta sen sijaan, että olisi painotettu jotain ulkopuolista teoriaa tai viitekehystä (ks. Pietilä 1976, 97). Toki samantyyppisissä tutkimuksissa (ks. Horky 2011; Horky ym. 2020; Laine 2011; Laine & Kotilainen 2020) käytettyihin muuttujiin ja sisältöluokkiin tutustuminen osoittautui hyödylliseksi, kun kehiteltiin luokitusrunkoa tätä aineistoa varten. Näiden tutkimusten ohella muuttujien ja sisältöluokkien nimeämisessä ja määrittelyssä apuna käytettiin Heikki Kuutin (2012) *Mediasanasto*-kirjaa.

Sisällönanalyysi vaatii aineiston jakamista havaintoyksiköihin (Seppänen 2005, 151). Havaintoyksiköillä tarkoitetaan ”yksikköjä, joihin liittyvinä tiedot tutkittavista ilmiöistä merkitään muistin ja/tai joihin liittyvinä niitä jatkossa käsitellään” (Pietilä 1976, 102). Tässä tutkimuksessa havaintoyksiköitä kutsutaan segmenteiksi, sillä televisiolähetysten voidaan nähdä koostuvan peräkkäisistä segmenteistä – televisioilmaisun perusyksiköistä – jotka ovat äänen ja kuvan muodostamia yhtenäisiä ja suhteellisen lyhytkestoisia kokonaisuuksia (ks. Ellis 1992, 112, 116). Siitä, kuinka segmentti on tässä tutkimuksessa määritetty, kerrotaan hieman tuonnempana.

Aineiston luokittelua eli koodausta varten laadittiin siis luokitusrunko, jossa kuvattiin muuttujat sisältöluokkineen ja koodauksen perusteet (ks. Riffe ym. 2014, 100–104; Seppänen 2005, 157). Aineiston koodaus tehtiin Excel-taulukoon siten, että kutakin muuttujaa (A–I) koskevat tiedot eli sisältöluokkien numerokoodit olivat luettavissa pystysarakkeesta ja yksittäistä havaintoyksikköä koskeneet tiedot näkyivät vaakarivillä. Muuttujat ovat määrällisesti tai laadullisesti vaihtelevia suureita ja vaikka myös ne voidaan ymmärtää sisältöluokiksi (Pietilä 1976, 127), termiä muuttuja käytetään tässä tutkielmassa kuvaamaan niin sanottuja perussisältöluokkia (ks. Pietilä 1976, 94), joita luokitusrunkoon kuului yhdeksän:

- A. Numero
- B. Kanava
- C. Ottelu
- D. Studio-osuus
- E. Esitysmuoto
- F. Aihealue
- G. Henkilö- tai tilannelähde
- H. Kesto

## I. Aikaväli videossa

Sisältöluokka-käsitteellä puolestaan tarkoitetaan muuttujille annettuja arvoja, joita laatueroasteikollisista sisältömuuttujista sisältyi eniten, 25, esitysmuotomuuttujaan. Sisältömuuttujiksi nimitetään muuttujia E–H, sillä niiden avulla eroteltiin aineiston varsinaista sisältöä ja niiden kehittäminen vaati paljon työtä ja tulkintaa. Esitysmuoto- ja aihealueuuttajat vastaavat Horkyn (2011; Horky ym. 2020) samantyylliseen aineistoon pohjaavissa tutkimuksissa käyttämiä muuttujia. Esitysmuotomuuttujan tarkoituksena oli erottaa tyyliltään erilaiset studiosegmentit ja insertit, kuten erilaiset haastattelupätkät ja videokosteet omiin luokkiinsa. Aihealueuuttujan avulla tehtiin eroa erilaisten puheenaiheiden tai muulla tavoin segmenttien teemana olleiden aiheiden välille. Henkilö- tai tilannelähdemuuttuja lisättiin kertomaan siitä, mikä oli segmentissä kuultavien henkilöiden asema, sillä ajateltiin, että myös tästä ulottuvuudesta voisi löytyä aineistossa kiinnostavia eroja. Muuttujat E–G ovat laatuero- eli nominaaliasteikollisia, joissa havainnot luokitellaan ryhmiin niiden samankaltaisuuden ja erilaisuuden perusteella (ks. Sepänen 2005, 152–153).

Koodausprosessissa noudatettiin sisältöluokkien määrittämisessä toistensa poissulkevyyden periaatetta, jolloin yksittäinen havaintoyksikkö oli kunkin muuttujan kohdalla mahdollista määrittää vain yhteen sisältöluokkaan (ks. Bell 2004, 16). Kisastudioissa erilaiset aihealueet ja esitysmuodot usein limittyivät yksittäisen segmentin sisällä, minkä lisäksi segmentissä äänessä olevia henkilöitäkin olisi ollut mahdollista sijoittaa useampaan luokkaan. Ymmärrettävästi esimerkiksi aihealueena ottelusta on vaikea puhua ilman joukkueita ja pelaajia, minkä lisäksi myös vaikkapa kisatiimiin kuuluvilla asiantuntijoilla voi olla kaksoisrooleja. Tämän vuoksi kukin segmentti määritettiin siihen sisältöluokkaan, johon se laaditun luokitusrunгон ohjeiden mukaan ensisijaisesti kuului.

Kestomuuttujaan merkittiin segmentin kesto sekunteina. Tämä oli tärkeää, sillä esimerkiksi pelkkä segmenttien lukumäärän laskeminen olisi ollut aineiston määrällisen vertailun näkökulmasta ongelmallista, sillä Ylen ja C Moren studiolähetyksistä kertyi sekä ajallisesti että segmenttien määrällä mitattuna eri määrä aineistoa. Keston määrittäminen mahdollisti prosentiosuoksien laskemisen eri sisältöluokkien esiintyvyydestä aineistossa ja sitä kautta tapahtuvan erilaisten sisältöjen määrällisen vertailun. Segmentin keston määrittämistä helpotti aikaväli videossa -muuttuja, joka auttoi myös yhdessä muuttujien A–D kanssa tietyn segmentin paikantamisessa, jos koodausratkaisuja tai aineistoa oli tarpeen myöhemmin tarkastella.

Muuttujat A–D arvoineen ovat pitkälti lähetyksen tiedoista nähtävissä olleita tausta- tai tunnistemuuttujia, eikä niihin liittynyt juurikaan tulkinnanvaraisuutta. Muuttujan A kohdalla havaintoyksiköt numeroitiin järjestyksessä sitä mukaan, kun ne aineistossa ilmenivät. Tällä tavoin aineisto oli Excelissä helposti ajallisen esiintyvyyden perusteella järjestettävissä alkuperäisellä tavalla. Kanava-, ottelu- ja studio-osuusmuuttujat kertoivat havaintoyksiköistä tärkeää taustatietoa, jonka mukaan aineistoa jaettiin Ylen ja C Moren lähetyksiin, alkulohko- ja pudotuspelivaiheen otteluihin sekä ennakko-, puoliaika- ja jälkistudioihin. Kaikki luokitusrungon muuttujat sisältöluokkineen ovat nähtävissä tutkielman loppuun lisätystä liitteestä 2 (liite 2).

Kun koodaustyötä tehtiin, edessä oli tulostettu luokitusrunko, johon sisältyi muuttujien ja sisältöluokkien koodien lisäksi kuvaukset kuhunkin sisältöluokkaan määritettävästä sisällöstä sekä päätöksenteossa auttanut yksityiskohtainen ohjeistus, jossa oli pyritty huomioimaan erilaiset MM-studiosisällöissä esiintyneet skenaariot. Ohjeistukset liittyivät segmenttien sisältöluokkiin määrittämisen ohella esimerkiksi siihen, mistä koodaaminen alkoi ja mihin se loppui eri studio-osuuksien kohdalla, kuinka segmentti määritettiin ja miten *breakbumperit* eli usein lähetyksen siirtymäkohdissa vilahtaneet lähetystunnukset (ks. Kolamo 2018, 59) tuli koodata osaksi segmenttejä. Tutkimuksessa käytettyä varsin seikkaperäistä ja mittavaa luokitusrunkoa ei sisällytetty kokonaisuudessaan tähän dokumenttiin, mutta seuraavaksi kerrotaan luokitusrungon laatimisesta sekä koodaustyötä ohjanneista tärkeimmistä periaatteista. Jotta lukija saisi paremman käsityksen siitä, mitä sisältöluokat tarkoittavat, on tutkielman perälle lisätty liite, joka sisältää kuvaukset jokaisen selitystä kaipaavan muuttujan sisältöluokkiin määritetystä sisällöstä (liite 3).

Aineiston koodaaminen harvemmin sujuu mutkitta, sillä muuttujien ja niiden arvojen sovittamisessa aineistoon on usein kyse yrittämisen ja erehtymisen kautta tapahtuvasta järjestyksen vaativasta työstä (Seppänen 2005, 157). Tämä saatiin huomata koodaustyötä käynnistellessä. Useat ensimmäisistä koodausyrityksistä osoittautuivat jo varhaisessa vaiheessa niin kehoiksi, että Excel-taulukot jätettiin pitkäksi aikaa rauhaan, sillä aineistoon oli paneuduttava paremmin, jotta siitä saataisiin luokitusrungon avulla esiin erilaiset sisällöt tyydyttävällä tarkkuudella. Luokitusrungon laatimisen kannalta parhaaksi taktiikaksi osoittautui lähetyksen katsominen ja muistiinpanojen tekeminen siten, että yhdellä katsomiskerralla tarkkailtiin erityisesti yhteen muuttujaan liittyviä seikkoja, joista tehdyt huomiot kirjattiin muistiin. Käytettyä havainnointitekniikkaa voisi kutsua systemaattiseksi havainnoinniksi (ks. Vilka 2007, 29–30). Tähän liittyen nostetaan esiin vielä yksi sisällönanalyysissä olennainen käsite, koodausyksikkö.

Koodausyksiköllä tarkoitetaan sitä osaa havaintoyksiköstä, jonka perusteella havaintoyksikölle määritetään tietty muuttujan arvo. Koodausyksikkö osoittaa sen, mihin kussakin havaintoyksikössä kiinnitetään huomiota muuttujan arvoa koodatessa, ja toisinaan sitä voi olla vaikea määrittää. (Seppänen 2005, 152.) Koodausyksikön selväpiirteinen määrittely ei tässä tutkimuksessa ollut sisältömuuttujien osalta helppoa, sillä koodausyksiköt olivat niitä tv-lähetysten visuaalisesti tai auditiivisesti havaittavia koodeja, joiden perusteella muuttuja sai arvonsa. Audiovisuaalisissa sisällöissä riittää paljon elementtejä, joihin on mahdollista kiinnittää huomiota. Käytännössä muuttujan arvo määritettiin aina audiovisuaalisen sisällön muodostaman kokonaisuuden perusteella.

Esitysmuodon määrittämisessä visuaalisilla havainnoilla oli merkittävä rooli, sillä esimerkiksi studioon sijoittuneissa segmenteissä katsottiin sitä, kuinka segmentissä esiintyneet henkilöt olivat sijoittuneet fyysisesti studiossa. Inserteissä kiinnitettiin huomiota niin ikään lokaatioon ja elementteihin, jotka erottivat esimerkiksi kansainvälistä alkuperää olleet insertit kotimaisen mediayhtiön tuotoksista. Kuitenkin myös auditiiviseen sisältöön tuli kiinnittää huomiota, jotta esimerkiksi raportit, reportaasit ja eri haastatteluluokkiin kuuluneet segmentit oli mahdollista erottaa toisistaan. Aihealueen määrittämisessä priorisoitiin auditiivista sisältöä, kuten sitä, mistä segmentissä puhuttiin. Visuaalista puolta ei voinut kuitenkaan tässäkään unohtaa, sillä esimerkiksi tiisereihin tai montaaseihin ei välttämättä sisältynyt puhetta, jolloin segmentin aihealue oli määritettävä pitkälti visuaalisten vihjeiden perusteella. Henkilö- tai tilannelähdeluokan kohdalla kiinnitettiin luonnollisesti huomiota segmentissä äänessä olleisiin henkilöihin. Jos henkilö- tai tilannelähteitä esiintyi segmentissä useammasta sisältöluokasta, pois lukien kisa-tiimi, määritettiin segmentti sekalainen-luokkaan. Esitysmuodon ja aihealueen osalta yritettiin aina määrittää segmentille ensisijainen sisältöluokan laadittujen ohjeiden mukaisesti, mutta mikäli se ei ollut mahdollista käytettiin sekalainen-luokkaa.

Luokitusrunгон muuttaminen kesken koodauksen on kiellettyä (Seppänen 2005, 157). Viimeistä koodauskertaa edeltäneellä yrityksellä luokitusrunko oli saatu jo melko hyvään kuntoon, mutta vaikutti siltä, että liikaa päätöksiä tehtiin sattumanvaraisesti, minkä vuoksi koodausprosessia ei pystyttäisi toistamaan samoin tuloksin. Päänvaivaa aiheuttivat erityisesti kaksi seikkaa: segmentin rajojen määrittäminen ja aihealueiltaan vaihtelevien segmenttien määrittäminen ilman, että jokainen tällainen segmentti tulisi määritetyksi sekalainen-luokkaan. Ensimmäinen pulman ratkaistiin keskittymällä yksittäisen segmentin määrittämisessä vain esitysmuotoon. Erilaiset insertit oli jo määritetty aina omaksi segmentikseen, mutta studiosegmenttien kohdalla



oli yritetty vaihtaa segmenttiä myös aihealueiden mukaan, mikä oli tehnyt segmentin rajojen määrittämisestä liian sekavaa. Aihealueisiin liittynyt ongelma ratkaistiin puolestaan myös esitysmuotojen kohdalla paikoin sovelletulla 2/3-säännöllä, joka tarkoitti sitä, että jos jokin aihealue vei segmentin kestosta kaksi kolmasosaa tai enemmän, sitä pidettiin segmentin ensisijaisena aihealueena. Näin kyettiin tekemään luotettavasti ratkaisuja esimerkiksi sellaisten studioon sijoittuneiden segmenttien kohdalla, joissa saatettiin ensin kommentoida vaikkapa juuri esitettyä inserttiä, minkä jälkeen keskustelu jatkui esitysmuodon vaihtumatta toisesta aiheesta.

Tutkimuksen toistettavuuden näkökulmasta nuo ratkaisut näyttäytyivät välttämättöminä. Tehdyistä muutoksista huolimatta etenkin aihealuemuuttujan kohdalla jouduttiin käyttämään sekalainen-luokkaa enemmän kuin olisi haluttu. Tämä saattoi kuitenkin olla pikemminkin seurausta aineiston luonteesta ja laadittujen sisältöluokkien paljoudesta kuin luokitusrunгон heikkoudesta. Toisenlaiset muuttujat, sisältöluokat ja ohjeistukset olisivat ehkä voineet toimia sekalaisen-luokan käytön vähentämiseksi, mutta on vaikea uskoa, että niiden avulla aineiston sisällöstä olisi välittynyt tarkempaa tai totuudenmukaisempaa kuvaa.

Tutkimuksen laatua voidaan arvioida validiteetin ja reliabiliteetin käsitteiden avulla. Ensin mainitulla tarkoitetaan paitsi yksittäisen muuttujan myös laajemmin koko tutkimuksen kykyä mitata juuri sitä, mitä sillä pyritään mittaamaan. Jälkimmäisellä puolestaan viitataan tutkimuksen satunnaisvirheettömyyteen, jossa merkittävä rooli on aineiston koodaamisen johdonmukaisuudella, yksiselitteisyydellä ja toistettavuudella. (Ks. Seppänen 2005, 154–155.)

Tämän tutkimuksen validiteetti perustuu pitkäjänteisesti tehtyyn luokitusrunгон kehittäelytyöhön, josta on edellä kerrottu ja jonka varrella tehdyt ratkaisut on asetettu kritiikille alttiiksi. Tutkimuksen reliabiliteettia testattiin koodaamalla uudestaan kuudesta ottelusta koostunut ja lähes seitsemän tuntia aineistoa sisältänyt satunnaisotos, kun oli pidetty yli kahden viikon mittainen tauko varsinaisen koodaustyön päättymisestä. Koko koodausprosessi suoritettiin yhden henkilön voimin. Lähetyskseen koodattiin molemmilla kerroilla sama määrä segmenttejä, 224, ja sisältömuuttujien osalta yhdenmukaisuus koodauskertojen välillä oli esitysmuodon sekä henkilö- tai tilanelähteen kohdalla täydellinen. Aihealue- ja kestomuuttujiin osui kumpaankin kolme poikkeamaa. Kestomuuttujan kohdalla ei otettu kohtuuden nimissä huomioon yhden sekunnin poikkeamia. Poikkeamien määrä oli kuitenkin hyvin vähäinen ja ne selittyivät systemaattisten tulkintavaikeuksien sijaan pienellä huolimattomuudella sekä aineiston

vaikeaselkoisuudella. Tästä syystä ei katsottu tarpeelliseksi saati vaivan arvoiseksi uusien koodausprosessia, jota voi pitää kokonaisuudessaan aineiston vaativuuteen nähden varsin onnistuneena.

### **6.3 Tulosten esittämistä varten yhdistetyt sisältöluokat**

Tulosten esittämisvaiheessa on mahdollista yhdistää joitain sisältöluokkia (Laine 2016, 50). Näin päätettiin toimia tiettyjen muuttujien sisältämien sisältöluokkien paljouden ja joihinkin sisältöluokkiin koodattujen segmenttien määrän vähyyden vuoksi, sillä sen uskottiin selkeyttävän tulosten esittämistä. Esitysmuotomuuttujan kohdalla yhdistettiin sisällöltään toisiaan vahvasti muistuttaneet ja dialogiin nojanneet keskustelu- ja näytteiden kommentointi -luokat sekä niin ikään ytimeltään melko samankaltaiset luokat raportti ja reportaasi. Myös studiohaastattelut, asia- ja henkilöhaastattelut sekä kiertohaastattelut yhdistettiin yhdeksi luokaksi. Tämä luokka nimettiin tulostaulukoissa omiksi haastatteluiksi viitaten niiden alkuperään, joka oli kansallisen televisioyhtiön tiedonhankinnassa. Lisäksi liitettiin yhteen luokat kentänlaitahaastattelu ja lehdistötilaisuuskommentit, koska ne olivat kansainvälistä alkuperää, ja sponsoriseiniä edessä annettuja lausuntoja voi lähtökohtaisesti pitää kliseisiin turvaavina performatiivisina tekoina (ks. Kolamo 2014a, 212).

Aihealueuuttujassa yhdistettiin taulukoihin henkilöitä koskeneet luokat pelaaja ja valmentaja sekä urheilun ja koko tapahtuman yhteiskunnallisiin ulottuvuuksiin keskittyneet luokat politiikka ja kisojen taustat. Luokkien yhdistämisen jälkeen sekä esitysmuoto- että aihealueuuttujien kohdalla tulostaulukoissa on näkyvissä 16 sisältöluokkaa, joista luokkaan muu on lisätty kanavakohtaisesti taulukon ulkopuolelle jääneisiin luokkiin määritetyt segmentit. Segmenttien aihealueiden prosentiosuuksia turnauksen alku- ja loppuvaiheessa havainnollistavassa taulukossa on puolestaan näkyvissä kaikki yhdistämistoimenpiteiden jälkeen jäljelle jääneet 20 sisältöluokkaa. Luokkaa muu ei siis ole täydennetty muista luokista.

Henkilö- ja tilannelähteiden osalta tulostaulukoiden pituus rajattiin yhdeksään sisältöluokkaan ja muu-luokan kanssa toimittiin edellä kuvatulla tavalla, siis taulukon ulkopuolelle jääneistä luokista sitä täydentämällä. Luokat muu asiantuntija ja ulkomainen toimittaja yhdistettiin, sillä henkilöitä näistä sisältöluokista kuultiin ennen kaikkea aihealueeltaan yhteiskunnallisiin teemoihin keskittyneissä segmenteissä. Tulososiossa esitettävissä taulukoissa sisältöluokat on

pääsääntöisesti järjestetty segmenttien ajallisen keston perusteella laskettujen prosenttiosuuk-  
sien mukaisesti mutta myös segmenttien lukumäärät ja yhteiskestot ovat nähtävillä. Tarkemmat  
tiedot tulosten esittämisestä ja taulukoissa käytetyistä lyhenteistä löytyvät tulososiosta sitä mu-  
kaan, kun kutakin taulukkoa käsitellään.

## 7 TULOKSET

Tulosluku on jaettu kolmeen alalukuun, joista ensimmäisessä esitettävät tulokset muodostavat vastauksen ensimmäiseen kysymykseen ja toisen alaluvun sisältö vastaa puolestaan toiseen tutkimuskysymykseen. Kolmanteen alalukuun on kirjoitettu tiivistetysti yhteen olennaisimmat tutkimushavainnot. Ensimmäinen alaluku on jaettu tarkasteltujen sisältömuuttujien mukaisesti neljään osaan. Toiseen alalukuun vastaavaa jakoa ei ole tehty, vaan muutokset MM-studioiden kestossa ja aihealueissa turnauksen alku- ja loppuvaiheiden välillä käydään läpi ilman toisen tason alalukuja.

### 7.1 Ylen ja C Moren MM-kisastudioiden ominaispiirteet

#### 7.1.1 Aineiston jakautuminen: C Moren lähetyksissä nopeampi tempo ja pidemmät jälkistudiot

Taulukkoon 1 on kirjattu tietoja aineiston jakautumisesta kanavakohtaisesti ja eri studio-osuuk-sien välillä. Taulukon tiedoista löytyvät lukemat studiolähetysten keskimäärin sisältämien seg-menttien kappalemäärästä eli segmenteistä per studio (s/st.) sekä studioiden keskimääräisestä ajallisesta kestosta eli kestosta per studio (kesto/st.). Lisäksi taulukossa on summattuna aineis-toon sisältyneiden segmenttien lukumäärä (lkm.) ja studioiden ajallinen kesto (kesto) sekä tä-män perustella laskettu prosenttiosuus studiosisällöstä (%). Samat lyhenteet ovat käytössä myös tutkielman muissa taulukoissa. Huomionarvoista on, että kaikissa taulukoissa näkyvät prosent-tiosuudet tai muutosta prosenttiyksikköinä kuvaavat lukemat on pyöristetty yhden desimaalin tarkkuuteen, jolloin ne eivät yhteenlaskettuna aina välttämättä täsmää yhteensä-riville kirjat-tuun lukemaan sata tai nolla (taulukko 1).

TAULUKKO 1. Ylen ja C Moren MM-kisastudioiden sisältöjen määrä aineistossa.

Studio	Yle					C More				
	s/st.	kesto/st.	lkm.	kesto	%	s/st.	kesto/st.	lkm.	kesto	%
Ennako	12	31.17	144	6.15.25	52,7	19	31.44	190	5.17.22	41,2
Puoliaika	3,8	13.33	46	2.42.37	22,8	10	13.23	100	2.13.49	17,4
Jälki	4,3	14.29	52	2.53.46	24,4	21,2	31.54	212	5.18.56	41,4
Yhteensä	20,1	59.19	242	11.51.48	100	50,2	1.17.01	502	12.50.07	100

Analysoituun aineistoon kuului 12 Ylen ja kymmenen C Moren studiolähetystä. Tästä huolimatta C Moren sisältöjen osuus aineistossa oli lähes tunnin suurempi verrattuna Ylen sisältöjen osuuteen. Ero selittyy C Moren selvästi pidempikestoisilla jälkistudioilla, jotka olivat keskimäärin kutakuinkin samanmittaisia kuin kanavan ennakkostudiot. Ylen ennakkostudiot olivat kestoltaan keskimäärin samaa noin puolen tunnin luokkaa kuin C Morella. Ylellä ennakkostudiot kattoivat kuitenkin yli puolet kanavan studiolähetysten kokonaisajasta, kun jälkistudiot jäivät lähelle jalkapallo-ottelujen puoliajan standardinmukaisen keston pitkälti määrittämien puoliaikastudioiden kestoja.

C Moren studiolähetysiin sisältyi selkeästi suurempi määrä segmenttejä kuin Ylen lähetysiin. Noin kaksi kolmasosaa koko aineiston segmenteistä kuului C Moren lähetysiin. Yhden ottelun studiolähetys muodostui C Morella selvästi yli kaksinkertaisesta määrästä segmenttejä verrattuna Ylen studiolähetysiin. Segmenttien suurempi määrä C Moren lähetyksissä kertoo kanavan studiolähetysten nopeammasta temposta verrattuna Ylen lähetysiin, joiden harvalukuisemmat segmentit ovat seurausta pitäytymisestä saman esitysmuodon ja aihealueen piirissä pidempiä aikoja kerralla.

### **7.1.2 Esitysmuodot: dialogin dominanssia**

Taulukossa 2 näkyvät kanavakohtaisesti aineiston esitysmuodot niihin määritettyjen segmenttien yhteenlaskettuun keston perustuvan prosenttiosuuden mukaisesti suurimmasta pienimpään järjestettynä. Aihealueiden sekä henkilö- ja tilannelähteiden jakautumisesta kertovat taulukot 3 ja 4 noudattavat samaa logiikkaa. Esitysmuotojen näkökulmasta valtaosa studiolähetysten ajasta sekä Ylellä että C Morella kului dialogisissa merkeissä keskustellen ja näytteitä kommentoiden. Kansainvälistä alkuperää olleiden juttujen tai lausuntojen osuus oli niin ikään molempien kanavien studioissa hyvin samankaltainen. Sama toteutui myös tulossa olleiden ottelutapahtumien tai lähetysten sisältöjen hehkuttamiseen keskittyneiden trailereiden ja tiisereiden kohdalla. Kanavien omaan tiedonhankintaan ja tuotantoon perustuneiden raporttien ja reportaasien sekä erilaisten haastattelujen osuus yhdessä oli niin ikään melko samankaltainen kummankin kanavan studiolähetyksissä. Näiltä osin studiolähetysten formaatti oli hyvin yhteneväinen, mutta löytyi Ylen ja C Moren studiolähetysten esitysmuodoista myös eroavaisuuksia (taulukko 2).

TAULUKKO 2. Segmenttien esitysmuodot Ylen ja C Moren MM-kisastudioissa.

Esitysmuoto	Yle			Esitysmuoto	C More		
	lkm.	kesto	%		lkm.	kesto	%
Keskustelu ja näytteiden kommentointi	96	7.36.21	64,1	Keskustelu ja näytteiden kommentointi	157	7.15.55	56,6
Esitys	14	55.56	7,9	Kv. juttu tai lausunto	27	39.59	5,2
Kv. juttu tai lausunto	23	34.58	4,9	Juonto	67	39.09	5,1
Paneelikeskustelu	5	34.08	4,8	Ei esitysmuotoa	81	35.44	4,6
Omat haastattelut	10	26.36	3,7	Omat haastattelut	17	34.56	4,5
Montaasi	11	22.38	3,2	Väittäly	8	30.02	3,9
Raportit ja reportaasit	9	16.59	2,4	Sekalainen	9	23.42	3,1
Juonto	17	11.57	1,7	Raportit ja reportaasit	11	21.51	2,8
Trailerit tai tiiseri	18	10.44	1,5	Muu**	46	19.33	2,5
Sekalainen	2	10.22	1,5	Esitys	7	19.00	2,5
Jingle	23	6.54	1,0	Kentänlaitahaastattelut ja lehdistötilaisuuskommentit	17	15.38	2,0
Kontribuutio	2	6.27	0,9	Kontribuutio	14	15.04	2,0
Kentänlaitahaastattelut ja lehdistötilaisuuskommentit	5	5.58	0,8	Trailerit tai tiiseri	24	12.09	1,6
Tietoisku	2	5.18	0,7	Montaasi	8	11.00	1,4
Muu*	3	3.41	0,5	Uutiskatsaus	6	9.45	1,3
Takauma	2	2.51	0,4	Demonstraatio	3	6.40	0,9
<b>Yhteensä</b>	<b>242</b>	<b>11.51.48</b>	<b>100</b>	<b>Yhteensä</b>	<b>502</b>	<b>12.50.07</b>	<b>100</b>

\*Sisältää myös luokkaan uutiskatsaus määritetyt segmentit.

\*\* Sisältää myös luokkiin paneelikeskustelu ja jingle määritetyt segmentit.

Esitysten, paneelikeskustelujen ja montaasien osuus oli Ylen lähetyksissä selvästi suurempi. Esitysluokan osuuksien kohdalla on kuitenkin varottava tekemästä liian pitkälle meneviä johtopäätöksiä, sillä Ylen ja C Moren studiot erosivat siinä, kuinka tilaa käytettiin. C Moren lähetysten dynaamisempi ote johti siihen, että muuten kenties esitysluontoiset tilanteet studiossa tulivat luokitusrunon ohjeiden mukaisesti määritetyiksi esimerkiksi keskustelu- tai näytteiden kommentointi -luokkiin. Ylellä sen sijaan vaikkapa Juho Rantalan johtamat *Jallun arkisto-* ja Miika Nuutisen vetämät ”*data corner*” -segmentit oli helppo määrittää aina esitysluokkaan.

Kaikki studiovieraita sisältäneet paneelikeskustelut sijoittuivat aivan turnauksen alkuvaiheen lähetyksiin, ja Ylen studioissa niiden osuus oli merkittävä, kun taas C Morella nähtiin vain yksi noin viiden minuutin mittainen paneelikeskustelu. Ylen studioissa montaasit pohjautuivat monesti arkistomateriaaliin ja ne veivät yli kaksinkertaisen prosenttiosuuden kanavan studioajasta vertailussa C Moreen nähden. Lisäksi verrattain pitkinä kohokohtien, kishistorian ja yksittäisten pelaajien fiilistelyissä olennaisina insertteinä montaasit sopivat kenties paremmin Ylen

studioiden segmenttien vaihtumistiheyden osalta verkkaisempaan tahtiin. Jinglejä nähtiin Ylen lähetyksissä prosenttiosuuksina mitattuna enemmän, mutta segmenttien lukumääriä tarkastellessa osuus oli hyvin samankaltainen C Moren kanssa. C Moren jinglet olivat pääasiassa viiden sekunnin mittaisia kaupallisen yhteistyökumppanin mainoksia siinä, missä Ylen omia sisältöjä esitelleet jinglet olivat jonkin verran pidempiä. Jingleiksi kirjatut Fifan kampanjainokset sijoittuivat Ylen lähetyksissä aina niin, etteivät ne kuuluneet aineistoon. Esitysmuodoista tietois-kuja ja takaumia sisältyi vain Ylen lähetyksiin.

Esitysmuotojen kärkikolmikko vie Ylellä noin kymmenen prosenttiyksikköä suuremman osuuden kanavan studiolähetyksistä kuin C Moren kolmen kärki omista studioistaan. C Morella studiolähetysten sisällöt ovat jakautuneet hieman tasaisemmin eri esitysmuotojen kesken, minkä vuoksi sillä on myös Yleen verrattuna suurempi osuus useassa esitysmuotoluokassa. Juontoa oli C Moren studioissa selvästi enemmän, mitä selittää kanavan lähetysten kiivaampi tahti ja saman lähetyksen tekeminen sekä C Morelle että mainoskatkoja sisältävälle MTV:n ilmaiskanavalle. Ylellä juonnot sulautuivat usein osaksi alkamassa tai päättymässä ollutta pidempää segmenttiä, minkä vuoksi niitä määritettiin harvemmin omaan luokkaansa. Juontojen ohella siirtymiä C Moren lähetyksissä palvelivat musiikilla höystetyt kuvat, joissa nähtiin usein esimerkiksi stadionin julkisivua, pelaajia saapumassa stadionille tai päivän ottelun tapahtumia. Tällaiseen sisältöön ei tulkittu liittyvän suurta tuotannollista panosta ja sen osuus vaikutti kuitenkin C Moren lähetyksissä suurelta, minkä vuoksi sille haluttiin oma sisältöluokkansa. Tämä ei-luokka veikin lähes viiden prosentin osuuden C Moren lähetyksissä.

Ei-luokan lisäksi muita C Morelle eksklusiivisia esitysmuotoluokkia olivat väittely ja demonstraatio. Näihin luokkiin sijoitettujen segmenttien paikka löytyi jälkistudioista, joiden pidempi kesto selitti myös kentänlaitahaastattelujen ja lehdistötilaisuuskommenttien suurempaa osuutta C Moren lähetyksissä. Uutiskatsaus insertin muodossa oli säännöllisempi osa C Moren studiolähetyksiä. Myös kontribuutioita nähtiin C Moren studioissa enemmän. C Moren lähetyksissä otettiin säännöllisesti yhteys studion ulkopuolelle selostamoon tai kisatiimiin kuuluneeseen erotuomariasiantuntijaan, kun taas Ylellä molemmat kontribuutiot tulivat kisatiimin ulkopuoliselta jalkapalloasiantuntijalta.

Myös sekalaisten esitysmuotojen osuus oli C Moren lähetyksissä suurempi, mikä selittyy etupäässä kanavan studiolähetysten dynaamisemmalla otteella ja vapaamuotoisemmalla tilankäytöllä, mikä teki ensisijaisen esitysmuotoluokan määrittämisestä segmenteille toisinaan

mahdotonta laaditun luokitusrunгон ohjeiden puitteissa. Sekalainen-luokkaan määritettiin myös esimerkiksi inserttejä, joissa sekoittuivat vaikkapa kansainvälinen materiaali ja kotimaisen tv-tuotannon itse tehdyt haastattelut, eikä ensisijaista esitysmuotoluokkaa voitu määrittää. Ennen tiettyjen sisältöluokkien yhdistämistä luokan muu osuus oli C Morella 1,4 ja Ylellä 0,3 prosenttia kanavan aineistosta. Suurin osa C Moren muu-luokan sisällöistä oli *MM-visa*-inserttejä, joille ei ollut varattu omaa esitysmuotoluokkaa. Näissä segmenteissä MTV:n ohjelmista tuttu henkilö esitti katsojille suunnatun päivän visakysymyksen.

### **7.1.3 Aihealueet: C Moren putkikatse Ronaldossa, Ylellä laveammat kehykset**

Taulukosta 3 selviää, että käsillä ollut ottelu oli yleisin segmentin aihealue niin Ylellä kuin C Morella. Ylellä otteluluokkaan määritettyjen segmenttien prosenttiosuus oli jopa noin puolet kaikesta sisällöstä, kun C Morella otteluluokkaan kuului noin kolmannes koko sisällöstä. Koodausta ohjasi sääntö, jonka mukaan segmentit, joissa esiteltiin joukkueen avauskokoonpanoa ottelusta toiseen samanlaisena toistuneilla grafiikoilla, määritettiin otteluluokkaan. Tämä periaate ja Ylen pidemmät segmentit voivat yhdessä selittää Ylen otteluluokkaan määritettyjen segmenttien suurempaa prosenttiosuutta verrattuna C Moreen, jolla samantyyppiset segmentit saattoivat jakautua myös esimerkiksi pelaajat ja valmentajat- tai joukkueluokkiin. Myös sekalaisten aihealueiden määrä oli kummallakin kanavalla varsin korkea, mikä kertoo ennen kaikkea studiokeskustelujen rönsyilystä. Lisäksi uutiskatsauksiksi ja C Moren puolella väittelyiksi esitysmuodoiltaan luokitettut segmentit määritettiin aina luokkaan sekalainen (taulukko 3).



TAULUKKO 3. Segmenttien aihealueet Ylen ja C Moren MM-kisastudioissa.

Yle				C More			
Aihealue	lkm.	kesto	%	Aihealue	lkm.	kesto	%
Ottelu	76	5.50.44	49,3	Ottelu	99	4.07.34	32,1
Politiikka ja ki- sojen taustat	21	1.12.21	10,2	Sekalainen	35	1.25.34	11,1
Sekalainen	16	57.01	8,0	Pelaajat ja val- mentajat	38	1.23.44	10,9
Joukkue	20	40.32	5,7	Turnaus	32	1.11.55	9,3
Kisahistoria	13	33.09	4,7	Joukkue	32	1.07.16	8,7
Turnaus	13	32.53	4,6	Ohjelmasisältö	82	47.27	6,2
Taktiikka ja data-analytiikka	7	26.48	3,8	Ei aihealuetta	81	35.44	4,6
Ohjelmasisältö	32	18.50	2,6	Tuomarit ja säännöt	10	24.40	3,2
Tuomarit ja säännöt	2	15.00	2,1	Politiikka ja ki- sojen taustat	7	23.01	3,0
Pelaajat ja val- mentajat	6	14.25	2,0	Verkkosisällöt, katsojakisat ja - kysymykset	26	19.41	2,6
Muu*	5	12.23	1,7	Kisahistoria	11	14.18	1,9
Kohokohdat	3	9.10	1,3	Taktiikka ja data-analytiikka	6	12.29	1,6
Kisajärjestelyt ja -tunnelma	4	7.55	1,1	Muu**	30	12.15	1,6
Verkkosisällöt, katsojakisat ja - kysymykset	17	7.19	1,0	Kohokohdat	3	8.34	1,1
Kisatunnelma ulkomailla	5	6.43	0,9	Kisajärjestelyt ja -tunnelma	5	8.23	1,1
Harjoittelu ja valmennus	2	6.35	0,9	Kisatunnelma ulkomailla	5	7.32	1,0
<b>Yhteensä</b>	<b>242</b>	<b>11.51.48</b>	<b>100</b>	<b>Yhteensä</b>	<b>502</b>	<b>12.50.07</b>	<b>100</b>

\*Sisältää myös luokkiin kulttuuri ja pelaajien terveys määritetyt segmentit.

\*\*Sisältää myös luokkiin yhteistyökumppanit, harjoittelu ja valmennus, pelaajien terveys sekä kulttuuri määritetyt segmentit.

Hyvin samankaltaisia olivat myös kohokohdat-, kisajärjestelyt ja -tunnelma sekä kisatunnelma ulkomailla -luokkien prosenttiosuudet kummankin kanavan sisällöstä. Tosin C Moren päivän viimeisen lähetyksen loppuun sisältynyt lyhyt turnauksen kohokohtia käsitellyt *Kultainen hetki* -osio jatkui usein sujuvasti samalta paikalta kutakuinkin yhtä pitkällä juonnolla ja tuli näin määritetyksi sekalainen luokkaan. Huomionarvoista on, että vähäisen määränsä vuoksi muu-luokkaan molempien kanavien kohdalla yhdistetyn kulttuuriluokan sisällöissä ei käsitelty lainkaan

kisojen isäntämaan historiaa tai kulttuurisia tapoja, vaan segmenteissä keskityttiin turnaukseen osallistuvan maajoukkueen kotimaan urheilukulttuuriin ja kansalliseen identiteettiin liittyviin kysymyksiin.

Aihealueiden näkökulmasta kenties aineiston merkittävin ero ilmenee, kun katsotaan taulukon kolmen kärkeä kummankin kanavan osalta. Ylellä politiikka ja kisojen taustat olivat toiseksi käsitellyin aihealue yli kymmenen prosentin osuudellaan, kun C Morella samaiseen luokkaan määritettyjen segmenttien osuus oli vain kolme prosenttia kaikesta sisällöstä. Kaiken lisäksi C Moren lähetyksiin ei kuulunut alun perin yhtään politiikkaluokan kanssa taulukkoon yhdistetyn kisojen taustat -luokan segmenttejä. Sen sijaan C Morella lähes 11 prosenttia studiosisällöstä keskittyi pelaajiin ja valmentajiin, kun Ylellä vastaava osuus oli vain kahden prosentin luokkaa. Kisojen taustojen ja politiikan ohella Ylen studioissa käsiteltiin huomattavasti enemmän myös kishistoriaa sekä taktiikkaa ja data-analytiikkaa.

Silmiinpistävää aineistossa oli mahdollisesti viimeistä MM-turnaustaan pelanneen Ronaldon käsittely useissa C Moren lähetyksissä, vaikka Portugalin otteluiden studiolähetyksiä sisältyi koko aineistoon vain yksi kappale. Seurajoukkue tilanteellaan puhuttanut lajilegenda antoi turnauksen alla poikkeuksellisen haastattelun, jossa hän arvosteli katkeraan sävyyn silloisen seuransa Manchester Unitedin toimintaa. C More otti aiheesta kaiken irti, ja Ronaldon tilanteeseen sekä sen mahdollisiin vaikutuksiin, niin pelaajaan itseensä kuin Portugalin maajoukkueen suorittamiseen, otettiin väsymättä kantaa useissa lähetyksissä. Kyyneliin puolivälierävaiheessa MM-turnauksensa päättäneen jalkapallotähden ura sai studiolähetyksissä muutenkin huomiota.

Tämän vuoksi pelaajat ja valmentajat -luokkaan määritetyt segmentit otettiin lähempään tarkasteluun, ja kyseisistä segmenteistä kirjattiin ylös tiedot siitä, ketä henkilöitä niissä tarkalleen ottaen käsiteltiin. Pelkästään Ronaldoon keskittyneiden segmenttien osuus C Moren aineistossa oli yli kolme prosenttia ja siten selvästi suurempi kuin Ylen kaikkiin pelaajiin ja valmentajiin keskittyneiden sisältöjen vastaava prosenttiosuus yhteensä. Ylellä pelaajista eniten huomiota sai toinen laji-ikoni ja vihdoinkin MM-pokaalia nostamaan päässyt Messi, jota käsiteltiin Ronaldon jälkeen pelaajista eniten myös C Moren lähetyksissä.

Muita C Morella suuremmassa roolissa olleita aihealueita olivat joukkue, turnaus, ohjelmasisältö, tuomarit ja säännöt, verkkosisällöt, katsojakisat ja -kysymykset sekä yhteistyökumppanit ja jo esitysmuotojen yhteydessä käsitelty ei-luokka. Turnausluokan suurempi osuus selittyi

pitkälti C Moren pidemmillä jälkistudioilla, joissa riitti aikaa turnauksen muiden otteluiden läpikäymiselle ja turnauksen jatkon spekuloinnille. Fifan kampanjainnostojen sijoittuessa Ylen lähetyksissä luokitellun aineiston ulkopuolelle yhteistyökumppanit olivat aiheina vain kaupallisen C Moren lähetyksissä. Ohjelmasisältöihin käytännössä aina luokitellut juonnot selittävät luokan suurempaa osuutta C Moren lähetyksissä. Verkkosisältöjä, katsojakisoja ja -kysymyksiä käsiteltiin C Morella enemmän, mihin syynä olivat pitkälti päivittäiset MM-visat, joiden vastauksilla arvuutteluun kisatiimi osallistui, kun taas esimerkiksi Ylen avausmaaliveikkaukset esitettiin usein lyhyesti ottelutapahtumien läpikäymisen yhteydessä eivätkä ne erottuneet omiksi segmenteikseen.

Tuomarit ja säännöt -luokka käy hyvin tutkimuksen epistemologista problematiikkaa ilmentävästä esimerkistä. Prosenttiosuuksia vertailemalla vaikuttaisi siltä, että tuomareita ja sääntöjä olisi käsitelty Ylen studioissa melko selkeästi vähemmän. Kaikkeen sisältöön suhteutettuna luokan prosenttiosuudet ovat joka tapauksessa melko pieniä kummallakin kanavalla. Ylen studioissa keskusteltiin kuitenkin tuomarioiminnasta ja säännöistä erään ottelun puoliajalla pitkäpätkä, mutta luokitusrunko opasti koodauksen luotettavuuden takaamiseksi tekemään päätöksen segmentin vaihtumisesta vain esitysmuotoon liittyvien seikkojen perusteella. Tuomarityöskentelystä keskustelua edelsi samoilta sijoilta tapahtunut ottelun läpikäynti eikä kummankaan aihealueen käsittely ylittänyt ajallisesti kahta kolmasosaa koko segmentin kestosta. Tämän takia tuo segmentti tuli määritetyksi sekalainen-kategoriaan. Pelkkä numeroiden tuijottaminen voisi hämätä, minkä vuoksi tulkintojen kanssa on oltava tarkkana ja taulukoiden taakse kätkeytyvien asioiden esiin tuominen tekstissä on tärkeää.

#### **7.1.4 Henkilö- ja tilannelähteet: vakiokasvot tutuiksi**

Taulukko 4 kertoo kisatiimin olleen sekä Ylellä että C Morella kirkkaasti yleisin henkilö- tai tilannelähde. C Morella prosenttiosuuksina jopa yli kolme neljäsosaa studiosisällöistä esitettiin ainoastaan kisatiimin jäsenten ollen äänessä. Esitysmuotojen ja aihealueiden kohdalla vain C Morella esiintynyt ei-luokka täydentyi lähdemuuttujan kyseessä ollessa segmentein, jotka olivat esitysmuodoiltaan esimerkiksi montaaseja, trailereita ja tiisereitä, jinglejä sekä uutiskatsauksia. Ylen kohdalla myös tietoisku- ja takaumaluokkiin esitysmuotonsa osalta määritetyt segmentit täydensivät ei-luokkaa henkilö- ja tilannelähteissä. Sekalainen-luokkaan määritettiin sellaiset segmentit, joissa äänessä oli kisatiimin ulkopuolisia ihmisiä useammasta kuin yhdestä

sisältöluokasta, ja sellaisten segmenttien osuus oli, paitsi samankaltainen myös lukumäärällisesti hyvin vähäinen, kummankin kanavan lähetyksissä. Myös MM-kisapelaajien ja -valmentajien kohdalla prosenttiosuudet olivat varsin samankaltaiset. Heitä kuultiin käytännössä vain kansainvälisissä jutuissa tai lausunnoissa, kentänlaitahaastatteluisa sekä lehdistötilaisuuskommenteissa, jotka olivat olennainen osa lähetyksen sisältöä. Suomalaispelaajia esiintyi C Morella useammin *Huuhkajan silmin* -inserttien vuoksi. Näissä segmenteissä nykyiset miesten A-maajoukkueen pelaajat kertoivat kokemuksistaan turnauksessa esiintyneen pelaajan kanssa (taulukko 4).

TAULUKKO 4. Segmenttien henkilö- tai tilannelähteet Ylen ja C Moren MM-kisastudioissa.

Henkilö- tai tilanne- lähde	Yle			Henkilö- tai tilanne- lähde	C More		
	lkm.	kesto	%		lkm.	kesto	%
Kisatiimi	124	8.09.48	68,8	Kisatiimi	287	9.50.28	76,7
Muu jalkapalloasian- tuntija	13	1.13.19	10,3	Ei henkilö- tai tilanne- lähdettä	151	1.15.38	9,9
Ei henkilö- tai tilanne- lähdettä	58	51.02	7,2	MM-kisapelaajat ja valmentajat	43	53.12	6,9
MM-kisapelaajat ja - valmentajat	29	42.57	6,0	Palloliiton johdon edustaja	4	13.24	1,7
Muut asiantuntijat ja ulkomaiset toimittajat	4	25.35	3,6	Sekalainen	4	9.46	1,3
Muu*	6	11.31	1,6	Kansalainen	4	9.28	1,2
Sekalainen	3	8.09	1,1	Muu**	4	7.26	1,0
Kansalainen	4	5.54	0,8	Muu jalkapalloasian- tuntija	1	5.37	0,7
Palloliiton johdon edustaja	1	3.33	0,5	Suomalaispelaaja	4	5.08	0,7
Yhteensä	242	11.51.48	100	Yhteensä	502	12.50.07	100

\*Yhdistetty luokkiin suomalaispelaaja, kisaturisti, ulkomaisen jalkapalloliiton edustaja, ulkomainen pelaaja ja Fifa-johtaja määritetyistä segmenteistä.

\*\* Yhdistetty luokkiin kisaturisti, ulkomaisen jalkapalloliiton edustaja, ulkomainen toimittaja ja MM-kisatuomari määritetyistä segmenteistä.

Kisatiimin ulkopuolisia jalkapalloasiantuntijoita kuultiin Ylen lähetyksissä huomattavasti enemmän, mutta on toki huomioitava, että siinä missä esimerkiksi C Moren erotuomariasiantuntija Mikko Vuorela oli osa kanavan kisatiimiä, Ylen studioissa useampaan otteeseen vierailut erotuomariasiantuntija Jan-Peter Aravirta esiteltiin studiovieraana, jolloin segmentit, joissa hän esiintyi, määritettiin muu jalkapalloasiantuntija -luokkaan. Myös muita asiantuntijoita ja

ulkomaalaisia toimittajia kuultiin Ylen lähetyksissä enemmän, ja näistä luokitteluvaiheessa oman luokkansa muodostaneita tutkijoita ja kansalaisjärjestöjen edustajia esiintyi vain Ylen studioissa kisojen taustoja ja politiikkaa käsitelleissä paneelikeskusteluissa. C More puolestaan turvautui kisatiimin ulkopuolisten lähteiden osalta poliittisissa kysymyksissä pitkälti Suomen Palloliiton johtoon eli Ari Lahden ja Marco Casagranden haastatteluihin tai kansalaisten mielipiteisiin. Kansalaiset olivat äänessä kummallakin kanavalla etenkin kisatunnelmaa ulkomailla kartoittaneissa segmenteissä.

## 7.2 Studiosisällöt kisojen alku- ja loppuvaiheessa: pallo lumoo ja yhteiskunnalliset näkökulmat väistyvät

Taulukosta 5 selviää, että turnauksen loppuvaiheessa studiolähetysten kesto kasvoi. Kummankin kanavan kolmesta pudotuspeliottelusta koostuneen aineiston toisessa osassa (pudotuspelit) sekä ennakko- että jälkistudiot olivat keskimäärin selvästi pidempiä verrattuna alkulohkon ensimmäisen kierroksen otteluiden studiolähetyksiin (1. kierros). Ottelujen merkityksen kasvessa ja turnausaikataulun väljentyessä myös studio-osuuksiin käytettiin luonnollisesti enemmän lähetyssaikaa (taulukko 5).

TAULUKKO 5. Ylen ja C Moren MM-kisastudioiden keskimääräiset kestot turnauksen alku- ja loppuvaiheessa.

Studio	Yle		C More	
	1. kierros	pudotuspelit	1. kierros	pudotuspelit
	kesto/st.	kesto/st.	kesto/st.	kesto/st.
Ennakko	27.14	43.27	24.18	49.06
Puoliaika	13.45	12.59	13.23	13.24
Jälki	13.05	18.39	29.20	37.52
Yhteensä	54.04	1.15.05	1.07.00	1.40.22

Taulukossa 6 on esitettyinä kanavakohtaisesti kuhunkin aihealueluokkaan määritettyjen segmenttien yhteiskeston perusteella lasketut prosenttiosuudet alkulohkovaiheen ensimmäisen kierroksen ottelujen studio-osuuksista (1. kierros) ja kummankin kanavan kohdalla kolmesta pudotuspelivaiheen ottelun studiolähetyksestä koostuneesta aineiston osasta (pudotuspelit). Taulukosta löytyy lisäksi sarakkeet, joihin kirjatut lukemat kertovat prosenttiyksikköinä kuhunkin sisältöluokkaan määritettyjen segmenttien yhteiskeston perusteella lasketuissa

prosenttiosuuksissa tapahtuneen muutoksen turnauksen alku- ja loppuvaiheiden välillä (%-yks.). Sisältöluokat ovat taulukossa luokitusrunгон koodien mukaisessa järjestyksessä (taulukko 6).

TAULUKKO 6. Segmenttien aihealueet Ylen ja C Moren MM-kisastudioissa turnauksen alku- ja loppuvaiheessa.

Aihealue	Yle			C More		
	1. kierros	pudotuspelit	muutos	1. kierros	pudotuspelit	muutos
	%	%	%-yks.	%	%	%-yks.
Ei aihealuetta	0,0	0,0	0,0	5,0	4,0	-1,0
Ottelu	46,1	56,2	10,1	35,4	27,1	-8,3
Turnaus	3,4	7,2	3,8	7,2	12,7	5,5
Kohokohtat	0,0	4,1	4,1	0,0	2,8	2,8
Taktiikka ja data-analytiikka	5,1	0,9	-4,2	0,3	3,7	3,4
Kisahistoria	4,5	5,0	0,5	1,8	1,9	0,1
Tuomarit ja säännöt	3,1	0,0	-3,1	2,7	3,9	1,2
Harjoittelu ja valmennus	1,4	0,0	-1,4	0,0	0,6	0,6
Joukkue	6,9	3,1	-3,8	9,8	7,1	-2,7
Pelaajat ja valmentajat	1,8	2,6	0,8	10,1	12,0	1,9
Pelaajien terveys	0,0	2,0	2,0	0,3	0,0	-0,3
Kisatunnelma ulkomailla	0,0	3,0	3,0	1,0	0,9	-0,1
Kisajärjestelyt ja tunnelma	1,6	0,0	-1,6	1,8	0,0	-1,8
Kulttuuri	0,0	2,3	2,3	0,0	0,4	0,4
Politiikka ja kisojen taustat	14,1	1,5	-12,6	3,5	2,2	-1,3
Verkkosisällöt, katsot ja -kysymykset	1,3	0,4	-0,9	2,6	2,5	-0,1
Ohjelmasisältö	2,8	2,2	-0,6	6,1	6,2	0,1
Yhteistyökumppanit	0,0	0,0	0	0,6	0,2	-0,4
Sekalainen	7,3	9,5	2,2	11,6	10,3	-1,3
Muu	0,5	0,0	-0,5	0,0	1,4	1,4
Yhteensä	100	100	0,0	100	100	0,0

Pudotuspelivaiheessa sekä Ylellä että C Morella turnauksen, kohokohtien sekä pelaajien ja valmentajien osuudet studiosisältöjen aihealueina kasvoivat alkulohkovaiheeseen verrattuna, joskin pelaajat ja valmentajat -luokan kohdalla hiukan maltillisemmin. Pidemmät studiolähettykset

mahdollistivat menneiden turnaustapahtumien käsittelyn sekä turnauksen etenemisen erilaisten skenaarioiden ja yhä merkityksellisemmiksi muuttuneiden tulevien otteluiden spekuloinen. Turnauksen kohokohtiin keskittyvään sisältöön oli luonnollisesti enemmän materiaalia pudotuspelivaiheessa, kun turnausta oli jo paljon pelattuna, ja kisojen edettyä pelaajia ja valmentajia käsiteltiin enemmän kummallakin kanavalla.

Joukkue, kisajärjestelyt ja -tunnelma sekä politiikka ja kisojen taustat olivat puolestaan aihealueita, joiden osuus studiosisällöistä pieneni huomattavasti kummallakin kanavalla turnauksen edetessä. Joukkueita esitelleet kansainväliset insertit olivat alkulohkovaiheen studio-osuuksien vakioelementti, mikä selittää luokkaan määritettyjen segmenttien prosenttiosuuden pudotusta pudotuspelivaiheessa. Kisajärjestelyjen ja -tunnelman käsittelyä vain turnauksen alkuvaiheessa selittää puolestaan se, ettei Ylellä ja C Morella ollut enää turnauksen loppuvaiheessa henkilökuntaa paikan päällä Qatarissa. Poliittisten aiheiden ja kisojen taustojen käsittelyn väheneminen turnauksen edetessä taas näkyi erityisen merkittävästi Ylellä, jonka lähetyksissä yhteiskunnallisilla aiheilla oli koko turnauksen mitassa selvästi suurempi painoarvo.

Ottelu, taktiikka ja data-analytiikka, tuomarit ja säännöt sekä kisatunnelma ulkomailla olivat luokkia, joissa voi havaita selkeän kanavien kesken erisuuntaisen muutoksen kahden aineiston osan välillä. Kisatunnelma ulkomailla -luokan muutoksille on olemassa ilmeinen, vaikkei ehkä paljon puhuva selitys. Ylen kirjeenvaihtajat tai ulkomaille matkanneet toimittajat raportoivat kisatunnelmasta turnauksessa pitkälle edenneiden joukkueiden kotimaissa vasta turnauksen loppuvaiheessa. Tätä tapahtui myös C Moren lähetyksissä, mutta Tero Karhu oli jalkautunut ulkomaille ottamaan selvää kansalaisten kisafiiliksistä jo turnauksen alla tai alkuvaiheessa, mikä selittää kyseisen sisältöluokan kohdalla kanavien kesken erinnyttä muutosta.

Ylellä politiikan ja kisojen taustojen käsittelystä vapautunut aika näkyi turnauksen loppuvaiheessa ennen kaikkea otteluluokkaan sijoitettujen segmenttien yhteiskeston suhteellisessa kasvussa. C Morella ottelua sen sijaan käsiteltiin turnauksen loppuvaiheessa selvästi vähemmän alkulohkopelien studiosisältöihin verrattuna. Esimerkiksi juuri taktiikka ja data-analytiikka sekä tuomarit ja säännöt -luokkiin sijoitettujen segmenttien yhteiskeston suhteelliset osuudet studiosisällöistä kuitenkin kasvoivat toisin kuin Ylellä.

C Moren taktiikka- ja data-analytiikka -luokkaan sijoitetuissa segmenteissä korostuivat turnauksen lopussa aiheina usein tilastojen valossa tarkastellut rangaistuspotkut ja kisojen

osoittamat pelilliset trendit, joiden tutkailussa perehdyttiin esimerkiksi siihen, kuinka paljon erikoistilanteista oli tehty suhteellisesti maaleja edelliseen turnaukseen verrattuna. Myös Ylellä seurattiin turnauksen pelillisiä trendejä, mutta koko turnauksen mitassa Ylen taktiikka ja data-analytiikka -luokkaan määritetyt segmentit olivat aiheidensa puolesta vaihtelevampia ja niitä leimasi verrattain edistyneempien tilastojen hyödyntäminen. Segmenteissä käsiteltiin turnauksen alussa esimerkiksi erilaisia pelityylejä, maalinteon ja maalisyöttöjen todennäköisyyksiä kentän eri alueilta sekä aiempien mestarijoukkueiden ikäjakaumia.

Tuomarit ja säännöt -luokan segmenteissä mukana oli kummallakin kanavalla useimmiten erotuomariasiantuntija. Poikkeuksellisen pitkät lisäajat, rankkarituomiot ja VAR:n käyttö puhuttivat molemmissa studioissa. Tuomarit ja säännöt -luokkaan ei turnauksen loppuvaiheen studioista määritetty Ylellä ainuttakaan segmenttiä. C Morella tuomaritoimintaa käsiteltiin sen sijaan pudotuspelivaiheessa entistä ahkerammin, kun kisoja summattiin yhteen myös pelin oikeudenjakajien onnistumisen ja sääntöjen kehityksen näkökulmista. Ylipäätään C Moren läheyyksissä palattiin usein tuomarityöskentelyn arvioimiseen aiempien otteluiden kyseenalaisten tilanteiden kautta. Myös yksittäisiä tuomareita nostettiin toisinaan otteluiden alla tikunnokkaan heidän maineensa tai Fifan harjoittaman tuomarienvälistä politiikan verukkeella.

Aihealueluokkien kishistoria, verkkosisällöt, katsojakisat ja -kysymykset sekä ohjelmasisältö osuudet säilyivät melko samantyyppisinä turnauksen alku- ja loppuvaiheessa sekä Ylellä että C Morella, vaikka Ylellä varsin marginaalisen osuuden koko kisojen mitassa studiolähetyksistä vieneiden verkkosisällöt, katsojakisat ja kysymykset -luokkaan sijoitettujen segmenttien osuudessa toki tapahtui lähes prosenttiyksikön verran negatiivista muutosta. Kulttuuri, harjoittelu ja valmennus, pelaajien terveys sekä muu olivat puolestaan luokkia, joiden osuus kokonaisuaineistossa oli hyvin vähäinen eikä muutoksia niiden prosenttiosuuksissa voida pitää sikäli kovinkaan merkittävinä. Määrällisesti suuremmissa sekalainen-luokassa tapahtuneille muutoksille ei myöskään ole tarjolla tähdellistä selitystä. Vain C Morella aineistossa esiintyneiden ei- ja yhteistyökumppanit-luokkien prosenttiosuudet putosivat pudotuspelivaiheessa hieman turnauksen alkuun verrattuna pidempien studiolähetysten vuoksi.



### 7.3 Yhteenveto sisällönanalyysin annista

Studioiden MM-kisarupeaman voisi tämän tutkielman tulosten valossa tiivistää seuraavasti. Ylen studioissa tapahtumaa pyrittiin asettamaan laajempiin yhteiskunnallisiin kehyksiin tarjoamalla katsojille myös ulkourheilullisiin, usein synkkiinkin, teemoihin keskittyvää sisältöä jalkapallojuhlasta nauttimisen rinnalla, ja ääneen pääsi lähetyksissä suurempi joukko erilaisia asiantuntijoita mukaan lukien tv:n lajiasiantuntijat. C Moren studioissa sen sijaan antauduttiin esittomammin jalkapallokarnevaalin vietäviksi eikä verrattain hengästyttävässä rytmissä edenneissä studiolähetyksissä käsitelty kisojen yhteiskunnallisia ulottuvuuksia läheskään samalla volyymilla kuin Ylellä. C Moren henkilökeskeisempi studioshow pyöri suurelle yleisölle ennalta tuttujen hahmojen ja muiden maksukanavilta tuttujen jalkapallopersoonien sekä Qatarin MM-viheriöillä kirmanneiden tähtipelaajien ympärillä. Selostajien hyödyntäminen studio-osuuksissa ja *MM-visa*-inserteissä nähdyt MTV:n muista ohjelmista tutut hahmot sekä säännöllisesti *Huuhkajan silmin* -inserteissä kuullut Suomen maajoukkueen nykypelaajat korostivat entisestään C Moren pyrkimystä julkisuudesta tunnettujen yksilöiden esille nostamiseen lähetyksissä.

Yhteistä lähetyksille olivat studiossa keskustelemiseen painottuneiden esitysmuotojen hallitsevuus, kisatiimin jäsenten runsas äänessä olo ja käsillä olleen ottelun korostuminen segmenttien aihealueena. Lisäksi kummassakin studiossa huomio siirtyi urheilullisten panosten kasvaessa entistä vahvemmin kisojen yhteiskunnallisista ulottuvuuksista jalkapalloon samalla, kun lähetyksajat pitenivät. Kulttuuri segmenttien aihealueena jäi vähälle huomiolle. Näissäkään harvoissa segmenteissä ei käsitelty qatarilaista kulttuuria. Paitsi esitysmuodon myös etenkin aihealueiden osalta sekalainen-luokkaan sijoittui huomattava osuus molempien kanavien segmenteistä, mikä kertoo studiosisältöjen dynaamisuudesta ja rönsyilevyydestä.

Vaikka kansainväliset jutut ja lausunnot -luokkaan määritettyjen segmenttien keston suhteellinen osuus oli studioissa samankaltainen, C Moren voidaan katsoa hyödyntäneen enemmän Fifan Qatarin kisoista tarjoamaa materiaalia, kun otetaan huomioon, että ei-luokkaan esitysmuotojen ja aihealueiden kohdalla sijoitetuissa segmenteissä kisatunnelmaa, pelaajia ja stadioneita esitelteiden kuvien taustalla soi usein Fifan virallisia kisabiisejä, joita Ylellä ei juurikaan kuultu. Myös lehdistötilaisuuksien ja kentänlaitahaastattelujen materiaaleja hyödynnettiin enemmän C Morella, minkä mahdollistivat kanavan pidemmät jälkistudiot. C Moren jälkistudioihin sijoituivat myös selkeästi viihteelliset väittely- ja demonstraatioluokkiin sijoitetut segmentit, jossa

kisatiimin jäsenet pääsivät kinastelemaan leikkimielisesti studiossa ja hassuttelemaan futiskentällä. Vain Ylen segmenttejä sisältäneet esitysmuotoluokat takauma ja eritoten tietoisuus palvelivat sen sijaan valistavaa tarkoitusta.

Kansansivistyksen kartuttamiseen ja lajikulttuurin edistämiseen tähtääviksi pyrkimyksiksi voitulkita myös Ylen puolella runsaammin harrastetun kishistorian kertaamisen ja varsinkin edistyneiden tilastojen avulla tapahtuneen lajin ja sen terminologian tutuksi tekemisen taktiikka- ja data-analytiikka -luokkaan sijoitetuissa segmenteissä. Enemmän tai vähemmän edistyneitä tilastoja toki hyödynnettiin kummallakin kanavalla myös muihin aihealueisiin sijoitetuissa segmenteissä. Kishistorian muistelemisessa Ylen arkistomateriaali sen aiemmin televisioimista kisoista oli arvokasta, ja tunnelmoinnissa isossa osassa olivat paremmin rauhallisemmin edenneiden lähetysten pirtaan sopineet, kishistorian ohella kohokohdista ja tiettyjen pelaajien edesottamuksista kootut, montaasit. C Morella kisatunnelmaa pidettiin puolestaan yllä erityisesti kisabiisejä lyhykäisten siirtymien välissä soittamalla ja muutenkin paljon musiikkia lähetysten taustalla hyödyntämällä.

## 8 JÄLKISPEKULAATIO

Nyt, kun tutkimusaihetta on pohjustettu, tutkimusstrategia perattu ja tulokset ovat selvillä, on kisastudion anatomiaa mukaillen jälkispekulaation aika. Tämä tutkimuksen päättävä pääluku sisältää kolme alalukua. Ensimmäisessä näistä tutkimuksen tuloksia pohditaan suhteessa ennakkokäsityksiin ja aikaisempaan kirjallisuuteen. Toisessa alaluvussa arvioidaan tutkimuksen onnistumista, heikkouksia, vahvuuksia ja kokonaisluotettavuutta. Viimeisessä alaluvussa katseet suunnataan tulevaan esittelemällä aiheita, joihin urheilulähetysten ja niiden studioiden tutkimuksessa voisi vastaisuudessa keskittyä.

### 8.1 Tulosten pohdinta

Tutkimuksen tulokset eivät yllättäneet arkihavaintoihin ja aiempaan kirjallisuuteen pohjautuneisiin odotuksiin nähden. Ensimmäisen tutkimuskysymyksen kohdalla oli kyse julkista palvelua edustavan Ylen ja yksityisellä sektorilla toimivan C Moren studiolähetysten erojen ja yhtäläisyyksien selvittämisestä. Yleisesti ottaen yleisradiotoiminnassa on painottunut joukkoviestinnän kulttuuris-moraalinen tehtävä ja kaupallisen median toimintaa puolestaan ovat selvemmin ohjanneet kaupalliset periaatteet (Nieminen 2002, 7). Tämä perusolettamus näkyi pitävän paikkansa myös Ylen ja C Moren MM-jalkapallostudioiden analysoinnin perusteella. Julkisrahoitteinen ja lainsäädäntöön kirjattujen periaatteiden pohjalta toimintansa ehdoilta kaupallisista medioista poikkeava Yle tähyili ponnekkaammin urheilyyhteisöllisten viitekehysten tuolle puolelle. Yleisradioyhtiöille urheilun megatapahtumien televisioinnissa ominaiseksi havaittu kaksijakoinen strategia, jossa urheilumaailman kielteisiä ilmiöitä ei paineta villaisella, vaikka yleisöä halutaan myös viihdyttää (ks. Lünich ym. 2021), vaikutti näin heijastuvan Ylen toiminnasta jalkapallon MM-kisastudiossa.

Yleisradiolaissa määriteltyjen julkisen palvelun ohjelmatoiminnan periaatteiden huomiointi studiolähetyksissä näkyi monella tapaa. Ylellä nähty suurempi määrä erilaisia studiovieraita ja asiantuntijoita sekä keskustelut kisojen taustoista ja politiikasta tähtäsivät monipuolisen tiedon ja mielipiteiden tarjoamiseen sekä yhteiskunnallisen keskustelun ylläpitämiseen. Huomionarvoista on, että Ylellä käsiteltyjen politiikka-aiheiden kirjo oli myös C Morea laajempi, kun toisinaan paneuduttiin esimerkiksi turnauksessa esiintyneiden joukkueiden kotimaiden sisäiseen politiikkaan, joka kietoutui tavalla tai toisella jalkapalloon.

Taktiikan ja data-analytiikan sekä kishistorian käsittelyn suurempi määrä taas oli hyvä osoitus Ylen tehtävän mukaisen kulttuurin edistävän ja oppimismahdollisuuksien osalta pelaajiin liittyvää jalkapallotriviaa syvemmillä menevän ohjelman tarjoamisesta. Jalkapallon MM-kisoissa harrastettava nostalgiatyö pelikenttien tapahtumiin keskittyessään toki vankistaa Fifa-johtoisen tuotantokoneiston valtaa (Kolamo 2014a, 229–230). Kuitenkin myös näiden arkistojen kätkeistä kaivettuihin materiaaleihin pohjanneiden muistelujen yhteydessä Ylen studiossa oli usein mukana urheilun laajemmat yhteiskunnalliset yhteydet huomioiva katsantokanta. Esimerkiksi Argentiinan vuoden 1978 kiistanalaisia kisoja muisteltiin kentätapahtumien ohella maansa kansalaisille julmuuksia tehneen sotilasjuntan kisoina.

C Morella muistelutyössä ja muutenkin hyödynnettiin huippujalkapalloa pelanneiden asiantuntijoiden sanoittamia kokemuksia – toisinaan leikkisästi pallokentällä kishistorian hienoimpia maaleja uusintaen. Toki myös Ylen studioissa persoonia tuotiin ajoittain voimakkaasti esiin, mistä esimerkiksi kävivät Rantalán ja Kanervan nimikko-ohjelmanumerot *Jallun arkisto* ja *Kysy Riveltä*. Kaiken kaikkiaan eritoten kaupallisten medioiden esityksiin yhdistetty yksilökeskeisyys (ks. Nieminen & Pantti 2012, 39) näkyi kuitenkin selkeämmin ja useammalla tasolla C Moren studioissa. Väsymätön keskustelu Cristiano Ronaldosta oli yhdenlainen osoitus Whannelin (1992, 136, 141) tutuksi tekemän putkikatseen toteutumisesta ja havainnollisti samalla tv-urheilun ja urheilujournalismin taipumusta yksilöiden korostamiseen (ks. esim. Blain ym. 1993, 50; Hietala 1996, 104–117; Kolamo 2018, 80; Laine 2023b, 3–4; Whannel 1992, 101–103). Ronaldo-topiikin hallitsevuus vahvisti myös käsitystä siitä, että sankari- ja antisankaritarinoiden rakentaminen on olennainen osa valtamedian viihdyttämisyrittämiä (ks. Kolamo 2014a, 107–108) ja että urheilumedia tuntuu elävän tähtien noususta ja tuhosta (ks. Goldlust 1987, 173).

C Moren studiolähetyksiä analysoidessa ei voinut myöskään olla huomaamatta yhtäläisyyksiä Whannelin (2002, 198–200) kuvaamaan brittiläisiin urheiluohjelmiin 1990-luvulla pesiytyneeseen *lad*-kulttuuriin. Kaupallisen median esityksiin on yhdistetty vahvemmin tällainen syväanalyysin sijaan entisten urheilijoiden huulenhaittoon turvaava ja kenties enemmänkin totulle mediaurheilun kuluttajille suunnattu tyyli (ks. Boyle & Haynes 2009, 212), jota C Moren lähetykset enemmän edustivat, kun otetaan vielä huomioon, että sen kisatiimin jäsenet olivat enimmäkseen takavuosien kirkkaimpia Suomi-futiksen miestähtiä. Kisatiimin ulkopuolisten asiantuntijoiden Ylen studioihin verrattuna vähäinen hyödyntäminen ja lyhyemmät segmentit olivat myös merkkejä kaupallisille medioille tyypillisistä yksinkertaistetuista ja jokseenkin

pinnallisista esityksistä, joissa yhteiskunnallisten prosessien huolelliseen käsittelemiseen ei sen vaatimalla tavalla ottauduta (ks. Nieminen & Pantti 2012, 23, 39). Kaiken kaikkiaan C Moren studioissa näytti vaikuttavan Ylen lähetys sisältöjä vahvemmin televisiolle luonteenomainen tähdet asiantuntijoina ja asiantuntijat tähtinä -tendensi. Tähteyden ja kuuluisuuksien korostamisella on tietävästi ensisijaisesti viihteellinen funktio. (Ks. Whannel 1992, 112–113, 122–123.)

Televisiolähetysten urheilujournalismia leimaava pyrkimys viihdetuotteen myymiseen (Boyle 2006, 174; Laine 2023b, 5) hahmottui voimakkaammin C Morella, jossa harvalukuisemman kisatiimin selostajia myöten studiossa saaman runsaan ruutuajan toivottiin luultavasti houkuttelevan yhtiölle lisää maksavia asiakkaita. Studiossa nähdyt persoonat ovat epäilemättä tärkeä osa MTV:n maksullisissa palveluissa saatavilla olevia mediaurheilutuotteita, joissa esimerkiksi MM-kisalähetyksistä tuttujen hahmojen parissa vietettävät Mestarien liiga -illat ovat tärkeä osa tarjontaa. C Moren kisatiimiläisten voi tulkita myös toteuttaneen selvemmin kaupallisen median esityksissä tyypillisempää ja liiketoiminnallista näkökulmaa korostavaa sisällöntuottajan ammatillista eetosta (ks. Herkman 2005, 306–308), kun kisojen taustat ja politiikka saivat selvästi vähemmän huomiota verrattuna Ylen studioihin, joissa asiantuntija toisensa jälkeen laitettiin kertomaan mielteistään tapahtuman laajempaa yhteiskunnallista kontekstia koskien.

Yhtä kaikki Ylen studioissa oli määrätietoisempi pyrkimys negatiivisiakin ilmiöitä sisältäneen kokonaiskuvan välittämiseen kisatapahtumasta siinä missä C Morella priorisoitiin persoonallisuuden ja eloisan speaktaakkelin tarjoamista. Draaman, kevyen viihteen ja journalismin muodostamassa kolmikannassa (Whannel 1992, 61) urheilua vedettiin Ylen lähetyksissä näin lähemmäksi journalismin nurkkaa, kun taas C Moren studioissa urheilu löysi paikkansa likempää viihteen kulmausta. Tämän tutkimuksen perusteella pitkään vallinneet käsitykset yleisradioyhtiöiden ja kaupallisten medioiden urheiluesitysten eroavaisuuksista vahvistuivat. Journalistisemmin orientoitunut tyyli on tunnetusti yhdistetty julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden urheilun mediaesityksiin ja viihteellisempää esitystapaa on vastaavasti pidetty kaupallisille medioille ominaisempana (Goldlust 1987, 97–98).

Vaikka tarkka vertailukohta puuttuu, kokonaisuudessaan luokitusrunгон vaatimien muuttujien sisältöluokkien paljous olisi mahdollista nähdä merkiksi suomalaisen jalkapallokulttuurin edistyksestä viitaten siihen, kuinka Horkyn ja kumppaneiden (2020) tutkimuksessa eurooppalaiskanavien MM-kisalähetykset tulkittiin monipuolisempien sisältöjensä ansioista

Yhdysvalloissa ja Ghanassa nähtyjä lähetyksiä laadukkaammiksi. Jollain tapaa lähetyssisällöt ovat kuitenkin myös näennäisen monipuolisia, koska myös tässä tutkimuksessa jalkapallosta keskustelun havaittiin hallitsevan studioita (vrt. Horkey 2011). C Moren pitkät jälkistudiot muodostivat poikkeuksen aiempiin jalkapallon arvokisalähetysten sisällöistä tehtyihin tutkimushavaintoihin peilaten. Näiden pohjalta ei kuitenkaan ole mahdollista tehdä kovin merkityksellisiä vertailevia tulkintoja, sillä aiemmat havainnot ovat perustuneet melko ohueen otantaan. (Ks. Horkey ym. 2020.)

Lienee turvallista todeta vuosikymmenien saatossa itse livetapahtuman kuvaamiseen ja tulosten raportointiin käytettävän ajan määrän suhteellisesti vähenneen myös kotimaisissa arvokisastudioissa, koska urheiluohjelmissä trendi on ollut tällainen myös muualla maailmassa (ks. Horkey 2011; Turner 2014). Tämän tutkimuksen menetelmällisen toteuttamisen kannalta haasteellinen urheiluohjelmien dynaamisuus näkyi sekalainen-luokkiin määritettyjen havaintoyksikköjen suurena määränä aivan kuten ESPN:n *SportsCenter* -ohjelman sisältöjen muutosta selvittäneessä tutkimuksessa (ks. Turner 2014).

Toinen tutkimuskysymys asetettiin erityisesti testaamaan käsitystä tapahtuman laajemman yhteiskunnallisen kontekstin unohtumisesta, kun kisat pääsevät kunnolla käyntiin. Yleisradion selkeästi kisojen alla sanoittamien odotusten mukaisesti sen kisastudiossa politiikasta ja kisojen varjopuolista raportointi ja keskustelu painottuivat turnauksen alkuvaiheeseen. Myös C Morella yhteiskunnallisten aiheiden käsittelyn määrä laski turnauksen edetessä, vaikkakin karsittavaa siitä oli koko turnauksen mitassa selvästi vähemmän. Studioiden henkilökunnalla kisojen taustat olivat varmasti tiedossa, ja lähetyksissä kuultiin myös jonkinasteista kritiikkiä segmenttitasolla politiikka ja kisojen taustat -luokkiin määrittämisen näkökulmasta riittämättömissä, usein vihjailevissa ja ironisissa ilmauksissa. Tällaiset olivat tyypillisiä myös Etelä-Afrikan kisojen aikaan suomalaisissa sanomalehdissä harjoitetulle, mutta kovin pinnalliseksi jääneelle, tapahtumakritiikille (Kolamo 2014a, 86). Kotimaisten MM-kisalähetysten aiempaan tutkimukseen verraten (ks. Kolamo 2014a) television historiallisesti mediatapahtuman järjestäjän virallisia tilaisuudelleen toivomia merkityksiä suojelemaan tuotantoetokseen (Dayan & Katz 1992) on tullut lisää säröjä.

Qatarin poikkeuksellisen härskisti puuhattujen ja paljon kritisoitujen MM-kisojen kohdalla havaittu asennemuutos ja soraäänien lisääntyminen kisalähetyksissä tuskin kuitenkaan perustavanlaatuisesti muuttaa isossa kuvassa varsin pysyviksi osoittautuneita television tekemisen

konventioita suurissa urheilutapahtumissa. Studioissa käytävän keskustelun ehdot vaikuttavat edelleen suurelta osin kiveen hakatuilta (ks. Kolamo 2014a, 212–213), ja urheilulähetyksissä nojataan muutenkin rutiininomaisiin ja hyvän televisioviihteen näkökulmasta tarpeellisiksi katsottuihin käytänteisiin (ks. Goldlust 1987, 85–86; Gruneau 1989, 152; Whannel 1992, 60–63). Dramaturgisesti samankaltaisena säilyvä tv-lähetysten formaatti eheänä pysyessään toimii tietenkin jalkapallon MM-kisoissa Fifan johtaman valtakoneiston etujen mukaisesti (Kolamo 2014a, 34; Kolamo & Levä 2022, 88).

Nähtäväksi jää, onnistutaanko kansainvälisten urheilujärjestöjen toiminnan ja megatapahtumien järjestämisen rakenteellisia ehtoja muuttamaan niin, että negatiivissävytteisten teemojen käsittelylle olisi myös yleisradioyhtiöiden kisastudioissa vähemmän tarvetta. Joka tapauksessa – katsottiin kisoja sitten Ylen tai kaupallisen median kanavilta – selvää näyttäisi olevan se, että Fifan yhteistyökumppaniensa avulla masinoima speaktaakkeli jättää myös jatkossa jalkapallon MM-kisoista kiinnostuneiden vanhojen ja uusien sukupolvien mieliin lähtemättömiä muistijälkiä.

Esitetyn tulevaisuusnäköymän tueksi on palattava Ylen televisioiman MM-finaalin ennakkostudioon, jossa peittelemättömällä Argentiina-faniudellaan tv-asiantuntijan konventionaalista rooliasemaa jo useiden MM-kisojen ajan halveerannut Erkki V. Lehtola (ks. Kolamo 2014a, 213) purki tuntojaan lopulta hänen kaikki odotuksensa ylittäneen ja toiveensa täyttäneen futistrillerin alla. Ennen kuvan saapumista studioon nähtiin illan loppuottelua silmällä pitäen katsojia tunnelmaan virittänyt ja turnauksen vaiheita kerrannut sekä sen tapahtumia pääesiintyjineen spektakelisoanut kooste, jota säesti dramatiikan lisäämiseksi ajatuksella valittu Nick Cave & The Bad Seeds -kokoonpanon luonteikas klassikko *O Children*. ”Videoeseen” päätyttyä studioisäntä Riku Salminen jututti asiantuntijoita MM-kisakuukauden annista. Juuri esitetystä kohokohtamontaasista syttynyt Lehtola vastasi ajan menneen ”pikkupojan leikkiin” ja neljännesvuosittain järjestettävän jalkapallojuhlan tulleen tuttuun tapaan ”yhtä ihanana kuin aina aikaisemminkin”. Kaikista kisoja varjostaneista vääryyksistä huolimatta jalkapallo oli mitä ilmeisimmin saanut Lehtolan palaamaan tuonne lajin ystäville niin rakkaaseen, huolista vapaaseen ja haaveiden täyttämään taianomaiseen maailmaan, jota Heinonen (2005, 53) taitavasti kuvailee.

Tuo edellä kuvattu Ylen studion tapahtumasarja havainnollistaa koko tutkielman tulosten valossa tehtyä tulkintaa televisiosta median, jossa urheilutapahtuman epäkohtien kritiikki jää studio-osuuksia myöten vääjäämättä kakkossijalle, kun MM-kisaspektaakkelin voimakkaasti

konstruoituun perustava viehkeys valtaa ruudun (ks. Kolamo 2014a, 188). Sopinee myös huomauttaa, että Qatarin kisoja voi pohjoismaisessa mielipideympäristössä pitää urheilumedian ammattilaisten näkökulmasta kritiikin suoltamisen suhteen epätavallisen helppona maalina, ja loppujen lopuksi joistain poikkeusratkaisuista huolimatta yhtäläisyyksiä menneisiin television MM-jalkapallorupeamiin oli lähetyksissä eroavaisuuksia enemmän. Ylellä C Morea omistautuneemmin tv:n kisastudioissa harjoitetun tapahtumakritiikin voisi näistä syistä perustellusti sijoittaa rakenteellisten ongelmien ratkaisemisessa tehottoman näennäiskriittisyyden laariin (ks. Kolamo & Levä 2022, 88). Esimerkiksi boikotoimisen sijaan pyrkiminen vaihtelevissa määrin tietoisuuden lisäämiseen tapahtuman epäkohdista lähetyksissä näyttäytyy kuitenkin tv-yhtiöiltä ymmärrettävänä ratkaisuna, jonka kärjekäs soimaaminen olisi liian hurskastelevaa. Tällainen näkemys toki alleviivaa Qatarin kisojen ja yleisemmin urheilun megatapahtumien ongelmallisuutta.

Täytyy kuitenkin muistaa, että mediayhtiöt viestivät MM-kisoista myös muita, eri lailla kulutettavia ja ilmaisutavoiltaan televisiosta poikkeavia, ja siten kenties enemmän vakavien yhteiskunnallisten epäkohtien käsittelemiselle tilaa antavia, kanavia pitkin. Arkihavaintojen perusteella suomalaista valtamediaa kisojen aikana vähänkään seuranneiden aikuisten oli vaikea välttyä tiedoilta kisojen ongelmallisuudesta, ja verkkosivujensa uutisoinnissa sekä Yle että MTV käsittelivät runsaasti tapahtumaa synkistäneitä kielteisiä ilmiöitä. Kisojen katsojaluvut sitä paitsi jälleen kerran osoittivat, että suuri joukko suomalaisia pettyisi pahanpäiväisesti, jos MM-jalkapallon tv-oikeudet jäisivät kotimaisilta televisioyhtiöiltä eettisistä syistä kokonaan hankkimatta. Megatapahtuman televisioinnista vastaavan yhtiön eri viestintäkanavien mediaesitysten analysointi ja vertailu sekä näiden eri alustoilla julkaistujen sisältöjen keskinäisen vuorovaikutuksen tarkastelu voisikin olla tutkimuksen kohteena tulevaisuudessa. Jatkotutkimusehdotuksia esitellään lisää, kunhan on ensin arvioitu sitä, missä määrin tähän tutkimukseen on luottaminen.

## **8.2 Tutkimuksen arviointi**

Tutkijan odotetaan noudattavan työssään sekä menetelmällistä että kielellisestä objektiivisuutta, vaikka hänen subjektiiviset näkemykset väistämättä vaikuttavatkin tutkimuksen ongelmanasetteluun, tulosten tulkintaan ja kirjoittamiseen (Hirsjärvi ym. 2004, 280–281). Tätä tutkimusta ei ole tehty yhteistyössä kummankaan mediayhtiön kanssa, eikä tekijällä ole Yleen tai MTV:hen muutenkaan sellaista suhdetta, että olisi syntynyt kiusaus esittää tutkielman tulokset



jompaakumpaa suosivassa valossa. C Moren studiosisältöjä on kuitenkin kuvattu esimerkiksi sanalla pinnallinen, johon voi sisältyä konnotaatioita heikosta laadusta. Tätä ei kuitenkaan sovi tulkita kritiikiksi, sillä esimerkiksi kaupallisten medioiden urheilulähetyksiä seurannee tyypillisesti yleisradioyhtiöiden vastaavia rajatumpi katsojakunta, mikä oletettavasti vaikuttaa siihen, mitä asioita ja kuinka syvällisesti niissä katsotaan tarpeellisiksi puida.

Ennen kaikkea lukijan toivoisi ymmärtävän, että tutkimustehtävänä ei ollut studiolähetysten sisältöjen laadun arviointi ja sitä kautta paremmuusjärjestykseen laittaminen, vaan tarkoituksena oli kuvailla tarkasteltua ilmiötä (ks. Hirsjärvi ym. 2004, 130). Tästä syystä kielellisen objektiivisuuden ei nähdä nousseen ongelmaksi. Kielenkäytön ohella pyrittiin myös menetelmällisesti vertailun onnistumisen vaatimaan tasapuolisuuteen jo aineistoa rajatessa ja luokitusrunkoa laatiessa. Juuri menetelmiin kuitenkin liittyi tämän tutkielman syvin problematiikka.

Tutkijan on kyettävä kertomaan, missä kohtaa ja millä tavoin hänen tulkintansa pätevät (Seppänen 2005, 150–151). Tässä suhteessa aineiston rajaamisessa onnistuttiin hyvin. Koko MM-turnauksen tiiviin seurannan perusteella alkulohkon ensimmäisen kierroksen otteluista ja valituista pudotuspeliotteluista koostunutta näytettä voi pitää riittävänä Ylen ja C Moren studiosisältöjen erojen ja yhtäläisyyksien ison kuvan hahmottamiseen, vaikka kisojen kaikkien ottelujen studioista tehdyssä sisällönanalyysissä tarkat prosenttiosuuslukemat olisivat toki erilaiset. Aineiston koodaamisen johdonmukaisuus, luotettavuus ja toistettavuus eli reliabiliteetti (Seppänen 2005, 154) voi sen sijaan herättää enemmän kysymyksiä.

Koodausprosessin reliabiliteettia testattiin koodaamalla toistamiseen kuuden ottelun studiolähetysten sisällöt, ja kuten luvussa 6.2 kerrottiin, aineistoa ei onnistuttu koodaamaan kaikilta osin täysin samalla tavalla. Poikkeamien määrä oli kuitenkin sen verran pieni, että koodausprosessi hyväksyttiin riittävän luotettavana. Vaikka luokitusrunon laatimisessa oli pyritty ottamaan huomioon kaikenlaiset studiossa esiintyneet skenaariot, osoittautui suurikokoisen aineiston systemaattinen jäsentely ilmeisen hankalaksi. Useamman koodaajan voimin tehty sisällönanalyysi olisi epäilemättä vaatinut vielä enemmän työtä ja seikkaperäisempää luokitusrunkoa ohjeineen.

Asian valoisana puolena ja tutkielman ansiona voitaneen kuitenkin pitää sitä, että valituksi tuli haastava tutkimuskohde ja menetelmällisesti vaativa tapa tehdä tutkimusta. Tulokset vahvistivat arkihavaintojen sekä aiemman kirjallisuuden pohjalta syntyneitä ennakkokäsityksiä, minkä

voi tulkita koodausprosessin luotettavuutta lujittaneeksi seikaksi. Sisällönanalyysissa aineisto muutetaan sen määrällisiksi piirteiksi (Seppänen 2005, 142), jolloin kuva aineistosta ei tietenkään välity sellaisena kuin se alkuperäisesti esiintyy. Jotta tutkittua ilmiötä pystyttiin kuvaamaan tarkemmin, tuotiin tekstissä esille numeroiden taakse kätkeytyneitä seikkoja – luokitusrunon tarjoamien mahdollisuuksien rajallisuutta tietyissä tilanteissa ja yksityiskohtaisempia kuvauksia studiosisällöistä. Tämä paransi merkittävästi tutkimuksen reliabiliteettia.

Tekstissä pyrittiin muutenkin kuvaamaan ja perustelemaan tutkimuksen varrella tehdyt valinnat mahdollisimman läpinäkyvästi, mikä on tutkimuksen vahvan validiteetin edellytys (ks. Seppänen 2005, 155). Validiteettia vahvistivat osaltaan tutkielman perään lisätyt liitteet, joissa esimerkiksi tarkempaa selitystä kaivanneiden muuttujien sisältöluokkien kuvaukset antavat lukijalle mahdollisuuden arvioida sitä, kuinka hyvin luokitusrunko oli laadittu tarkoitustaan varten. Joitain luokkia olisi ehkä voinut nimetä toisin, mutta viimeistään niiden kuvauksista kyllä selviää, millaista sisältöä niillä on tarkoitettu. Luokitusrunon laatimisessa oli paljon työsarkaa, mutta se onnistui lopulta kohtalaisen hyvin. Tosin odotetunlaiset tutkimustulokset saivat kyseenalaistamaan luokitusrunon laatimisen ja koodausprosessin järkevyyden niiden edellyttäneeseen työmäärään nähden, mutta tulipahan aineistoon tutustuttua perusteellisesti. Rehdin määrällisen vertailun mahdollistamiseksi suuri aineiston määrä ja käytetyt menetelmät olivat kuitenkin tarpeen.

Tutkimuksen onnistumisessa avainasemassa ovat aineiston kulttuurinen paikantaminen ja sen aseman selväksi tekeminen suhteessa historiaan (Seppänen 2005, 149–150). Tämän tutkielman ansiona voinee pitää menetelmällisesti tinkimättömän työskentelyn ohella kärsivällisen lukeisuuden kartuttamisen tuloksena syntynyttä laajamittaista kirjallisuuskatsausta, joka kontekstoi tutkimuskohteen vahvasti ja toi tekstiin kaivattua syvyyttä. Yhtenäisen tieteellisen teorian uupuessa teoriaosuudessa tutkimuskohdetta taustoitettiin siten, että se asettui tiukasti osaksi tätä mediavälitteisyyttä korostavaa historiallista aikaa ja sitä muovanneita yhteiskunnallisia muutoksia – globalisaatiota sekä kaupallisten ja viihteellisten arvojen korostumista.

Vähemmän abstraktilla tasolla tutkielma kiinnittyi keskusteluun Suomessa ja monin paikoin muualla Euroopassa alati kiisteltyyn, mutta perinteisesti vahvaan yleisradioyhtiöiden asemaan sekä Ylen kulttuuris-moraalisten velvoitteiden vuoksi sen kaupallisiin medioiden nähden erilaisiksi tiedettyihin sisältöihin. Huolellisesti läpikäydyksi tuli myös Qatarin kisojen spesifinen problematiikka, joka haastoi poikkeuksellisella tavalla yhteiskunnallisten aiheiden käsittelyssä

terävöitynyttä, mutta television urheilulähetyksissä kovin rajoittuneeksi tiedettyä, urheilujournalismia. Sujuvasti tutkielmassa mukana kulkivat käsitykset mediaurheilun olemuksesta ja MM-kisatapahtuman speaktaakkeliluonteesta.

Tutkimusaineiston analyysiin ja tulosten pohdintaan herkkyyttä toi eritoten tarkka perehtyminen television urheilulähetyksen sisältöjä ja kisastudioiden ytimeltään aikaa kestäviä käytäntöjä käsitelleeseen kirjallisuuteen, jossa korostui kulttuurintutkimuksellinen lähestymistapa. Monitieteisen kirjallisuuden kyltymätön tutkailu auttoi elävöittämään numeerisessa muodossa esitettyjen tulosten ympärille rakentuneen tutkielman sisältöä. Kenties paikoin lennokkaasta tekstistä huolimatta käytettyjä käsitteitä pyrittiin avaamaan ja tutkimustehtävän näkökulmasta sivujuonteisiin harhautumista välttämään. Lisäksi tähdättiin kaikin puoliin perusteltuun ja eksaktiin ilmaisuun. Tehokkaan tieteellisen ilmaisutyylin hyveiksihän lasketaan yksinkertaisuus, täsmällisyys ja vakuuttavuus (Hirsjärvi ym. 2004, 261). Näin tuoreeltaan arvioituna tutkielma vaikuttaisi kokonaisuudessaan ilmentävän sitä, että Seppäsen (2005, 147) korostaman luovan, perustellun ja loogisen tutkimusotteen löytämisessä onnistuttiin varsin hyvin.

### **8.3 Jatkotutkimusehdotukset**

Urheilulähetyksen studiosisältöjä on yleisesti etenkin Suomessa tutkittu toistaiseksi hyvin vähän, joten tutkimusaiheita varmasti riittää uusille innokkaille. Myös tulevaisuudessa on luvassa yleisradioyhtiöiden ja kaupallisen median yhteistyössä televisioimia urheilutapahtumia, jotka ovat vertailujen näkökulmasta kenties toimivimpia ja muutenkin herkullisia tutkimuskohteita. Esimerkiksi vuoden 2026 jalkapallon MM-kisoissa Ylen ja MTV:n on määrä jakaa taakka kisojen televisioinnista puoliksi. Samalla megatapahtumista suurenmoisiksi siirtyy Lähi-idästä Uudelle mantereelle, minkä voisi arvella jollain tavalla näkyvän myös television kisastudioissa ja yleisemmin suomalaisten suhtautumisessa Qatarin painoksen kohdalla paikoin synkkämielisestä vastaanotosta kärsineeseen tapahtumaan. Sisällönanalyysia voisi soveltaa vastedes vertailuissa eri aikaan ja paikkaan sijoittuvien kisojen tai vaikkapa miesten ja naisten arvokisastudioiden välillä.

Megatapahtumien tv-studiosisältöjen tutkimiseen voisi lisätä myös yleisön näkökulman. Liikunnan yhteiskuntatieteiden maisteritasoisessa opinnäytetyössä on aiemmin tutkittu kvantitatiivisen kyselytutkimuksen avulla katsojien urheilulähetyksissä arvottamia sisältöjä (Ketola

2020). Ketolan viitoittamalle tielle voisi suunnata myös jalkapallon MM-kisalähetysten kohdalla. Siten olisi mahdollista saada tämän tutkielman kirjallisuuskatsauksessa referoidun saksalaisten olympialähetysten sisältöihin keskittyneen tutkimuksen (ks. Lünich ym. 2021) tapaan arvokasta tietoa siitä, millaiset studiosisällöt miellyttävät demografisesti erilaisia katsojaryhmiä. Ideaalilanteessa kyselytutkimuksen voisi rakentaa sisällönanalyysistä selvinneiden aitojen lähetyskoostumusten pohjalta, jotka yleisradioyhtiöiden ja kaupallisten medioiden osalta näyttäisivät tämän tutkimuksen perusteella poikkeavan toisistaan. Silloin voisi selvittää esimerkiksi se, keitä miellyttää tähtivetoinen hupailu, ja kiinnostaako urheilun laajempi yhteiskunnallinen konteksti tai epäkohtien käsittely sen enempää lajifanaatikkoja kuin urheilua vähemmän seuraavia.

Tällaisten tutkimusten toteuttamiseen sisältynee kuitenkin omat haasteensa, erityisesti sisällönanalyysin tekemisen osalta. Arvokisalähetysten tv-materiaaliin käsiksi pääseminen saattaa olla hankalaa eikä eri kanavien, saati eri tapahtumien, studioiden välillä tämän tutkielman tapaan vertailukelpoisen tietokannan muodostaminen välttämättä onnistu ilman samanaikaista pääsyä kaikkeen aineistoon. Aiemmassa tutkimuksessa havaittu (ks. Turner 2014) ja tässä tutkimuksessa pulmia aiheuttanut lisääntynyt dynaamisuus urheiluohjelmissa sitä paitsi vaikuttaisi jatkuvalta trendiltä, joka jo itsessään hankaloittaa samantyylistä tutkimusta myös tulevaisuudessa. Jos studiosisältöjen kirjavuuden asettamiin haasteisiin vastaavan tutkimusmetodologian kehittäminen ei vaikuttaisi sen vaatimaan työmäärään suhteutettuna antoisalta hankkeelta, voisi ilmiön seuraamista jatkaa myös vaihtoehtoisin menetelmin.

Esimerkiksi Yleisradion ja kaupallisten medioiden urheilustudioissa käytettävään kieleen tai johonkin tiettyyn lähetyksissä toistuvaan teemaan, kuten liikunnan yhteiskuntatieteellisestä näkökulmasta oleelliseen ulkourheilullisten asioiden käsittelyyn syventyminen voisi olla tutkimuskohteena jatkossa. Viimeksi mainittu toki edellyttää, että myös kaupallisten medioiden esityksissä urheilun yhteiskunnallisia ulottuvuuksia nostetaan esiin. Kielen tason tarkastelemisessa ajatuksena olisi nimenomaan informaation ja viihteen väliseen jännitteeseen yksityiskohdaisempi uppoutuminen. Julkisen keskustelun jutustelumaisumisen ja kaupallistumisen välillä on uskottu olevan yhteys (Fairclough 1997, 20–24). Ovatko kaupallisen urheilumedian esitykset puhetapojensa osalta kansanomaisempia ja myös tältä osin kenties viihteellisempiä?

Messin ja Ronaldon tarinoiden kontrasti Qatarin MM-turnauksessa herätti puolestaan mielenkiinnon tähtiin ja urheilumytologiaan, joko arvokisojen televisiolähetyksissä tai yleisemmin,

fokusoituvasta tutkimuksesta. Aiheeseen saisi myös otettua hyvin ajankohtaisen ja tässäkin tutkielmassa läsnä olleen näkökulman, koska urheilijäthtiä tiedetään olevan tapahtumien järjestämisen tavoin keskeisiä työkaluja tiettyjen, vaikutusvaltaansa globaalissa urheilussa jokseenkin hätkähdyttävästi kasvattaneiden, Arabian niemimaan valtioiden politiikassa.

Urheilulähetysten ja niiden studioiden ilmiöitä ei tietenkään välttämättä aina tarvitse tutkia arvokisojen yhteydessä tai yleisradioyhtiöiden ja julkisen palvelun medioiden välisinä vertailuina, vaan ne voivat olla muutenkin television urheilujournalismin kehityksen näkökulmasta kiintoisa seurannan kohde. Kansallisten urheilutapahtumien osalta tšekäläisillä mediayhtiöillä on myös otaksutusti enemmän mahdollisuuksia vaikuttaa lähetysten sisältöihin, mikä avaa ilman suomalaisosanottoa kilpailtuihin kansainvälisiin tapahtumiin nähden erilaisen mahdollisuuden mediaurheilukulttuurin trendien ja uusien innovaatioiden tarkasteluun tv-lähetyksissä.

## LÄHTEET

- Alkio, M. (2023). *Yleisradiotoiminta ja markkinat*. Helsinki: Edita.
- Amara, M. (2016). Sport and politics in the Arab world. Teoksessa A. Bairner, J. Kelly, & J. W. Lee (toim.) *Routledge handbook of sport and politics*. E-kirja. London: Routledge, 129–136. Viitattu 16.3.2024.
- Amnesty International. (2021). Qatar: Failure to investigate migrant worker deaths leaves families in despair. Viitattu 3.2.2024. <https://www.amnesty.org/en/latest/news/2021/08/qatar-failure-to-investigate-migrant-worker-deaths-leaves-families-in-despair/>.
- Amnesty International. (2023). A legacy in jeopardy: Continuing abuses of migrant workers in Qatar. Viitattu 4.2.2024. <https://www.amnesty.org/en/documents/mde22/7384/2023/en/>.
- Archetti, E. P. (2006). Argentina 1978: Military Nationalism, Football Essentialism, and Moral Ambivalence. Teoksessa A. Tomlinson & C. Young (toim.) *National identity and global sports events: Culture, politics, and spectacle in the Olympics and the football World Cup*. E-kirja. Albany: State University of New York Press, 133–148. Viitattu 16.3.2024.
- Bailey, K. Oliver, R. Gaffney, C & Kolivras, K. (2017). Negotiating “New” Narratives: Rio de Janeiro and the “Media Geography” of the 2014 FIFA World Cup. *Journal of Sport and Social Issues* 41(1), 70–93. doi:10.1177/0193723516680159.
- BBC Sport. (2015). Blatter & Platini get eight-year bans. BBC. Viitattu 20.2.2024. <https://www.bbc.com/sport/football/35144652>.
- Bell, P. (2004). Content Analysis of Visual Images. Teoksessa T. Van Leeuwen & C. Jewitt, *The Handbook of Visual Analysis*. E-kirja. London: SAGE Publications Ltd, 10–34. doi:10.4135/9780857020062.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Glencoe, III: The Free Press.
- Bianco, C., & Sons, S. (2023). More than a Game: Football and Soft Power in the Gulf. *The International Spectator* 58 (2), 92–106. doi:10.1080/03932729.2023.2196810.
- Blain, N., Boyle, R., & O’Donnell, H. (1993). *Sport and national identity in the European media*. Leicester: Leicester University Press.
- Blake, H., & Calvert, J. (2016). *The Ugly Game: The Qatari Plot to Buy the World Cup*. E-kirja. London: Simon & Schuster UK. Viitattu 19.2.2024.
- Boyle, R. (2006). *Sports journalism: Context and issues*. London: SAGE.

- Boyle, R., & Haynes, R. (2009). *Power play: Sport, the media and popular culture*. 2. painos. E-kirja. Edinburgh: Edinburgh University Press. Viitattu 16.3.2024.
- Brannagan, P. M., & Giulianotti, R. (2015). Soft power and soft disempowerment: Qatar, global sport and football's 2022 World Cup finals. *Leisure Studies* 34 (6), 703–719. doi:10.1080/02614367.2014.964291.
- Brannagan, P. M., & Rookwood, J. (2016). Sports mega-events, soft power and soft disempowerment: International supporters' perspectives on Qatar's acquisition of the 2022 FIFA World Cup finals. *International Journal of Sport Policy and Politics* 8 (2), 173–188. doi:10.1080/19406940.2016.1150868.
- Central Intelligence Agency. (2024). Qatar. Teoksessa *The World Factbook*. Viitattu 6.2.2024. <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/qatar/#economy>.
- Chisari, F. (2006). When Football Went Global: Televising the 1966 World Cup. *Historical Social Research (Köln)* 31 (1 (115)), 42–54. doi:10.12759/hsr.31.2006.1.42-54.
- Craig, M. (2022). The Money Behind The Most Expensive World Cup In History: Qatar 2022 By The Numbers. *Forbes*. Viitattu 16.11.2023. <https://www.forbes.com/sites/mattcraig/2022/11/19/the-money-behind-the-most-expensive-world-cup-in-history-qatar-2022-by-the-numbers/>.
- Dayan, D. (2009). Beyond media events: Disenchantment, derailment, disruption. Teoksessa N. Couldry, A. Hepp, & F. Krotz (toim.) *Media Events in a Global Age*. E-kirja. London: Routledge, 23–31. Viitattu 16.3.2024.
- Dayan, D., & Katz, E. (1992). *Media Events: The Live Broadcasting of History*. E-kirja. Cambridge, MA: Harvard University Press. Viitattu 16.3.2024.
- Debord, G. (2005). *Spektaakkelin yhteiskunta*. [La société du spectacle, 1967]. Kääntänyt T. Uschanov. Helsinki: Summa.
- Delaney, M. (2022). Fifa says rainbow colours now allowed in Qatar after flags confiscated. *The Independent*. Viitattu 6.2.2024. <https://www.independent.co.uk/sport/football/world-cup/fifa-rainbow-lgbtq-qatar-2022-b2232145.html>.
- Dorsey, J. M. (2014). The 2022 World Cup: A Potential Monkey Wrench for Change. *International Journal of the History of Sport* 31 (14), 1739–1754. doi:10.1080/09523367.2014.929115.
- Dorsey, J. M. (2018). Gulf autocrats and sports corruption: A marriage made in heaven. *Sport in Society* 21 (5), 762–772. doi:10.1080/17430437.2018.1401356.

- Eco, U. (1985). *Matka arkipäivän epätodellisuuteen*. [Semiologia quotidiana, 1984]. Suomentanut A. Buffa. Porvoo, Helsinki, Juva: WSOY.
- Ellis, J. (1992). *Visible Fictions: Cinema: Television: Video*. E-kirja. London: Routledge. Viitattu 16.3.2024.
- Eskola, J., & Suoranta, J. (2008). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. 8. painos. Tampere: Vastapaino.
- European Parliament. (2018). *Broadcasting of major sports events in the EU*. Viitattu 30.1.2024.  
[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2018/621900/EPRS\\_ATA\(2018\)621900\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2018/621900/EPRS_ATA(2018)621900_EN.pdf).
- Fairclough, N. (1997). *Miten media puhuu*. [Media discourse, 1995]. Suomentaneet V. Blom & K. Hazard. Tampere: Vastapaino.
- Fele, G., & Campagnolo, G. M. (2021). Expertise and the work of football match analysts in TV sport broadcasts. *Discourse Studies* 23 (5), 616–635. doi:10.1177/14614456211016799.
- Fett, M. (2020). The game has changed – A systematic approach to classify FIFA World Cups. *International Journal of Sport Policy and Politics* 12 (3), 455–470. doi:10.1080/19406940.2020.1784978.
- FIFA. (2010). *Russia and Qatar awarded 2018 and 2022 FIFA World Cups*. Viitattu 19.2.2024. <https://www.fifa.com>.
- FIFA. (2022). *FIFA Statutes*. Zürich: Fédération Internationale de Football Association. Viitattu 6.2.2024. [https://digitalhub.fifa.com/m/3815fa68bd9f4ad8/original/FIFA\\_Statutes\\_2022-EN.pdf](https://digitalhub.fifa.com/m/3815fa68bd9f4ad8/original/FIFA_Statutes_2022-EN.pdf).
- FIFA. (2023a). *FIFA receives declarations of interest in hosting FIFA World Cup™ editions in 2030 and 2034*. Viitattu 6.2.2024. <https://www.fifa.com>.
- FIFA. (2023b). *How the FIFA World Cup 26™ will work with 48 teams*. Viitattu 22.2.2024. <https://www.fifa.com/fifaplus/en/articles/article-fifa-world-cup-2026-mexico-canada-usa-new-format-tournament-football-soccer>.
- FIFA. (2023c). *One Month On: 5 billion engaged with the FIFA World Cup Qatar 2022™*. Viitattu 16.11.2023. <https://fifa.com>.
- Finnpanel. (2023a). *Katsotuimpien ohjelmien TOP-listat*. Viitattu 16.11.2023. <https://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/vuosi/topv/viimeisin/topv.html>.
- Finnpanel. (2023b). *Lehdistötiedote*. Viitattu 16.11.2023. <https://www.finnpanel.fi/tulokset/tiedote.php?id=304>.



- Flemming, F., Lünich, M., Marcinkowski, F., & Starke, C. (2017). Coping with dilemma: How German sport media users respond to sport mega events in autocratic countries. *International Review for the Sociology of Sport* 52 (8), 1008–1024. doi:10.1177/1012690216638545.
- Foley, M., McGillivray, D., & McPherson, G. (2011). Events policy: The limits of democracy. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events* 3 (3), 321–324. doi:10.1080/19407963.2011.589168.
- Freedom House. (2023) Qatar: Freedom in the World 2023 Country Report. Viitattu 21.2.2024. <https://freedomhouse.org/country/qatar/freedom-world/2023>.
- Fruh, K., Archer, A., & Wojtowicz, J. (2022). Sportswashing: Complicity and Corruption. *Sport, Ethics and Philosophy* 17 (1), 101–118. doi:10.1080/17511321.2022.2107697.
- Gibson, O. (2016). Gianni Infantino elected Fifa president after Zurich election. *The Guardian*. Viitattu 20.2.2024. <https://www.theguardian.com/football/2016/feb/26/gianni-infantino-elected-fifa-president-election>.
- Gibson, O., & Gayle, D. (2015). Fifa officials arrested on corruption charges as World Cup inquiry launched. *The Guardian*. Viitattu 20.2.2024. <https://www.theguardian.com/football/2015/may/27/several-top-fifa-officials-arrested>.
- Giulianotti, R. (2019). Football events, memories and globalization. *Soccer and Society* 20 (7–8), 903–911. doi:10.1080/14660970.2019.1680490.
- Goldlust, J. (1987). *Playing for keeps: Sport, the media and society*. Melbourne: Longman Cheshire.
- Gruneau, R. (1989). *Making Spectacle: A Case Study in Television Sports Production*. Teoksessa L. A. Wenner (toim.) *Media, sports, & society*. Newbury Park, CA: Sage Publications, 134–156.
- Hartikainen, S. (2022). *Televisoidun urheilun muuttuva toimintaympäristö ja kuluttajien sitouttaminen palveluun*. Jyväskylän yliopisto. Kauppakorkeakoulu. Liikuntatieteellinen tiedekunta. Pro gradu -tutkielma. Viitattu 16.3.2024. URN:NBN:fi:ju-202203232008.pdf.
- Heinilä, K. (2000). Millainen rooli urheilujournalismilla on yhteiskunnassa? Teoksessa M. Miettinen (toim.) *Haasteena huomisen hyvinvointi: Miten liikunta lisää mahdollisuuksia?: Liikunnan yhteiskuntatieteellinen perustelu II: Tutkimuskatsaus*. Jyväskylä: Likes, 273–284.
- Heinonen, H. (2005). *Jalkapallon lumo: Tutkimus suomalaisesta Everton-faniudesta*. Jyväskylä: Atena. Väitöskirja.

- Hemánus, P. (1983). *Urheilujournalismi ja huippu-urheilu: Heijastussuhde vai symbiosi?* Teoksessa P. Vuolle (toim.) *Liikuntaviestintä*. Jyväskylän yliopisto. Liikuntasuunnittelun laitos. Opetusmonisteita: 9, 40–53.
- Hepp, A., & Couldry, N. (2009). Introduction: Media events in globalized media cultures. Teoksessa N. Couldry, A. Hepp, & F. Krotz (toim.) *Media Events in a Global Age*. E-kirja. London: Routledge, 1–20. Viitattu 16.3.2024.
- Herkman, J. (2001). *Audiovisuaalinen mediakulttuuri*. Tampere: Vastapaino.
- Herkman, J. (2005). *Kaupallisen television ja iltapäivälehtien avoliitto: Median markkinoituminen ja televisioituminen*. Tampere: Vastapaino. Väitöskirja.
- Hietala, V. (1996). *Ruudun hurma: Johdatus tv-kulttuuriin*. Helsinki: YLE-opetuspalvelut.
- Hietala, V. (2007). *Media ja suuret tunteet: Johdatusta 2000-luvun uusromantiikkaan*. Helsinki: BTJ Kustannus.
- Hirsjärvi, S., Remes, P., & Sajavaara, P. (2004). *Tutki ja kirjoita*. 10. osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Hoberman, J. (2011). The Myth of Sport as a Peace-Promoting Political Force. *The SAIS Review of International Affairs* 31 (1), 17–29. doi:10.1353/sais.2011.0001.
- Horky, T. (2011). Examining the Structures of Major Football Tournaments on Television: An Analysis of the Quality of World Cup and European Cup Broadcasts. *International Journal of Sport Communication* 4 (2), 217–232. doi:10.1123/ijsc.4.2.217.
- Horky, T., Clavio, G., & Grimmer, C. (2020). Broadcasting the World Cup: A multinational comparative analysis broadcast quality in the 2014 World Cup. *Soccer and Society* 21 (1), 15–28. doi:10.1080/14660970.2018.1448794.
- Horne, J. (2017). Sports mega-events – Three sites of contemporary political contestation. *Sport in Society* 20 (3), 328–340. doi:10.1080/17430437.2015.1088721.
- Horne, J., & Manzenraiter, W. (2006). An introduction to the sociology of sports mega-events. *The Sociological Review (Keele)* 54 (s2), 1–24. doi:10.1111/j.1467-954X.2006.00650.x.
- Horne, J., Tomlinson, A., Whannel, G., & Woodward, K. (2012). *Understanding sport: A socio-cultural analysis*. Hoboken: Routledge.
- Hutchins, B., & Rowe, D. (2012). *Sport beyond television: The Internet, digital media and the rise of networked media sport*. New York: Routledge.
- Hutchins, B., & Sanderson, J. (2017). The primacy of sports television: Olympic media, social networking services, and multi-screen viewing during the Rio 2016 games. *Media*

- International Australia Incorporating Culture & Policy 164 (1), 32–43.  
doi:10.1177/1329878X17707065.
- Häkli, T. (2022). ”Politiikka on politiikkaa, me keskitymme urheiluun”: Diskurssianalyttinen tutkielma poliittisiin ulottuvuuksiin liittyvästä uutisoinnista Helsingin Sanomissa Barcelonan 1992 ja Tokion 2020 kesäolympialaisissa. Jyväskylän yliopisto. Liikuntatieteellinen tiedekunta. Pro gradu -tutkielma. Viitattu 16.3.2024.  
<http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-202209064480>.
- Ilmonen, K. (1996). Yleisradion historia: Tekniikka, kaiken perusta. 3. osa: 1926-1996. Helsinki: Yle.
- Ingle, S. (2022). Beer ban is show of strength and an almighty two fingers up to Qatar’s critics. The Guardian. Viitattu 6.2.2024.  
<https://www.theguardian.com/football/blog/2022/nov/18/qatar-beer-ban-a-show-of-strength-and-an-almighty-two-fingers-up-to-its-critics>.
- Itkonen, H., Ilmanen, K., Matilainen, P., & Jaskari, L. (2008). Media urheilun tulkkina ja tekijänä. Jyväskylän yliopisto. Liikuntatieteiden laitos. Tutkimuksia 1/2008.
- Jennings, A. (2011). Investigating corruption in corporate sport: The IOC and FIFA. International Review for the Sociology of Sport 46 (4), 387–398.  
doi:10.1177/1012690211408845.
- Jerabek, M. M., Ferreire de Andrade, A. M., & Figueroa, A. M. (2017). FIFA’s Hegemony: Examples from World Cup Hosting Countries. Global Society: Journal of Interdisciplinary International Relations 31 (3), 417–440.  
doi:10.1080/13600826.2016.1261807.
- Jääsaari, J. (2004). Yle yleisön ehdoilla? Tutkimus suomalaisten television nykytilaa ja tulevaisuutta koskevista arvostuksista. Helsinki: Yleisradio.
- Kamrava, M. (2015). Qatar: Small State, Big Politics. E-kirja. Ithaca, NY: Cornell University Press. Viitattu 16.3.2024.
- Kannisto, M. (2018). Ohjelmayhtiöstä ”merkintekijäksi”: MTV ja kaupallisen television tuotantokulttuurin muutos Suomessa 1980-luvulta 2000-luvulle. Turun yliopisto. Julkaisuja: Sarja C, Scripta lingua Fennica edita 461. Väitöskirja. Viitattu 16.3.2024.  
<https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-29-7488-7>.
- Kantola, A., Moring, I., & Väliverronen, E. (toim.). (2003). Miten mediaa luetaan? Teoksessa Media-analyysi. Tampere: Palmenia-kustannus, 5–12.
- Kekkonen, J. (2008). Vertailevan tutkimuksen haasteita. Tieteessä tapahtuu 26 (3). Viitattu 16.3.2024. <https://journal.fi/tt/article/view/482>.

- Kellner, D. (2003). *Media Spectacle*. E-kirja. London: Routledge. Viitattu 16.3.2024.
- Ketola, A. (2020). Maksullisten urheilukanavien kuluttajien profiili, motiivit ja arvostukset Suomessa: Tapauskohtaisessa tarkastelussa Ruutu+ -palvelun tilaajat. Jyväskylän yliopisto. Liikuntatieteellinen tiedekunta. Pro gradu -tutkielma. Viitattu 16.3.2024. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-202012187293>.
- Kinkema, K. M., & Harris, J. C. (1998). *MediaSport Studies: Key Research and Emerging Issues*. Teoksessa L. A. Wenner (toim.) *MediaSport*. E-kirja. London: Routledge, 27–54. Viitattu 16.3.2024.
- Kolamo, S. (2014a). *FIFAn valtapeli: Etelä-Afrikan jalkapallon MM-kisat 2010 keskitettynä mediaspektaakkelinä*. Jyväskylän yliopisto. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 116. Väitöskirja.
- Kolamo, S. (2014b). Tunnekuvista ja tarinoista: TV-futiksen dramaturgiaa erittelemässä. *Tekniikan Waiheita* 32 (4), 5–22. Viitattu 16.3.2024. <https://journal.fi/tekniikanwaiheita/article/view/64125>.
- Kolamo, S. (2018). *Mediaurheilu: Tunnetalouden dynamo*. Tampere: Vastapaino.
- Kolamo, S. (2019). Valtiopropagandan paluu Venäjän jalkapallon MM-kisoissa. *Idäntutkimus* 26 (1), 3–22. Viitattu 16.3.2024. <https://journal.fi/idantutkimus/article/view/81963>.
- Kolamo, S. (2022). *Riistopallon MM-kisat Qatarissa*. Tampere: Vastapaino.
- Kolamo, S., & Levä, I. (2022). ”Tällä hetkellä jalkapallolla ei ole mitään merkitystä”: Qatarin jalkapallon MM-kisat 2022 malliesimerkinä urheilun kuvanäytöksellisyyden voimasta. *Liikunta ja tiede* 59 (4), 80–90. Viitattu 16.3.2024. [https://www.lts.fi/media/liikunta-tiede-lehden-artikkelit/4\\_2022/080-090.pdf](https://www.lts.fi/media/liikunta-tiede-lehden-artikkelit/4_2022/080-090.pdf).
- Kolamo, S., & Vuolteenaho, J. (2013). The interplay of mediascapes and cityscapes in a sports mega-event: The power dynamics of place branding in the 2010 FIFA World Cup in South Africa. *The International Communication Gazette* 75 (5–6), 502–520. doi:10.1177/1748048513491908.
- Kolamo, S., & Vuolteenaho, J. (2014). Urbaanit yleisöt propagandan ja brändäyksen palveluksessa: Berliinin olympialaiset 1936 ja Saksan jalkapallon MM-kisat 2006 keskitettyinä (media)spektaakkeleina. *Media & viestintä* 37 (1), 62–83. doi:10.23983/mv.62827.
- Koljonen, K. (2000). *Asiamiesten selostuksista ammattilaisten analyysiin: Helsingin Sanomien urheilujournalismi vuosina 1973–1998*. Tampereen yliopisto. Tiedotusopin laitos. Julkaisuja: Sarja A 95.

- Kunelius, R. (2003). Viestinnän vallassa: Johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin. 5. uudistettu painos. Helsinki: WSOY.
- Kuutti, H. (2012). Mediasanasto. Jyväskylä: MediaDoc.
- Kärki, R.-M. (2012). Ja seuraavaksi urheilua: Television urheilu-uutisten erot ja yhtäläisyydet Ylen Urheiluruudun ja MTV3:n Tuloruudun ohjelmissa. Vaasan yliopisto. Filosofinen tiedekunta. Pro gradu -tutkielma. Viitattu 16.3.2024. <https://osuva.uwasa.fi/handle/10024/2281>.
- Laine, A. (2011). Urheilujournalismin Suomi–Ruotsi-maaottelu: Vertaileva tutkimus suomalaisten ja ruotsalaisten iltapäivälehtien Ateenan 2004 ja Torinon 2006 olympiauutisoinnista. Helsinki: Edita. Väitöskirja.
- Laine, A. (2016). Meter for the Quantitative Analysis of Newspaper Sport Material. *Studies in Media and Communication* 4 (2), 44–53. doi:10.11114/smc.v4i2.1703.
- Laine, A. (2022). Kielteisistä ilmiöistä uutisointia ei kaivata olympialähettyksiin. *Liikunta ja tiede* 59 (2), 26–27. Viitattu 16.11.2023. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-202205022493>.
- Laine, A. (2023a). Katsaus käsitteisiin – Urheilujournalismi, urheilujournalistiikka, mediaurheilu ja urheilumedia. Julkaistu sivustolla Suomalaisen urheilujournalismin bibliografia. *JYU Studies* 2. doi:10.17011/jyustudies/2.
- Laine, A. (2023b). Urheilujournalismin ominaispiirteet. Julkaistu sivustolla Suomalaisen urheilujournalismin bibliografia. *JYU Studies* 2. doi:10.17011/jyustudies/2.
- Laine, A., & Kotilainen, S. (2020). Painetun sanomalehden urheilu-uutisointi ennen internetiä ja monikanavajulkaisemisen aikakaudella: Määrällinen tarkastelu Iltalehden Calgaryn 1988 ja Pyeongchangin 2018 talviolympiauutisoinnista. *Kulttuurintutkimus* 37 (3–4), 47–68. Viitattu 16.3.2024. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-202012297400>.
- Laine, A., & Särkivuori, J. (2023). Suomalaisen urheilujournalismin bibliografia. Jyväskylän yliopisto. *JYU Studies* 2. doi:10.17011/jyustudies/2.
- Laki Yleisradio Oy:stä 1380/1993. (1993). Viitattu 25.1.2024. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1993/19931380>.
- Lanfranchi, P., Eisenberg, C., Mason, T., & Wahl, A. (2004). 100 years of football: The FIFA centennial book. London: Weidenfeld & Nicolson.
- Lünich, M., Starke, C., Marcinkowski, F., & Dosenovic, P. (2021). Double Crisis: Sport Mega Events and the Future of Public Service Broadcasting. *Communication and Sport* 9 (2), 287–307. doi:10.1177/2167479519859208.
- Lyytinen, E. (1996). Perustamisesta talvisotaan. Teoksessa E. Lyytinen & T. Vihavainen, *Yleisradion historia*. 1. Osa: 1926-1949. Helsinki: Yle, 11–128.

- Maguire, J. (2011). Invictus or evict-us? Media images of South Africa through the lens of the FIFA World Cup. *Social Identities* 17 (5), 681–694. doi:10.1080/13504630.2011.595208.
- Mason, T. (2006). *England 1966: Traditional and Modern?* Teoksessa A. Tomlinson & C. Young (toim.) *National identity and global sports events: Culture, politics, and spectacle in the Olympics and the football World Cup*. Albany: State University of New York Press, 83–98.
- Matilainen, V. (2016). Jalkapallon vuoden 1992 EM-kisat olivat Tanskan tuhkimotarina. Yle. Viitattu 13.1.2024. <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/06/10/jalkapallon-vuoden-1992-em-kisat-olivat-tanskan-tuhkimotarina>.
- McGillivray, D. (2017). Platform politics: Sport events and the affordances of digital and social media. *Sport in Society* 20 (12), 1888–1901. doi:10.1080/17430437.2017.1232392.
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg galaxy: The making of typographic man*. Toronto: University of Toronto Press.
- Miller, T., Lawrence, G., McKay, J., & Rowe, D. (2001). *Globalization and sport: Playing the world*. London: SAGE.
- MTV. (n.d.). MTV:n Historia: Suomen ensimmäisestä kaupallisesta tv-yhtiöstä monipuoliseksi Suomen johtavaksi kaupalliseksi tv-yhtiöksi. Viitattu 25.1.2024. <https://www.mtvyritys.fi/mtv/historia>.
- MTV Urheilu. (2020). MTV ja Yle hankkivat jalkapallon miesten MM-kisojen esitysoikeudet – ”Historiallinen yhteistyö”. MTV. Viitattu 30.1.2024. <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/mtv-ja-yle-hankkivat-jalkapallon-miesten-mm-kisojen-esitysoikeudet-historiallinen-yhteistyö/8019022>.
- MTV Urheilu. (2022). MTV:n ja C Moren tiimi valmis jalkapallon MM-kisoihin – kasassa huippuluokan asiantuntijaryhmä. MTV. Viitattu 27.11.2023. <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/mtv-n-ja-c-moren-tiimi-valmis-jalkapallon-mm-kisoihin-kasassa-huippuluokan-asiantuntijatiimi/8561482>.
- Mutz, M., Gerke, M., Müller, S., & Meier, H. E. (2023). Who should be allowed to host sporting mega-events? On the public acceptance of criteria to justify hosting decisions. *International Journal of Sport Policy and Politics* 15 (3), 401–416. doi:10.1080/19406940.2023.2239822.
- Müller, M. (2015). What makes an event a mega-event? Definitions and sizes. *Leisure Studies* 34 (6), 627–642. doi:10.1080/02614367.2014.993333.

- Müller, M. (2017). How mega-events capture their hosts: Event seizure and the World Cup 2018 in Russia. *Urban Geography* 38 (8), 1113–1132. doi:10.1080/02723638.2015.1109951.
- Müller, M., Gogishvili, D., & Wolfe, S. D. (2022). The structural deficit of the Olympics and the World Cup: Comparing costs against revenues over time. *Environment and Planning A* 54 (6), 1200–1218. doi:10.1177/0308518X221098741.
- Mäntymäki, E. (2006). Hyvinvointivaltio eetterissä: Yleisradion rakentuminen populaarien diskurssien kentillä. Tampereen yliopisto. Tiedostusopin laitos. Väitöskirja. Viitattu 16.3.2024. <https://urn.fi/urn:isbn:951-44-6661-6>.
- Nieminen, H. (2002). Joukkoviestinnän ja sen julkisen sääntelyn perusteet. Teoksessa H. Kulla (toim.) *Viestintäoikeus*. Helsinki: WSOY lakitieto, 3–34.
- Nieminen, H., & Pantti, M. (2012). *Media markkinoilla: Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen*. 3. uudistettu painos. Tampere: Vastapaino.
- Nye, J. S. (1990). Soft Power. *Foreign Policy* 80 (80), 153–171. doi:10.2307/1148580.
- O'Connor, B., & Boyle, R. (1993). Dallas with balls: Televised sport, soap opera and male and female pleasures. *Leisure Studies* 12 (2), 107–119. doi:10.1080/02614369300390101.
- Paché, G. (2022). Qatar 2022 and After: A Credible Threat for the FIFA Empire? *Journal of Business Diversity* 22 (2), 25–32. doi:10.33423/jbd.v22i2.5496.
- Partio, E. (2013). Mediatuotteen kehitys – Tutkimus Yle Urheilun Lontoon olympialaisten kisastudion kehitysvaiheista. Tampereen yliopisto. Johtamiskorkeakoulu. Pro gradu -tutkielma. Viitattu 16.3.2024. <https://urn.fi/urn:nbn:fi:uta-1-24032>.
- Pietilä, V. (1976). *Sisällön erittely*. 2. korjattu painos. Helsinki: Gaudeamus.
- Politi, A. (2023). Urheilu-uutisia kuoleman kentiltä: Jalkapallon Qatarin MM-kisat 2022 Ylen Urheiluruudussa. Jyväskylän yliopisto. Kieli- ja viestintätieteiden laitos. Liikuntatieteellinen tiedekunta. Pro gradu -tutkielma. Viitattu 16.3.2024. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-202306063528>.
- Postman, N. (1987). *Huvitamme itsemme hengiltä: Julkinen keskustelu viihteen valtakaudella*. [Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business, 1985]. Suomentanut I. Rekiaro. Porvoo, Helsinki, Juva: WSOY.
- Pänkäläinen, S. (1998a). *Suomalainen urheilujournalismi*. Liikuntatieteellisen seuran impulssi XV. Helsinki: Liikuntatieteellinen seura.
- Pänkäläinen, S. (1998b). Urheilujournalismiko kritiikitöntä? Teoksessa T. Perko & R. Salokangas (toim.) *Kymmenen kysymystä journalismista*. Jyväskylä: Atena, 161–181.

- Qatar National Vision 2030. (n.d.). State of Qatar. Government Communications Office. Viitattu 16.3.2024. <https://www.gco.gov.qa/en/about-qatar/national-vision2030/>.
- Reiche, D. (2015). Investing in sporting success as a domestic and foreign policy tool: The case of Qatar. *International Journal of Sport Policy and Politics* 7 (4), 489–504. doi:10.1080/19406940.2014.966135.
- Reiche, D. (2018). Issues around the FIFA World Cup 2018 in Russia: A showcase of how sports and politics mix. *Sport Und Gesellschaft* 15 (2–3), 283–296. doi:10.1515/sug-2018-0013.
- Reuters. (2013). : Less democracy makes for an easier World Cup – Valcke. Viitattu 15.1.2024. <https://www.reuters.com/article/idUSBRE93N18F/>.
- Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. G. (2014). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. 3. painos. New York: Routledge.
- Roche, M. (2000). *Megaevents and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global Culture*. E-kirja. London: Routledge. Viitattu 16.3.2024.
- Rookwood, J. (2019). Access, security and diplomacy: Perceptions of soft power, nation branding and the organisational challenges facing Qatar’s 2022 FIFA World Cup. *Sport, Business and Management* 9 (1), 26–44. doi:10.1108/SBM-02-2018-0016.
- Rowe, D. (2003). *Sport, Culture and the Media: The Unruly Trinity*. 2. painos. E-kirja. Maidenhead: Open University Press. Viitattu 16.3.2024.
- Rowe, D. (2011). *Global Media Sport: Flows, Forms and Futures*. London: Bloomsbury Publishing.
- Rowe, D. (2017). Sports Journalism and the FIFA Scandal: Personalization, Co-optation, and Investigation. *Communication and Sport* 5 (5), 515–533. doi:10.1177/2167479516642206.
- Römpötti, T. (2006). Speaktaakkeli. Teoksessa S. Ridell, P. Väliäho, & T. Sihvonen (toim.) *Mediaa käsittämässä*. Tampere: Vastapaino, 181–208.
- Sage, G. H. (2016). *Globalizing sport: How organizations, corporations, media, and politics are changing sport*. E-kirja. London: Routledge, Taylor & Francis Group. Viitattu 16.3.2024.
- Salmi, H. (1992). ”Pyhäkoulujen kilpailija” vai ”kokoava keskipiste”? Suomalaista televisiokeskustelua 1940- ja 50-luvuilla. *Lähikuva – audiovisuaalisen kulttuurin tieteellinen julkaisu* 5 (1), 28–37. doi:10.23994/lk.116735.
- Salokangas, R. (1996). *Yleisradion historia: Aikansa oloinen*. 2. osa: 1949-1996. Helsinki: Yle.



- Salomaa, E. (2017). Tarinankerrontaa sinivalkoisin silmälasein: Jalkapallon MM-kisojen globalisointi television ja Twitterin vuorovaikutuksessa. *Kulttuurintutkimus* 34 (4), 3–14. Viitattu 16.3.2024. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-201903261968>.
- Salomaa, E. (2019). Television ja Twitterin risteyksessä: Sosiaalinen televisio vuorovaikutuksen ja mediatapahtumaan osallistumisen välineenä. Jyväskylän yliopisto. JYU dissertations 140. Väitöskirja. Viitattu 16.3.2024. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-39-7869-3>.
- Samuel-Azran, T., Hayat, T., & Galily, Y. (2023). Global Sport Protest Activism Is Exclusive to the Global Elite: A Case Study of #boycottqatar2022. *The American Behavioral Scientist* (Beverly Hills) 67 (10), 1179–1193. doi:10.1177/00027642221118299.
- Sandvoss, C. (2003). *A Game of Two Halves: Football Fandom, Television and Globalisation*. E-kirja. London: Routledge. Viitattu 16.3.2024.
- Scharpf, A., Gläbel, C., & Edwards, P. (2023). International Sports Events and Repression in Autocracies: Evidence from the 1978 FIFA World Cup. *The American Political Science Review* 117 (3), 909–926. doi:10.1017/S0003055422000958.
- Schofield, E., Rhind, D. J. A., & Blair, R. (2018). Human Rights and Sports Mega-Events: The Role of Moral Disengagement in Spectators. *Journal of Sport and Social Issues* 42 (1), 3–22. doi:10.1177/0193723517730813.
- Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Seemer, J., Halonen, A., & Passi, P. (2016). Mediamarkkinoiden tila ja kilpailukyky – suomalaisen median kansainvälinen vertailu, taloudellinen tila ja kilpailuedellytykset. Valtioneuvoston kanslia. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 50/2016. Viitattu 16.3.2024. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-308-8>.
- Seppänen, J. (2005). *Visuaalinen kulttuuri: Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle*. Tampere: Vastapaino.
- Sirkkiä-Jarva, S. (2007). TV-urheilun puoli vuosisataa. Teoksessa J. Wiio (toim.) *Television viisi vuosikymmentä*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 447–477.
- Solberg, H. A. (2007). COMMENTARY: Sports Broadcasting: Is it a Job for Public Service Broadcasters? – A Welfare Economic Perspective. *Journal of Media Economics* 20 (4), 289–309. doi:10.1080/08997760701668169.
- Szymanski, S. (2011). *Jeux avec Frontières: Television markets and European sport*. Teoksessa A. Tomlinson, C. Young, & R. Holt (toim.) *Sport and the transformation of modern Europe: States, media and markets, 1950-2010*. Abingdon: Routledge, 113–127.

- Søyland, H. S., & Moriconi, M. (2022). Qatar's multi-actors sports strategy: Diplomacy, critics and legitimisation. *International Area Studies Review* 25 (4), 354–374. doi:10.1177/22338659221120065.
- Teiskonlahti, R. (2015). Leijonia rahalla tai ilmaiseksi: Mediakonseptianalyysi jääkiekon MM-kisoista 2013 MTV3-kanavalla. Tampereen yliopisto. Viestinnän, median ja teatterin yksikkö. Pro gradu -tutkielma. Viitattu 16.3.2024. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:uta-201509102277>.
- Tjernström, S., & Tjernström, E. (2008). Rational Foolishness Would Destroy a Public Service Broadcasting System. *Journal of Media Economics* 21 (4), 258–263. doi:10.1080/08997760802544772.
- Tomlinson, A., & Young, C. (2006). Culture, Politics, and Spectacle in the Global Sports Event – An Introduction. Teoksessa A. Tomlinson & C. Young (toim.) *National identity and global sports events: Culture, politics, and spectacle in the Olympics and the football World Cup*. E-kirja. Albany: State University of New York Press, 1–14. Viitattu 16.3.2024.
- Tudor, A. (2006). World Cup Worlds: Media Coverage of the Soccer World Cup 1974 to 2002. Teoksessa A. A. Raney & J. Bryant (toim.) *Handbook of Sports and Media*. E-kirja. Mahwah, NJ: L. Erlbaum Associates, 232–246. Viitattu 16.3.2024.
- Tuomi, J., & Sarajärvi, A. (2018). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Turner, J. S. (2014). This Is SportsCenter: A Longitudinal Content Analysis of espn 's Signature Television Sports-News Program from 1999 and 2009. *Journal of Sports Media* 9 (1), 45–70. doi:10.1353/jsm.2014.0001.
- Turtiainen, R. (2012). Nopeammin, laajemmalle, monipuolisemmin: Digitalisoituminen mediaurheilun seuraamisen muutoksessa. Turun yliopisto. Kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen julkaisuja 37. Väitöskirja. Viitattu 16.3.2024. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-29-5176-5>.
- Valta, V.-V. (2019). Jari Litmanen kiistää saaneensa rahaa Qatar-lausunnoistaan – ”Mielipiteet ovat omiani, eivät kenenkään sanelemia”. *Iltalehti*. Viitattu 19.2.2024. <https://www.iltalehti.fi/jalkapallo/a/0d7317b3-0728-48ae-b573-4ed3092841d6>.
- Valtioneuvoston asetus yhteiskunnallisesti merkittävien tapahtumien televisioinnista 199/2007. (2007). Viitattu 16.3.2024. <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2007/20070199>.
- Vilka, H. (2007). Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi.

- Virtapohja, K. (1997). Approaches to the History of Finnish Sports Journalism. Teoksessa R. Salokangas, J. Schwoch & K. Virtapohja (toim.) *Writing media histories*. University of Jyväskylä. Publications of the Department of Communication 17, 163–179.
- Virtapohja, K. (1998). *Sankareiden salaisuudet: Journalistinen draama suomalaista urheilusankaria synnyttämässä*. Jyväskylä: Atena. Väitöskirja.
- Vähämäki, J. (2005). Johdanto speaktaakelin yhteiskuntaan. Teoksessa G. Debord, *Speaktaakelin yhteiskunta*. [La société du spectacle, 1967]. Kääntänyt T. Uschanov. Helsinki: Summa, 7–21.
- Väliverronen, E. (2003). Mediatekstistä tulkintaan. Teoksessa A. Kantola, I. Moring, & E. Väliverronen (toim.) *Media-analyysi*. Tampere: Palmenia-kustannus, 13–39.
- Walker, S. (2023). Human Rights in the Gulf Cooperation Council (GCC) States: Prospects for Positive Change. *Contemporary Review of the Middle East (Online)* 10 (2), 126–146. doi:10.1177/23477989231154147.
- Wenner, L. A. (1989). Media, Sports, and Society: The research Agenda. Teoksessa L. A. Wenner (toim.) *Media, sports, & society*. Newbury Park, CA: Sage Publications, 13–48.
- Wenner, L. A. (toim.). (1998a). *MediaSport*. E-kirja. London: Routledge. Viitattu 16.3.2024.
- Wenner, L. A. (1998b). Playing the MediaSport Game. Teoksessa L. A. Wenner (toim.) *MediaSport*. E-kirja. London: Routledge, 3–13. Viitattu 16.3.2024.
- Whannel, G. (1992). *Fields in vision: Television sport and cultural transformation*. London: Routledge.
- Whannel, G. (2002). *Media sport stars: Masculinities and moralities*. London: Routledge.
- Whannel, G. (2005). Pregnant with anticipation: The pre-history of television sport and the politics of recycling and preservation. *International Journal of Cultural Studies* 8 (4), 405–426. doi:10.1177/1367877905058342.
- Whannel, G. (2009). Television and the Transformation of Sport. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 625 (1), 205–218. doi:10.1177/0002716209339144.
- Whannel, G. (2014). The Paradoxical Character of Live Television Sport in the Twenty-First Century. *Television & New Media* 15 (8), 769–776. doi:10.1177/1527476414551180.
- Wiio, J., & Uronen, I. (2017). *Televisio*. Teoksessa K. Nordenstreng & H. Nieminen (toim.) *Suomen mediamaisema*. 4. uudistettu laitos. Tampere: Vastapaino, 165–191.

- Worden, M. (2015). Raising the Bar: Mega-Sporting Events and Human Rights. Teoksessa World Report 2015. Human Rights Watch. Viitattu 16.3.2024. <https://www.hrw.org/world-report/2015/country-chapters/global-1>.
- World Bank. (n.d.). CO2 emissions (metric tons per capita). Viitattu 6.2.2024. [https://data.worldbank.org/indicator/EN.ATM.CO2E.PC?locations=QA&most\\_recent\\_value\\_desc=true](https://data.worldbank.org/indicator/EN.ATM.CO2E.PC?locations=QA&most_recent_value_desc=true).
- Yle Urheilu. (2021). Yle ja MTV yhteistyöhön jalkapallon miesten MM-kisoissa 2022. Yle. Viitattu 25.1.2024. <https://yle.fi/a/3-12159494>.
- Yle Urheilu. (2022). Kaikki jalkapallon MM-kisoista – Ylen asiantuntijatiimissä futiksen huiput Markku Kanervasta Marianne Miettiseen. Yle. Viitattu 27.11.2023. <https://yle.fi/a/74-20002246>.

LIITE 1. Aineistoluettelo – ottelut, joiden studiolähetykset analysoitiin tutkimuksessa.

<b>Yle</b>	<b>C More</b>
Su 20.11.2022 klo 18.00 Lohko A: Qatar—Ecuador	Ma 21.11.2022 klo 21.00 Lohko B: USA—Wales
Ma 21.11.2022 klo 12.00 Lohko A: Englanti—Iran	Ti 22.11.2022 klo 15.00 Lohko D: Tanska—Tunisia
Ma 21.11.2022 klo 15.00 Lohko B: Senegal—Hollanti	Ti 22.11.2022 klo 18.00 Lohko C: Meksiko—Puola
Ti 22.11.2022 klo 12.00 Lohko C: Argentiina—Saudi-Arabia	Ke 23.11.2022 klo 15.00 Lohko E: Saksa—Japani
Ti 22.11.2022 klo 21.00 Lohko D: Ranska—Australia	Ke 23.11.2022 klo 21.00 Lohko F: Belgia—Kanada
Ke 23.11.2022 klo 12.00 Lohko F: Marokko—Kroatia	To 24.11.2022 klo 15.00 Lohko H: Uruguay—Etelä-Korea
Ke 23.11.2022 klo 18.00 Lohko E: Espanja—Costa-Rica	To 24.11.2022 klo 18.00 Lohko H: Portugali—Ghana
To 24.11.2022 klo 12.00 Lohko G: Sveitsi—Kamerun	
To 24.11.2022 klo 21.00 Lohko G: Brasilia—Serbia	
La 10.12.2022 klo 21.00 Puolivälierä: Englanti—Ranska	Pe 9.12.2022 klo 21.00 Puolivälierä: Hollanti—Argentiina
Ti 13.12.2022 klo 21.00 Välierä: Argentiina—Kroatia	Ke 14.12.2022 klo 21.00 Välierä: Ranska—Marokko
Su 18.12.2022 klo 17.00 Finaali: Argentiina—Ranska	La 17.12.2022 klo 17.00 Pronssiottelu: Kroatia—Marokko

## LIITE 2. Luokitusrunko – muuttujien ja sisältöluokkien koodit.

### A. Numero

#### B. Kanava

1. Yle
2. C More

#### C. Ottelu

1. Qatar—Ecuador
2. Englanti—Iran
3. Senegal—Hollanti
4. USA—Wales
5. Argentiina—Saudi-Arabia
6. Tanska—Tunisia
7. Meksiko—Puola
8. Ranska—Australia
9. Marokko—Kroatia
10. Saksa—Japani
11. Espanja—Costa Rica
12. Belgia—Kanada
13. Sveitsi—Kamerun
14. Uruguay—Etelä-Korea
15. Portugali—Ghana
16. Brasilia—Serbia
17. Hollanti—Argentiina
18. Englanti—Ranska
19. Argentiina—Kroatia
20. Ranska—Marokko
21. Kroatia—Marokko
22. Argentiina—Ranska

#### D. Studio-osuus

1. Ennakkostudio
2. Puoliaikastudio
3. Jälkistudio

#### E. Esitysmuoto

0. Ei
1. Juonto
2. Keskustelu

3. Näytteiden kommentointi

4. Esitys

5. Paneelikeskustelu

6. Väittäly

7. Studiohaastattelu

8. Kontribuutio

9. Raportti

10. Reportaasi

11. Asia- ja henkilöhaastattelut

12. Kiertoaastattelu

13. Kentänlaitahaastattelu

14. Lehdistötilaisuuskommentit

15. Kansainvälinen juttu tai lausunto

16. Tietoisku

17. Uutiskatsaus

18. Demonstraatio

19. Takauma

20. Montaasi

21. Trailerit ja tiiserit

22. Jingle

23. Sekalainen

24. Muu

#### F. Aihealue

0. Ei

1. Ottelu

2. Turnaus

3. Kohokohdat

4. Taktiikka ja data-analytiikka

5. Kisahistoria

6. Tuomarit ja säännöt

7. Harjoittelu ja valmennus

8. Joukkue

9. Pelaaja

10. Valmentaja

11. Pelaajien terveys

12. Kisatunnelma ulkomailla

13. Kisajärjestelyt ja -tunnelma

14. Kulttuuri

15. Poliittikka

16. MM-kisojen taustat

17. Verkkosisällöt, katsojakisat ja -kysymykset

18. Ohjelmasisältö

19. Yhteistyökumppanit

20. Sekalainen

21. Muu

#### G. Henkilö- tai tilannelähde

0. Ei

1. Kisatiimi

2. Muu jalkapalloasiantuntija

3. Muu asiantuntija

4. Ulkomainen toimittaja

5. MM-kisapelaaja tai -valmentaja

6. MM-kisatuomari

7. Suomalaispelaaja

8. Ulkomainen pelaaja

9. Kisaturisti

10. Kansalainen

11. Qatarilainen

12. Fifa-johtaja

13. Palloliiton johdon edustaja

14. Ulkomaisen jalkapalloliiton edustaja

15. Sekalainen

16. Muu

#### H. Kesto (s)

#### I. Aikaväli videossa

LIITE 3. Muuttujien E–G sisältöluokkien kuvaukset.

## E. ESITYSMUOTO

**0. Ei.** Luokkaan määritettiin segmentit, joihin ei liittynyt suurta tuotannollista panosta ja joiden funktiona oli palvella täytteenä studio-ohjelman siirtymävaiheissa. Luokkaan määritetyissä segmenteissä näytettiin usein kuvaa Qatarista esimerkiksi stadionien julkisivusta, ottelutapahtumista, faneista ja pelaajista ja taustalla soi virallinen MM-kisabiisi tai muuta energistä musiikkia. Luokkaan määritettyjä segmenttejä esiintyi vain C Moren studioissa.

**1. Juonto.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa studioisäntä tai -emäntä suuntasi monologinsa katsojille, eikä tämä puheenvuoro ollut kiinteä osa studiossa alkamassa ollutta tai loppunutta muuta segmenttiä. Jotkin luokkaan määritetyistä segmenteistä sisälsivät myös pientä sananvaihtoa juontajan ja asiantuntijoiden kesken. Tällaisia tilanteita olivat esimerkiksi studion etualalta asiantuntijoiden kanssa seisten tehdyt juonnot, kun lähetys siirtyi studioon tai sieltä pois sekä C Moren lähetysten alkujuonnot, joissa juontaja kiersi studiossa asiantuntijoiden luona. Juontojen aihealueeksi määritettiin lähtökohtaisesti ohjelmasisältö.

**2. Keskustelu.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa studiossa käytiin juontajan ja asiantuntijoiden tai studiovieraiden kesken keskustelua. Keskusteluiksi määritettiin kaikki studiossa tapahtunut vuorovaikutus, jota ei voinut määrittää luokkiin 1 ja 3–8. Luokkaan määritetyt segmentit olivat aihealueeltaan vaihtelevia.

**3. Näytteen kommentointi.** Luokkaan määritettiin segmentit, joihin sisältyi ottelutapahtumista leikattuja videonäytteitä, joiden sisältöä asiantuntijat aktiivisesti kommentoivat ja joiden pohjalta käytiin studiossa keskustelua. Tullakseen määritetyksi tähän luokkaan segmentissä esitettyjen videonäytteiden oli liityttävä lähetyksessä käsillä olleen ottelun ennakointiin tai analysointiin. Tästä syystä esimerkiksi muiden päivän ottelujen tapahtumien raportointiin liittyvää kuvaa sisältäneet segmentit eivät tulleet määritetyksi tähän luokkaan. Luokkaan määritettyjen segmenttien aihealueita olivat ottelu, joukkue tai pelaaja.

**4. Esitys.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa yksi henkilö oli selkeästi päävastuussa studiossa usein jonkin näytön äärellä datan tai kuvamateriaalin tukemana esitetystä asiakokonaisuudesta.

**5. Paneelikeskustelu.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa studiossa käytiin juontajan monitoroimana keskustelua ennalta määrätystä aiheesta kutsuvieraiden kera. Luokkaan määritettyjen segmenttien aihealueita olivat politiikka ja kisojen taustat.

**6. Väittely.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa kaksi C Moren kisatiimin jäsentä kävivät studiossa debattia juontajan heille esittämistä väitteistä. Luokkaan määritettyjen segmenttien aihealueeksi kirjattiin aina sekalainen, sillä tämä *Kolme minuuttia* -niminen osio sisälsi kolme erilaista väittelyn aihetta.

**7. Studiohaastattelu.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa juontaja haastatteli pöydän ääressä studioon kutsuttua vierasta.

**8. Kontribuutio.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa studiosta otettiin suora yhteys studion ulkopuolelle esimerkiksi selostajaan tai asiantuntijaan. Luokkaan määritettyjen segmenttien tapauksessa studion ulkopuolisen henkilön olinpaikalla ei katsottu olevan segmentin sisällön kannalta merkitystä toisin kuin esimerkiksi raporttiluokkaan määritetyissä segmenteissä. Segmentit, joissa studiosta otettiin yhteys selostamoon, määritettiin kuitenkin tähän kategoriaan, vaikka selostamo olisi sijainnut stadionilla Qatarissa.

**9. Raportti.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa toimittaja tai muu studiohenkilökunta raportoi suorana tai etukäteen nauhoitetun insertin välityksellä segmentin sisällön kannalta merkitykselliseltä tapahtumapaikalta. Toimittajan tai studiohenkilökunnan paikan päällä tekemillä havainnoilla oli segmentissä vahva rooli, mikä erotti luokan esimerkiksi kontribuutioista ja haastatteluluokista. Raportit olivat kuitenkin reportaaseihin nähden suppeampia eikä raportoitavan henkilön persoonalliset näkemykset tulleet raporteissa niin voimakkaasti esiin. Tyypillisesti raportit oli tehty Qatarissa tai muualla ulkomailla ja niiden aihealueina olivat useimmiten kisajärjestelyt sekä kisatunnelma ulkomailla.

**10. Reportaasi.** Luokkaan määritettiin segmentit, jotka eivät nojanneet vahvasti ajankohtaisuuteen ja joissa keskeistä oli läsnäolon tuntu ja kertomuksellinen ote. Luokkaan määritetyt segmentit olivat lisäksi verrattain laajamittaisia inserttejä, joissa toimittajan tai muun insertin kertojan persoonalliset kokemukset ja näkemykset tulivat vahvasti esiin. Tyypillinen reportaasien



aihe oli kisajärjestelyt ja -tunnelma. Myös henkilöitä käsitelleet reportaasimaiset segmentit määritettiin tähän luokkaan.

**11. Asia- tai henkilöhaastattelu.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa kuultiin asiapainotteiseen inserttiin asiantuntijuutensa, kokemuksensa tai tehtävänsä puolesta haastatellun henkilön tai useamman henkilön vastauksia. Luokkaan määritettiin myös haastattelut, joissa kuullaan vastauksia haastateltavaa henkilöä itseään koskeviin kysymyksiin.

**12. Kiertohaastattelu.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa kuultiin kootusti useiden henkilöiden vastauksia samoihin kysymyksiin, mutta joissa ei ollut kyse asiahaastattelusta. Luokkaan määritetyissä segmenteissä oli tyypillisesti kyse kisaturisteille tai kansalaisille suuntatuista katugallupeista, joiden aiheena olivat kisajärjestelyt tai kisatunnelma ulkomailla.

**13. Kentänlaitahaastattelu.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa haastateltiin pelaajaa tai valmentajaa ottelutapahtuman yhteydessä stadionilla. Luokkaan määritettyjen segmenttien aihealueeksi määritettiin aina ottelu.

**14. Lehdistöilaisuuskommentit.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa kuultiin lehdistöilaisuudessa annettuja kommentteja.

**15. Kansainvälinen juttu tai lausunto.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa esitettiin otteita kansainvälistä levitystä varten taltioituista haastattelutilanteista. Luokkaan määritettyjen segmenttien sisältö oli siis pitkälti Fifan makasiiniohjelmiin ja kisastudioihin tuottamaa, mutta ne saattoivat sisältää myös kotimaisen toimittajan kerrontaa. Useimmiten näissä kansainvälisissä inserteissä äänessä olivat MM-kisapelaajat tai -valmentajat, ja aihealueena oli yleisimmin joukkue tai pelaaja.

**16. Tietoisku.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa toimittaja tai asiantuntija oli vain kertojajäsenenä informatiivisessa ja spesifisestä aiheesta kertovassa insertissä. Luokkaan määritettyjä segmenttejä olivat ainoastaan Ylen lähetyksissä esitetyt *Jalkapallon ABC*- ja *Jalkapallon maailmankartta* -inserttisarjojen jaksot.

**17. Uutiskatsaus.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa insertissä kerrottiin useammasta ajankohtaisesta ja kisojen yhteydessä puhuttaneesta uutisesta. Luokkaan määritettyjen segmenttien aihealueeksi määritettiin aina sekalainen.

**18. Demonstraatio.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa oltiin jalkapallokentällä havainnollistamassa tai jäljittelemässä pelitilanteita. Kaikki luokkaan määritetyt segmentit olivat osa C Moren Jätkäsaaren kenttälokaatiossa kuvaamaa *Kultainen maali* -insertisarjaa.

**19. Takauma.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa esitettiin sellaisenaan leike aiemmin pelatusta ottelusta ilman, että siihen oli lisätty musiikkia tai että sitä kommentoitiin samanaikaisesti studiosta. Luokkaan määritettiin myös vanhat, esimerkiksi aiempien kisojen yhteydessä tehdyt, insertit.

**20. Montaasi.** Luokkaan määritettiin segmentit, joihin oli koottu eri tilanteista ja tapahtumista peräisin olevia leikkeitä musiikkivideon tyyliseksi videokoosteeksi. Luokkaan määritetyille segmenteille tyypillisiä aihealueita olivat esimerkiksi kohokohdat, kishistoria ja pelaajat.

**21. Traileri tai tiiseri.** Luokkaan määritettiin segmentit, jotka sisälsivät viittauksen lähetyksen tai tulevien lähetyksen sisältöön joko grafiikan, äänikerronnan tai näiden molempien muodossa. Luokkaan määritettyjen segmenttien taustalla soi usein musiikki ja niissä käytettiin nopeita leikkauksia, mutta ne olivat yleisesti ottaen montaaseihin verrattuna lyhyitä. Trailerien ja tiiserien yleisimpiä aihealueita olivat ottelu ja ohjelmasisältö.

**22. Jingle.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa esitettiin lyhyt yhteistyökumppanin tunnus tai muu lyhyt mainos, joka toistui useassa lähetyksessä samanlaisena. Luokkaan määritettyjen segmenttien sisältöjä olivat Fifan *#FootballUnitesTheWorld* -kampanjainos ja C Moren lähetyksissä nähty erittäin lyhyt palveluoperaattorin mainos sekä Ylen kisoja sen kanavilla ja omia verkkosisältöjä sekä osallistumismahdollisuuksia mainostaneet pätkät.

**23. Sekalainen.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa oli elementtejä useammasta kuin yhdestä edellä kuvatuista esitysmuotoluokista ja joille ei pystytty määrittämään ensisijaista luokkaa.

**24. Muu.** Luokkaan määritettiin segmentit, joita ei voitu sijoittaa mihinkään muista esitysmuotoiluokista.

## **F. AIHEALUE**

**0. Ei.** Luokkaan määritettiin segmentit, joihin ei liittynyt suurta tuotannollista panosta ja joiden funktiona oli palvella täyteenä studio-ohjelman siirtymävaiheissa. Luokkaan määritetyissä segmenteissä näytettiin usein kuvaa Qatarista esimerkiksi stadionien julkisivusta, ottelutapahtumista, faneista ja pelaajista ja taustalla soi virallinen MM-kisabiisi tai muuta energistä musiikkia. Luokkaan määritettyjä segmenttejä esiintyi vain C Moren studioissa.

**1. Ottelu.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa keskityttiin otteluun, jonka yhteyteen studio-lähetys kuului. Näissä segmenteissä esimerkiksi ennakoitiin ja analysoitiin ottelun tapahtumia. Luokkaan määritettyjen segmenttien tyypillisimpiä esitysmuotoja olivat keskustelu ja näyttöiden kommentointi, mutta luokkaan määritettiin myös esimerkiksi yksittäistä ottelua koskeneet tiiserit ja kaikki kentänlaitahaastattelut.

**2. Turnaus.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa aiheena olivat MM-turnauksen urheilulliset tapahtumat kokonaisuudessaan tai muu kuin juuri siinä lähetyksessä käsillä ollut ottelu. Luokkaan määritettyjen segmenttien tyypillisin esitysmuoto oli keskustelu.

**3. Kohokohdat.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa aiheena olivat turnauksen hienoimmat hetket. Näihin voi lukeutua kenttätapahtumien, kuten hienoimpien maalien ohella tapahtumia myös esimerkiksi katsomosta ja studiosta. Luokkaan määritettyjen segmenttien tyypillisin esitysmuoto oli montaasi.

**4. Taktiikka ja data-analytiikka.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa aiheena oli jalkapallon taktinen ulottuvuus, pelilliset trendit tai pelitekoihin tai muuten jalkapalloon liittyvä statistiikka ja analytiikka. Luokkaan määritetyissä segmenteissä taktiikan ja data-analytiikan tuli olla segmentissä pääosassa, eikä esimerkiksi vain tukena ottelun kulun ennakoinnissa tai pelaajan esittelyssä. Luokkaan määritettyjen segmenttien tyypillisiä esitystapoja olivat keskustelu ja esitys.

**5. Kisahistoria.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa aiheena olivat menneiden jalkapallon MM-turnausten tapahtumat. Luokkaan määritettyjen segmenttien esitysmuotoja olivat usein montaasi tai keskustelu.

**6. Tuomarit ja säännöt.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa aiheena oli kisojen tuomari-työskentely tai jalkapallon säännöt. Luokkaan määritettyjen segmenttien tyypillisin esitysmuoto oli keskustelu.

**7. Harjoittelu ja valmennus.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa aiheena oli jalkapalloilijoiden harjoittelu tai valmentaminen. Luokkaan määritettyjen segmenttien esitysmuotoja olivat asia- tai henkilöhaastattelu ja keskustelu.

**8. Joukkue.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa käsiteltiin yleisellä tasolla jotain turnaukseen osallistuvista joukkueista. Luokkaan määritetyt segmentit eivät sisältäneet esimerkiksi joukkueen avauskokoonpanojen tai pelaamisen läpikäyntiä suhteessa tiettyyn otteluun. Luokkaan määritettyjen segmenttien tyypillisimpiä esitysmuotoja olivat kansainvälinen juttu tai lausunto sekä keskustelu.

**9. Pelaaja.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa aiheena oli jalkapalloilija tai useampi jalkapalloilija yksilöinä. Jotta segmentti voitiin määrittää tähän luokkaan, pelaajan tai pelaajien uraa, pelaamista tai persoonaa tuli käsitellä laajemmin kuin pelaajan yhdessä ottelussa tekemien pelisuoritusten mitassa. Myös yksittäiseen turnauksessa pelanneeseen pelaajaan keskittyneet montaaosit määritettiin tähän luokkaan. Luokkaan määritettyjen segmenttien esitysmuodot olivat vaihtelevia.

**10. Valmentaja.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa aiheena oli valmentaja. Jotta segmentti voitiin määrittää tähän luokkaan, valmentajan uraa, valmennustyyliä tai persoonaa tuli käsitellä laajemmin kuin esimerkiksi yhden ottelun aikana tehtyjen päätösten mitassa.

**11. Pelaajien terveys.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa aiheena oli pelaajien terveys, kuten sairastumiset, loukkaantumiset sekä turnauksen aiheuttama fyysinen ja henkinen kuormitus.

**12. Kisatunnelma ulkomailla.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa aiheena oli kisatunnelma jossain MM-kisoihin osallistuvan, mutta ei niitä isännöivän (Qatar), maajoukkueen kotimaassa. Luokkaan määritetyt segmentit olivat raportteja tai kiertohaastatteluja, joissa kuultiin paikan päälle matkannutta toimittajaa sekä paikallisia ihmisiä. Myös aihealueeltaan sekalaiset ulkomailla toteutetut kiertohaastattelut määritettiin tähän luokkaan. Tällaisia olivat esimerkiksi insertit, joissa paikallisilta oli kysytty näkemyksiä sekä oman maan joukkueen menestysmahdollisuuksista että kisojen järjestämisestä Qatarissa.

**13. Kisajärjestelyt ja -tunnelma.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa aiheena olivat olosuhteet ja ilmapiiri paikan päällä Qatarissa. Tällaisissa segmenteissä käsiteltiin esimerkiksi stadioneita, majoitusolosuhteita, liikennejärjestelyjä ja tunnelmaa otteluissa sekä fanialueilla. Luokkaan määritetyt segmentit olivat usein raportteja tai reportaaseja, joissa saatettiin kisatieteen lisäksi kuulla esimerkiksi kisaturisteja.

**14. Kulttuuri.** Luokkaan määritettiin segmentit, joiden aihe oli ensisijaisesti kulttuurinen. Luokkaan määritettyjen segmenteissä käsiteltiin jonkin maan urheilukulttuuria ja kansallista identiteettiä.

**15. Poliitikka.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa aiheena oli politiikka. Poliittisia aiheita olivat esimerkiksi urheilun (Fifan) päätöksenteko ja siihen vaikuttaminen tai muu yhteiskunnallinen vaikuttaminen, kuten kannanotot, protestit ja boikotit; kisojen televisioinnin oikeutus ja henkilökohtaiset katselupäätökset. Luokkaan määritetyt segmentit olivat usein haastatteluja tai erilaisia studiossa käytyjä keskusteluja ja niissä kuultiin vaihtelevasti henkilö- tai tilanne- lähteitä useasta eri luokasta.

**16. MM-kisojen taustat.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa aiheena oli kisojen järjestämiseen Qatarissa liittyvät, usein negatiivissävytteiset teemat, kuten Qatarin ihmisoikeustilanne, siirtotyöläisten kohtelu, Fifan korruptio sekä kisojen järjestämisen kustannukset ja mahdollinen perintö.

**17. Verkkosisällöt, katsojakisat ja -kysymykset.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa aiheena oli katsojille suunnatut lähetykseen osallistumismahdollisuudet tai verkkosivujen, sovellusten ja sosiaalisen median sisällöt.

**18. Ohjelmasisältö.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa aiheena oli käynnissä olevan tai tulevien lähetyksen sisältö. Luokkaan määritetyt segmentit olivat esitysmuodoltaan tyypillisimminkin juontoja ja trailereita tai tiisereitä.

**19. Yhteistyökumppanit.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa aiheena oli lähetyksen yhteistyökumppanin tuote, palvelu tai kampanja. Luokkaan määritettyjen segmenttien sisältöjä olivat Fifan *#FootballUnitesTheWorld* -kampanjamainos sekä C Moren lähetyksissä toistunut erittäin lyhyt palveluoperaattorin mainos.

**20. Sekalainen.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa käsiteltiin aiheita useammasta kuin yhdestä edellä kuvatuista aihealueista ja joille ei pystytty määrittämään ensisijaista luokkaa. Luokkaan määritettyjen segmenttien tyypillisin esitysmuoto oli keskustelu.

**21. Muu.** Luokkaan määritettiin segmentit, joita ei voitu sijoittaa mihinkään muista aihealueista.

## **G. HENKILÖ- TAI TILANNELÄHDE.**

**0. Ei.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa ei esiintynyt henkilö- tai tilannelähdettä. Luokkaan määritettiin myös sellaiset segmentit, joissa toimittaja tai asiantuntija esiintyi insertissä ainoastaan kertojaääninä.

**1. Kisatiimi.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa kuultiin vain kanavan juontajaa, asiantuntijaa, toimittajaa, selostajaa tai muuta televisioyhtiölle työskennellyttä henkilöä. Luokkaan ei määritetty sellaisia segmenttejä, joissa kuultiin kisatiimin jäsenen lisäksi henkilöä jostain muusta henkilö- tai tilannelähdeluokasta.

**2. Muu jalkapalloasiantuntija.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa kuultiin jalkapalloasiantuntijaa, kuten valmentajaa, jota ei kuitenkaan esitelty kanavan asiantuntijana eli kisatiimin jäsenenä.

**3. Muu asiantuntija.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa kuultiin tiettyä henkilöä hänen asiantuntemuksensa vuoksi, mutta jonka asiantuntemus ei koskenut tässä yhteydessä

jalkapallon urheilullista puolta. Luokkaan määritetyissä segmenteissä esiintyneet henkilöt olivat esimerkiksi yhteiskunnallisiin aiheisiin erikoistuneita tutkijoita tai kansalaisjärjestön edustajia.

**4. Ulkomainen toimittaja.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa kuultiin ulkomaiselle medialle työskennellyttä journalistia.

**5. MM-kisapelaaja tai -valmentaja.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa kuultiin MM-kisoihin joko Qatarissa tai aiemmin osallistunutta pelaajaa tai valmentajaa.

**6. MM-kisatuomari.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa kuultiin MM-kisoissa tuominutta erotuomaria.

**7. Suomalaispelaaja.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa kuultiin Huuhkajien tai Helmareiden pelaajaa.

**8. Ulkomainen pelaaja.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa kuultiin ulkomaista pelaajaa, joka ei kuitenkaan ollut MM-kisapelaaja.

**9. Kisaturisti.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa kuultiin paikan päälle Qatarin MM-kisoja seuraamaan matkanneita henkilöitä.

**10. Kansalainen.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa kuultiin henkilöä, joka ei ollut kisaturisti ja joka esiteltiin korkeintaan nimellä tai jalkapallofanina.

**11. Qatarilainen.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa kuultiin Qatarin paikallisasukkaana esiteltyä henkilöä.

**12. Fifa-johtaja.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa kuultiin Fifan johtohenkilöä. Käytännössä tämä tarkoitti puheenjohtaja Gianni Infantinoa.

**13. Palloliiton johdon edustaja.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa kuultiin Suomen Palloliiton puheenjohtaja Ari Lahtea tai pääsihteeri Marco Casagrandea.

**14. Ulkomaisen jalkapalloliiton edustaja.** Luokkaan määritetään segmentit, joissa kuultiin henkilöä, joka esiteltiin ulkomaisen kansallisen jalkapalloliiton nykyisenä tai entisenä edustajana.

**15. Sekalainen.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa kuultiin useampaa, keskenään eri luokkiin 2–14 sijoittunutta henkilö- tai tilannelähdettä.

**16. Muu.** Luokkaan määritettiin segmentit, joissa kuultiin henkilöä, jota ei voitu sijoittaa mihinkään muista henkilö- tai tilannelähdeluokista. Luokkaan ei tullut määritetyksi yhtään segmenttiä.