

## NAISAMPUMAUURHEILIJAN JULKISUUSKUVA

- Ampumaurheilun uutisointi ja Satu Mäkelä-Nummelan julkisuuskuva Helsingin Sanomissa ja Etelä-Suomen Sanomissa Pekingin 2008 ja Lontoon 2012 olympialaisten aikana.

Teresa Turhanen

Liikunnan yhteiskuntatieteiden

pro gradu -tutkielma

Kevät 2013

Liikuntakasvatuksen laitos

Jyväskylän Yliopisto

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Liikuntakasvatuksen laitos / Liikuntatieteiden tiedekunta

TERESA TURHANEN, Naisampumaurheilija julkisuuskuva

– Ampumaurheilun uutisointi ja Satu Mäkelä-Nummelan julkisuuskuva Helsingin Sanomissa ja Etelä-Suomen Sanomissa Pekingin 2008 ja Lontoon 2012 olympialaisten aikana.

Pro gradu -tutkielma

Liikunnan yhteiskuntatieteet

2013

---

## TIIVISTELMÄ

Urheilu voidaan nähdä julkisuudessa ihmiskehon voimankoetuksina, saavutuksina, menestysmahdollisuuksina, spketaakkelinomaisena viihteenä, voiton ja häviön taisteluna, jännitysnyttelmänä ja kasvattavana voimana. Urheilun julkisuuskuva rakentuu tulostiedotuksien, viihteen, markkinoiden, sponsorien ja draaman käsikirjoitukseen. Tarkastelen pro gradu -tutkielmassani ampumaurheilun uutisointia ja ampumaurheilija Satu Mäkelä-Nummelan julkisuuskuvaa Helsingin Sanomissa ja Etelä-Suomen Sanomissa Pekingin 2008 ja Lontoon 2012 olympialaisten aikana. Satu Mäkelä-Nummela voitti Pekingissä 2008 olympiakultaa ja piti Lontoon olympialaisiin 2012 asti ainoana suomalaisurheilijana hallussaan maailmanennätystulosta. Ampumaurheilun uutisointi mediassa on marginaalinen ja uutisoinnin kiinnostus mukailee menestyksekkäitä urheilusuorituksia. Satu Mäkelä-Nummelan olympiavoitto kasvatti hetkellisesti ampumaurheilun lajinäkyvyyttä.

Pro gradu -tutkimukseni teoreettinen lähtökohta rakentuu liikunta- ja viestintätieteelliselle kirjallisuudelle, ja aineistona olen käyttänyt Helsingin Sanomien ja Etelä-Suomen Sanomien urheilu-uutisointia ampumaurheilusta ja Satu Mäkelä-Nummelasta Pekingin 2008 ja Lontoon 2012 olympialaisten aikana. Lisäksi Satu Mäkelä-Nummelan haastattelu tukee ja syventää havaintojani. Tutkielmani tulokset rakentuvat määrällisen ja laadullisen aineiston analysointiin ja niiden yhteydessä käsiteltyihin teorioihin. Tutkimuksen tulosten mukaan Etelä-Suomen Sanomat uutisoi määrällisesti enemmän ampumaurheilusta sekä Pekingin 2008 että Lontoon 2012 olympialaisten aikana. Lehtien uutisointi ampumaurheilusta painottui uutissähkeisiin ja tuloksiin. Satu Mäkelä-Nummela representoitiin räväkkänä ja temperamenttisena perheenäitinä. Aihetta voidaan pitää liikuntatieteelliselle tutkimukselle ja ampumaurheilulle merkittävänä. Ensinnäkin ampumaurheilun julkisuuskuvaa ei ole tutkittu aikaisemmin liikuntatieteellisessä tutkimuksessa. Toiseksi ampumaurheilu urheilulajina nähdään julkisuudessa ristiriitaisena lajina.

Avainsanat: Media, viestintä, urheilu, journalismi, julkisuus, uutisointi

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 TUTKIMUSTEHTÄVÄT JA -AINEISTOT	9
3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA MENETELMÄVALINNAT	11
3.1 Kvantitatiivisen aineisto ja sen analyysi	12
3.2 Kvantitatiivinen aineisto ja sen analyysi	13
3.3 Satu Mäkelä-Nummelan teemahaastattelu	15
3.4 Tutkimuksen luotettavuus	16
4 VIESTINTÄ	19
4.1 Viestintä ja media	19
4.2 Julkisuusorientoitunut yhteiskunta	20
4.3 Urheilujournalismi	23
5 URHEILUJULKISUUS	26
5.1 Urheilujulkisuus yhteiskunnan muutoksessa	27
5.2 Urheilujulkisuuden ulottuvuus	29
5.3 Mediaurheilu	31
5.4 Naisten asema urheilujulkisuudessa	32
6 URHEILUJULKISUUDEN MERKITYSRAKENTEET	36
6.1 Urheilun kysyntä ja tarjonta mediassa	36
6.2 Urheilu viihteenä	39
6.3 Urheilun symbolimerkityksien näkyvyys mediassa	41
6.4 Urheilun sosiaalinen kontrolli	43
7 AMPUMAUURHEILU MEDIASSA	45
7.1. Ampumaurheilun suhde yleisöön ja sponsoreihin	47
7.2. Ampumaurheilun näkyvyys Helsingin Sanomissa ja Etelä-Suomen Sanomissa Pekingin 2008 ja Lontoon 2012 olympialaisten aikana	50

8	AMPUMAUURHEILIJA SATU MÄKELÄ-NUMMELA	58
9	SATU MÄKELÄ-NUMMELAN JULKISUUSKUVA PEKINGIN 2008 OLYMPIALAISTEN AIKANA	61
	9.1. Mäkelä-Nummela julkisuuskuva Etelä-Suomen Sanomissa Pekingin 2008 olympialaisten aikana	62
	9.2. Mäkelä-Nummelan julkisuuskuva Helsingin Sanomissa Pekingin 2008 olympialaisten aikana	65
10	SATU MÄKELÄ-NUMMELAN JULKISUUSKUVA LONTOON 2012 OLYMPIALAISTEN AIKANA	68
	10.1. Mäkelä-Nummelan julkisuuskuva Etelä-Suomen Sanomissa Lontoon 2012 olympialaisten aikana	69
	10.2. Mäkelä-Nummelan julkisuuskuva Helsingin Sanomissa Lontoon 2012 olympialaisten aikana	70
11	POHDINTAA	72
	Lähteet	75
	Liitteet	

## 1 JOHDANTO

Urheilun julkisuuskuva rakentuu maailman radoilla. Samaan aikaan letkeisiin ja raastaviin tunnelmiin, ihmisten ja ajopelien vauhdin huumaan, voimankoetuksiin ja inhimillisiin äärirajoihin. *Citius, altius, fortius* hallitsee. Sekunnin murto-osat ratkaisevat kuka voittaa ja kuka häviää, keneen loistekehä kohdistuu ja kenelle takaovi aukeaa. Median otsikot saattavat spekuloida viimeisintä urheiluskandaalia, ylistää urheilijaa, arvuutella doping-kärystä tai urheiluvammoista, viitata tuomarikorruptioon tai uutisoida tuloksista. (Rowe 1999, 3.) Urheilija kiinnostaa mediaa urheilusuorituksensa ansiosta tai viihdemarkkinoilla myyvällä olemuksellaan ja ulkonäöllään.

Median valinnat asioiden arvottamisessa ja urheilukulttuurin poikkeavista tulkinnoista tuottavat värikästä urheilujournalismia. Urheilutoimittajat ja -toimitus joutuvat tekemään uutisoinnissa valintoja, koska kaikesta ei voida eikä kannata uutisoida (Itkonen ym. 2008, 3–4). Yhteiskunnallisena ilmiönä urheilujulkisuus kiinnittyy aikaan, sosiaaliseen tilaan ja yhteiskunnalliseen kehitysvaiheeseen. Se voidaan nähdä yhteiskunnallisena konstruktiona, johon vaikuttavat taloudelliset, sosiaaliset ja kulttuuriset tekijät. (Itkonen ym. 2008, 3–5, 13, 33.)

Tarkastelen pro gradu-tutkielmassani ampumaurheilun määrällistä uutisointia ja sisällön analyysia käyttäen ampumaurheilija Satu Mäkelä-Nummelan julkisuuskuva Helsingin Sanomissa ja Etelä-Suomen Sanomissa Pekingin 2008 ja Lontoon 2012 kesäolympialaisten aikana. Lehtiseurannan lisäksi Satu Mäkelä-Nummelan teemahaastattelu on osa tutkimusaineistoa. Tutkimukseni etenee teoriapohjan rakentamisesta tutkimustehtävän käsittelyyn ja saatuihin tuloksiin. Luvuissa neljä, viisi ja kuusi rakennan tutkimukseni teoreettisen ja käsitteellisen viitekehyksen. Luvussa seitsemän käsittelen kvantitatiivisen aineiston tuloksia otsikolla ”ampumaurheilu mediassa”. Luvussa seitsemän esittelen ampumaurheilija Satu Mäkelä-Nummelan. Luvut kahdeksan ja yhdeksän keskittyvät laadullisesta aineistosta saatuihin tuloksiin, joita ovat Satu Mäkelä-Nummelan julkisuuskuva Pekingin 2008 ja Lontoon 2012 olympialaisten aikana. Lopuksi olen koonnut analysoinnin tuloksia ja omia ajatuksiani tutkimuksesta lukuun 11, pohdinta.

Suomessa nykypäivän olympiavoittajia on kourallinen ja Satu Mäkelä-Nummela piti Pekingin olympialaisista 2008 Lontoon olympialaisiin 2012 ainoana suomalaisurheilijana hallussaan maailmanennätystulosta. Kuitenkin hämmentävää on ampumaurheilun ja Mäkelä-Nummelan julkisuuden määrä verrattuna esimerkiksi lajeihin, jotka eivät ole tuoneet suomalaisille menestystä maailmalla. Tämä osoittaa lajin julkisuuden kyseenalaistamista. Urheilevana naisena Mäkelä-Nummela voidaan nähdä subjektina tiedotusvälineissä, jonka subjektiudessa korostuu fyysinen toiminta, urheileminen ja ampumaurheilu (ks. Pirinen 2006, 9). Mäkelä-Nummelan urheilujulkisuus ja naisurheilijaimago rakentuvat näin lehtitekstien representaatioista. Ampumaurheilun eettisyyden kyseenalaisuus, yhteiskunnallisten tapahtumien ja tilanteen voidaan nähdä vaikuttavan ampumaurheilun uutisoinnin määrään. Laji esiintyy julkisuudessa vain menestystilanteissa. Mediaseurannat osoittavat, ettei ampumaurheilua nähdä mediaseksikkäänä lajina, ja nainen ampumaurheilijana voi herättää kritisointia yhteiskunnan roolijaottelussa epäfeminiinisenä lajina. Ampumaurheilun voidaan olettaa olevan julkisuuskiinnostuksen alapuolella ja sosiaalisen kontrollin hiljentämä.

Pro gradu -tutkielmani voidaan luokitella tapaustutkimukseksi. Tällöin Satu Mäkelä-Nummelaa tarkastellaan tietynä henkilönä, naisurheilijana; tietyssä ympäristössä, olympialaisissa; tietynä aikana, yhden olympiaperiodin ajan. (Ks. Metsämuuronen 2008, 16–17.) Tutkimusasetelmassa yhdistyvät ampumaurheilun määrällinen seuranta ja naisampumaurheilija olympiavoittajana mediajulkisuudessa. Tarkastelun ulottuvuuksia ovat muun muassa ampumaurheilun määrällisesti hillitty viestintä, naisampumaurheilijan asema viestimissä, nainen ja ase sekä olympialaisten vahva julkisuusvoima. Tutkimuksen mielenkiinto rakentuu kysymyksiin, miten paljon ampumaurheilu näkyy Helsingin Sanomissa ja Etelä-Suomen Sanomissa valittuna ajanjaksona? Miten kyseiset lehdet kuvaavat olympiavoittajaa, joka on ampumaurheilijainainen? Miten lehtitekstit kertovat Mäkelä-Nummelasta, onko hän suomalainen sankarina maailmalla vai yllättävä satunnaisvoittaja? Millaisena naisurheilijana Mäkelä-Nummela representoidaan?

Perehtymällä tapauskohtaisesti naisampumaurheilijasta muodostuvaan julkisuuskuvaan voidaan hahmottaa ampumaurheilun ja naisurheilijan paikantumista urheilujulkisuudessa. Yleistäminen ei ole suinkaan itse tarkoitus, vaan tapauskohtaisesti peilata saatuja tuloksia todellisuuteen ja mahdollisiin urheilujulkisuudessa vallitseviin kriteereihin ja yhdistäviin tekijöihin (ks. Metsämuuronen 2008, 18). Tutkimuksessa avataan urheilujulkisuuden ja julkisuuskuvan kontekstia tutkimusongelman käsittelyn ja aineiston analyysin kannalta tarkoituksenmukaisessa laajuudessa. Aineistoa analysoimalla olen pyrkinyt informaatioarvon kasvattamiseen luomalla hajanaisesta aineistosta selkeää ja johdonmukaista (ks. Eskola & Suoranta 1998, 137). Laadulliset dokumentit, tutkimuksessa lehtitekstit, ovat analysoinnin kohteena.

Voidaan olettaa, että media tuottaa journalismia tavoitteena mahdollisimman suuri mielenkiinto ja näkyvyys. Media luo urheilusta ilmiönä tarinaa, jossa urheilutapahtumat ovat katsojia kiehtovia speaktaakkeleita. Urheilujournalismissa kietoutuvat yhteen urheilu ilmiönä sekä media sen esille tuojana, mainostajana ja kertojana. Viestintä elää markkinoiden ja myynnin ehdoilla. Media saa lähteensä todellisuudesta, joista se muodostaa ihanteita, kuvaa taistoa voitosta ja häviöstä, leikittelee arvovalinnoilla sekä haastaa tulkitsemaan.

Urheilijaan kohdistuvat odotukset luovat käsikirjoituksen, johon suoritusta lopulta verrataan. Muutokset tässä käsikirjoituksessa ovat odottamattomia käännteitä, jotka luovat journalistista draama-ainesta. (Virtapohja 1998, 182.) Lehtitekstejä analysoitaessa on kiinnitettävä huomioita aina kulloiseenkin ennakoasetelmaan ja ajankohtaan. Tarkastelen olympialaisten aikaista uutisointia ja olympialaisten välisiä lehtitekstejä huomioiden muun muassa tekstien antamia merkityseroja. Pekingin 2008 ja Lontoon 2012 olympialaiset ovat vertausasetelmassa, jossa Mäkelä-Nummelan tutkittava julkisuuskuva rakentuu aina kulloisenkin ajankohdan mukaan. Suomalaisessa valtakunnan tason urheilumediassa olympiaurheilu on säilyttänyt merkittävän asemansa (Laine 2011, 322). Olympialaisten voidaan nähdä rikkovan perinteisen julkisuusasetelman, jolloin muutkin kuin tavallisesti median täyttämät lajit saavat enemmän julkisuutta. Tällöin ampumaurheilulla on myös paremmat mahdollisuudet päästä julkisuuden valokeilaan. Yleisön kiinnostus lajia kohtaan kasvaa

olympiamitalitoivossa. Onhan ampumaurheilu yksi suomalaisille eniten olympiamitaleja tuonut urheilulaji.

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys rakentuu urheilujulkisuudesta. Ensisijaiset tutkimisen lähtökohdat ovat omat käsitykseni tutkittavasta lajista ja Satu Mäkelä-Nummelasta henkilönä, hänen kokemuksestaan eli olympiavoitosta, ja näiden merkityksistä julkisuuskuvan rakentumiselle maakunta- ja valtakunnan tason lehtiteksteissä. (Ks. Vilka 2005, 136.) Tutkimukseni tavoitteiden kannalta on olennaista, että lehtien lähiluvun avulla voin analysoida Satu Mäkelä-Nummelan vaihtelevaa julkisuuskuvaa yhden olympiaperiodin aikana. Pekingin 2008 olympialaiset ovat sikäli merkityksellisessä roolissa julkisuuden osalta, että juuri Pekingissä Mäkelä-Nummela voitti olympiakultaa. Pekingin 2008 olympialaisten aikaisen urheilu-uutisoinnin voidaan olettaa olevan kaikkein runsainta ja myönteisintä. Lontoon Olympialaisten lähestyessä mahdollisesti odotukset ja paineet Mäkelä-Nummelaa kohtaan kasvavat. Tutkimuksessa olen kiinnittänyt huomioita Pekingin 2008 ja Lontoon 2012 olympialaisia edeltävien, aikaisten ja jälkeisten lehtitekstien sävyihin, sanavalintoihin ja kuviin, voidakseni analysoida uutisoinnin eroja ja samankaltaisuuksia, mutta erityisesti niiden representoimaa julkisuuskuvaa. Rakennan yksittäisistä mielellisistä merkityksistä tulkintaani (ks. Vilka 2005, 136). Näin myös merkitysrakenteet hahmottuvat. Objektiivisuus on vain sitaateissa, konkretisoituen siinä, miten tutkijana kirjoitan kaiken auki. Tieteellinen argumentointi antaa välineet tuloksilleni.

Merkityskokonaisuuksia on löydettävissä tutkimusaineistosta, eli lehtiteksteistä, runsaasti. Niistä kyettävä poimimaan tutkimustehtävän kannalta olennaisimmat (Vilka 2005, 138). Tällaisia merkityskokonaisuuksia ovat esimerkiksi Mäkelä-Nummelan olympiavoiton kuvaus, Mäkelä-Nummelan kuvailu ampumaurheilijana ja olympialaisia edeltävän uutisoinnin erot. Lopullinen tulkintani rakentuu merkitysrakenteiden välisistä suhteista, joita ovat esimerkiksi Pekingin 2008 ja Lontoon 2012 olympialaisten aikaisten uutisointien määrät ja Satu Mäkelä-Nummelan representointi olympiaurheilijana ja ampumaurheilijana. Mäkelä-Nummelan julkisuuskuva rakentuu Pekingin riemuvoiton jälkeiseen ylistykseen ja Lontoon odotusten, paineiden ja tulosten väliselle suhteelle.



## 2 TUTKIMUSTEHTÄVÄT JA -AINEISTOT

Suomessa mediaurheilun tutkimusta on tehty suhteellisen vähän muuhun urheilututkimukseen verrattuna. Mediaurheilua koskevat tutkimukset ovat usein jättäneet sukupuolen problematisoimatta. Feministisistä teorioista lähtevää mediaurheilututkimus on keskittynyt Kanadaan ja Yhdysvaltoihin. Tutkimusten intresseinä on usein ollut selvittää, miten naisurheilijoita representoidaan tiedotusvälineissä. Pirinen (2006) kiteyttää hyvin tutkimusaiheen ajankohtaisuutta: ”Mediaurheilua koskevissa tutkimuksissa on sukupuoli yleensä jätetty problematisoimatta.” (Pirinen 2006, 22.) Tutkimusasetelmissäni yhdistyivät sekä naisurheilijan urheilujulkisuuden muodostuminen että ampumaurheilun marginaalinen uutisoinnin määrä. Ampumaurheilun ja ampumaurheilijan asema urheilujournalismissa ja urheilumediassa ei ole ennen ollut liikuntatieteellisen tutkimuksen kohteena.

Tutkimustehtäväni on tarkastella, *ampumaurheilun uutisoinnin määrää sekä sitä, miten Helsingin Sanomat ja Etelä-Suomen Sanomat representoivat ampumaurheilija Satu Mäkelä-Nummelaa Pekingin 2008 ja Lontoon 2012 olympialaisten aikana.* Tutkimustehtäväni rakentuu siis kahdesta tehtäväkokonaisuudesta, jotka koostuvat kvantitatiivisesta ja kvalitatiivisesta aineistosta. Aineiston käsittely etenee kvantitatiivisesta kvalitatiiviseen aineistoon. Tutkimuskysymykset ovat:

1. *Miten paljon Helsingin Sanomat ja Etelä-Suomen Sanomat uutisoivat ampumaurheilusta?*
2. *Millaisen julkisuuskuvan Helsingin Sanomat ja Etelä-Suomen Sanomat Satu Mäkelä-Nummelasta välittävät?*

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys kontekstissaan rakentuu viestintä- ja liikuntatieteisiin. Paradigma, eli tieteenalan keskeinen teoreettinen ydin, on tässä tapauksessa liikuntatieteellisen ja viestintätieteellisen tutkimuksen teoreettiset ja metodiset käytännöt. Kuitenkin yhteiskunnan jatkuva muutos ja aiheen dynaamisuus tekevät mahdottomaksi pysyvän tulkintakehikon muodostamisen (Alkula ym. 1995, 17). Tarkasteluni kiinnittyy suomalaiseen, länsimaiden tapaan kaupallistuneeseen urheilujournalismiin, josta nostan tarkastelun kohteeksi yhden valtakunnallisen,

Helsingin Sanomat, ja yhden maakunnallisen lehden, Satu-Mäkelä Nummelan kotipaikkakunnalla ilmestyvän maakunnallisen lehden, Etelä-Suomen Sanomat. Analyysieni kautta rakennan kuvaa Mäkelä-Nummelan julkisuuskuvasta. Osaongelmina voidaan nähdä, miten ampumaurheilu naisurheilijan lajina vaikuttaa uutisointiin ja urheilijan representaatioihin lehdissä, sekä eroaako Satu Mäkelä-Nummelan representointi Helsingin Sanomissa ja Etelä-Suomen Sanomissa.

Tutkimuksen tarkastelun rajaan alkamaan kuukausi ennen Pekingin olympialaisia ja loppumaan kuukausi Lontoon Olympialaisten jälkeen. Lisäksi jaan tarkasteltavan ajan osiin:

- Pekingiä edeltävä aika 1kk (8.7.–8.8.2008)
- Pekingin Olympialaiset (8.8.–8.9.2008)
- Pekingin jälkeinen aika 1kk (8.9.–8.10.2008)
- Lontoota edeltävä aika 1kk (27.6.–27.7.2012)
- Lontoon Olympialaiset (27.7.–27.8.2012)
- Lontoon jälkeinen aika 1kk (27.8.–27.9.2012)

Pekingin 2008 olympialaisista olen valinnut harkinnanvaraista otantaa käyttäen ja juttutyyppeihin perusteisesti analysoitavaksi Etelä-Suomen Sanomista kaksi juttukokonaisuutta sekä Helsingin Sanomista yhden juttukokonaisuuden ja yhden erillisen jutun. Lontoon 2012 olympialaisten osalta olen poiminut kaksi juttua kummastakin lehdestä. Juttukokonaisuudet ja jutut on valittu uutisoinnin määrällisen vaihtelun mukaan. Tutkimuksessani olen käyttänyt Laineen (2011) väitöskirjan sanomalehtien urheiluaineiston mittaamiseen ja luokitteluun suunnitellusta mittarista yhtä muuttujaa. Näin tarkasteltujen juttujen kriteereinä on formaatti eli muotoseikat, kuten jutun ulkomuoto, taitto ja juttujen väliset suhteet sekä sisällölliset elementit. Juttutyyppeiluokkia on yhteensä 30. (Ks. Laine 2011, 185, 187.) Rajaan valinnan tiettyihin juttutyyppeihin tarkasteltavilta ajankohdilta, joista olen tehnyt valinnan harkinnanvaraisella otannalla. Näin ollen tarkasteluun on mahdollista saada monipuolisia ja riittävän kattavia juttuja olympialaisista.

### 3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA MENETELMÄVALINNAT

Tutkimukseni on luonteeltaan empiirinen. Voidakseni tutkia Satu Mäkelä-Nummelan julkisuuskuvaa, perustuu tutkimuksen kvalitatiivinen osuus kvantitatiivisesta aineistosta nostettuihin tuloksiin. Lisäksi tutkimuksessa haastatellaan ampumaurheilija Satu Mäkelä-Nummelaa itseään. Teemahaastattelun tavoitteena on ollut syventää kvantitatiivisesta ja kvalitatiivisesta aineistosta nostettuja tutkimustuloksia.

Tieteellistä tutkimusta varten tarvitaan systemaattinen seuranta ja räätälöity mittari. Kvantitatiivinen aineisto koostuu Pekingin 2008 ja Lontoon 2012 kesäolympialaisten aikaisista Helsingin Sanomien ja Etelä-Suomen Sanomien urheilu-uutisoinnista. Olympialaisten seuranta-aika koostuu kolmesta kuukaudesta, jakautuen kisoja edeltävään, kisojen aikaiseen ja niiden jälkeiseen kuukauteen. Helsingin Sanomista ja Etelä-Suomen Sanomista valitut lehtijulkaisut ovat laadullista aineistoa, jota analysoin käyttäen sisällön analyysia.

Tutkimuksessani yhdistyvät sekä määrällinen että laadullinen sisällönanalyysi, fokuksena kuitenkin kvalitatiivinen aineisto. Lisäksi ampumaurheilija Satu Mäkelä-Nummelan haastattelu täydentää tarkasteluani ja tulkintojani sekä antaa arvoa ja syvyyttä tutkimukselleni. Tutkimuksen tarkastelu on todella kattava. Olen huomionnut niin kvalitatiivisen että kvantitatiivisen tarkastelun, kuin haastattelun arvokkuuden. Tutkijana roolini paikantuu liikuntatieteelliseen tutkimukseen. Tutkimuksessani olen käyttänyt sisällönanalyysia, koska juuri siinä dokumentteja, tässä tapauksessa lehtiartikkeleita, pyritään analysoimaan systemaattisesti ja objektiivisesti (ks. Tuomi & Sarajärvi 2004, 105). Päädyin sisällönanalyysiin, koska tarkoitukseni oli analysoida tutkimusongelman inhimillisiä merkityksiä teksteistä yhteiskunnallisessa viitekehyksessä. Tutkimukseni kvantitatiivinen osuus voidaan hahmottaa *sisällön erittelynä*, jossa lehtitekstit luokitellaan ja määrällisesti lasketaan, ja kvalitatiivinen osuus *sisällönanalyysina*, jossa pyrkimyksenäni oli kuvata dokumenttien sisältöä sanallisesti (ks. Tuomi & Sarajärvi 2004, 105).

Avaan ennakkokäsityksiäni nojaten niitä aikaisempiin teorioihin ja dokumentteihin siirtyen kvantitatiivisen aineiston tarkastelusta kvalitatiiviseen lähilukuun koetellen hypoteeseja, yrittäen määritellä ilmiöitä ja löytää ristiriitoja. Tutkijana omat ennakkokäsitykseni eli esiyymmärrykseni rakentuu urheilujulkisuuden teoreettiselle hahmottamiselle ja yhteiskunnallisille stereotyyppioille urheilijoiden julkisuudessa. Taustalla on halu tutkia aihetta sen mediaristiriitaisuuden ja ajankohtaisuuden takia. (Ks. Vilkka 2005, 137.) Tutkimuksen lähtökohtana on ollut myös intressi kyseisen aiheen tutkimiseen liikuntatieteessä. Suomen Ampumaurheiluliiton (SAL) tukee pro gradu -tutkimustani.

### 3.1 Kvantitatiivinen aineisto ja sen analyysi

Maakunnalliseksi lehdeksi olen valinnut Etelä-Suomen Sanomat, koska se ilmestyy Satu Mäkelä-Nummelan kotipaikkakunnan, Orimattilan alueella. Mäkelä-Nummela on Etelä-Suomen Sanomien uutisoinnissa paikallisurheilija ja tämän vuoksi myös enemmän esillä lehdessä. Helsingin Sanomat puolestaan on suurin valtakunnan tason lehti. Kvantitatiivisen aineiston tutkimuksen olen toteuttanut laskemalla Helsingin Sanomista ja Etelä-Suomen Sanomista juttutyypiluokittelua koskevan mittariston avulla rajatut juttutyypit tarkasteltavalta aikaväliltä. Olen laskenut ampumaurheilua koskevien juttujen määrän ja poiminut niistä kaikki Satu Mäkelä-Nummelaa koskevat jutut. Tutkimustulokset olen operaationalisoinut, toisin sanoen muokannut ne mitattavaan muotoon mittariston avulla, joka konkretisoi ampumaurheilun julkaisujen määrän ja tyyppin eri ajankohtina. Luokittelun kautta olen valinnut kvalitatiivisen aineiston, joka rakentuu analysoitavista jutuista. Kvantitatiivinen aineisto toimii pohjana laadullisen aineiston valinnalle. Vastaan kvantitatiivisten mittaustulosten avulla ensimmäiseen tutkimuskysymykseeni, miten paljon Helsingin Sanomat ja Etelä-Suomen Sanomat uutisoivat ampumaurheilusta Pekingin ja Lontoon olympialaisten aikana (ks. Eskola & Suoranta 1998, 186).

### 3.2 Kvalitatiivinen aineisto ja sen analyysi

Kvantitatiivisesta aineistosta olen kerännyt kaikki Satu Mäkelä-Nummelaan koskevat jutut. Näin olen rakentanut pohjan kvalitatiivisen aineiston valinnalle. Kvalitatiivisen aineiston avulla osoitan Satu Mäkelä-Nummelan julkisuuskuvan rakennetta, riippuvuussuhteita ja muutoksia (ks. Alkula ym. 1995, 22). Kun tutkimusongelmana on ampumaurheilijanaisten julkisuuskuvan rakentuminen, voidaan tutkimuksella tuottaa teoreettisia abstraktioita, näkökulmiltaan valikoituneita kuvia alati muuttuvasta yhteiskunnallisesta ilmiöstä. Tietojen kerääminen on keskitettävä siihen, kuinka juuri Helsingin Sanomat ja Etelä-Suomen Sanomat tuottavat urheilujulkisuutta. Näin ollen kvantitatiivinen tutkimus on vain osaprojektio tutkimuksessani ja sisällön erittelyn vaihe, toisin sanoen lehtitekstien määrällinen luokittelu ja laskeminen (Alkula ym. 1995, 20; Tuomi & Sarajärvi 2004, 107). Tutkimuksessani tarkasteltavat lehtitekstit rakentavat Satu Mäkelä-Nummelan julkisuuskuvaa.

Tutkimustuloksia ei voida pitää ajattomina ja paikattomina, vaan urheilujulkisuus on historiallisesti muuttuva ja paikallisesti eroava ilmiö. Tulkinnat rakentuvat aineistolähtöisesti olemassa olevia dokumentteja analysoiden (Eskola & Suoranta 1998, 145, 147, 199). Tutkimuksessa aineiston analysointi tapahtuu aineistolähtöisesti. Olen tehnyt kvalitatiivista lähilukua analysoiden lehtijuttujen sisältöjä. Sisällönanalyysi tarkoittaa systemaattista tekstianalyysia (ks. Tuomi & Sarajärvi 2011, 103–104).

Pekingin 2008 olympialaisten ajalta valitsin Etelä-Suomen Sanomista kaksi juttukokonaisuutta, eli samasta aiheesta, samassa lehdessä käsittelevistä jutuista rakentuvia kokonaisuuksia, ja yhden erillisen jutun. Helsingin Sanomista otin yhden juttukokonaisuuden ja yhden irrallisen jutun. Lontoon 2012 ajalta tarkastelin kahta juttukokonaisuutta kummastakin lehdestä. Pureduin Helsingin Sanomien ja Etelä-Suomen Sanomien lehtiteksteihin nostamalla esiin merkityksiä ja merkityssuhteita, teemoja, ideologioita ja tyypittelyjä, mitkä rakentavat lukijalle julkisuuskuvaa Satu Mäkelä-Nummelasta. Näitä ovat esimerkiksi käytettävät adjektiivit, ennakoasetelmana suhtautuminen naisampumaurheilijaan ja mahdolliset ristiriidat.

Todellisuus on merkitysten kyllästävä ja merkitykset kontekstiherkkiä. On siis pystyttävä tulkitsemaan tuloksia oikeassa kontekstissaan ja oltava tulkintaherkki havaitsemaan erilaiset vivahteet. Merkitykset ovat sekä tiedostettuja että piileviä liittyen toisiinsa ja muodostan yhdessä merkitysrakenteita. (Moilanen & Räihä 2001, 44.) Tekstit kuvailevat ja konstruoivat todellisuutta representaatioilla. Tutkimuksessani lehtitekstit eivät ainoastaan kuvaa Satu Mäkelä-Nummelaa, sillä ne myös aktiivisesti muodostavat jonkinlaisen käsityksen urheilijasta ja urheilusta. Kuvaukset ja representaatiot nousevat tilanteesta eli olympialaisista ja ne myös luovat itse tapahtuman ihmisille.

Eskolan ja Suorannan (1998) sanoin ”--yhtäältä me käytämme kieltä, toisaalta kieli puhuu meissä.” Inhimillinen elämä, ja niin ikään myös urheilu, näyttäytyy ennen kaikkea kielessä. (Ks. Eskola & Suoranta 1998, 141–142.) Kielellisiä ilmauksia ja sivumerkityksiä ovat muun muassa kontrastiset ilmaukset, erilaiset korostukset ja painostukset, informatiiviset rakenteet, slangisanat, idiomit, kliseet, etunimen ja lempinimien käyttö, muodollisuus ja puhekieltä myötäilevät tekstit. Ne paljastavat, miten merkitykset ovat yhteydessä sosiaaliseen koodistoon, laajempiin ideologisiin asemiin ja yhteiskuntaan. (Bignell 2002, 89, 103.) Tekstissäni keskityn ihmisen ja käsiteltävien mediatekstien kytköksien rakentamiseen hahmottamiseen. Mustonen (2011) listaa mediakäyttäytymiseksi mediasisältöjen tuottamisen, mediatuotteiden valikoimisen, kokemisen ja tulkitsemisen sekä median aiheuttaman muutoksen käyttäjän ajattelussa, asenteissa, tunteissa ja toiminnassa. Mediasuhteen olennaisimmiksi psykologisiksi motiiveiksi hän kuvaa tiedolliset, tunneperäiset ja sosiaaliset tarpeet sekä tavoitteet. Tutkimuksellisen keskiön rakentavat niin mediakokemus kuin median käyttäjään kohdistumat merkitykset ja vaikutukset. Media tarjoaa informaatiota, elämyksiä, virikkeitä sekä niitä jäsentäviä kehyksiä liikkuen tietämisen ja tuntemisen maastoissa. (Mustonen 2011, 9, 19). Mediatutkimuksen keskeisiksi käsitteiksi nousevat representaatio ja representoiminen. Näistä jälkimmäinen tarkoittaa sitä merkityksen tuottamisen prosessia, jonka tulosta representaatio on. Pirisen (2006, 22) mukaan se tapahtuu tekstien, kuvien ja puheen välityksellä. Prosessin kohde merkityksellistetään ja ilmaistaan joksikin ja jonkinlaiseksi. Representaatio siis tuottaa todellisuutta merkityksellistään sitä.

Käytän tutkimuksessani fenomenologista sisällönanalyysia, jolloin tarkastelen tutkimusaineistoa koko ajan kokonaisuutena, peilaten yksittäisiä merkityksiä kokonaisuuteen ja päinvastoin (ks. Vilkkä 2005, 141). Etenemistapa on induktiivinen, yksittäisestä yleiseen (Tuomi & Sarajärvi 2011, 95). Fenomenologisen sisällön analyysi voidaan luokitella aineistolähtöiseksi sisällönanalyysiksi (Vilkkä 2005, 140). Aineistolähtöisyys konkretisoituu aineiston kuvaamisena ja analysoimisena, toisin sanoen merkityskokonaisuuksien jäsentämisenä lehtiteksteistä, niiden esittämisestä ja tulkinnasta sekä synteestistä eli arvioinnista (ks. Tuomi & Sarajärvi 2011, 101).

Fenomenologisella tutkimuksen tarkastelun lähtökohdat kiinnittyvät tässä tutkimuksessa urheilujulkisuuden rakentumiseen ja naisurheilijan asemaan olympialaisissa (ks. Laine 2001, 26). Pyrin mahdollisimman ennakkoluulottomaan asioiden kuvaamiseen, mikä on fenomenologisen tutkimuksen tarkoitus (ks. Moilanen & Räihä 2001, 50). Aikaisemmat tutkimustulokset urheilujulkisuudesta ovat selkeimpiä määrittäjiä, jotka keskustelevat tutkimustulosten kanssa ja muodostavat analysoinnille pohjan. Tarkoitukseni on siis tutkia sisällönanalyysia käyttäen, minkälaisen merkitysten kokemusten kautta Satu Mäkelä-Nummelan julkisuukuva rakentuu Pekingin ja Lontoon olympialaisten aikana. (Ks. Laine 2001; 26– 27, 33.) Tutkimuksen lähtökohtaoletuksena on, että Mäkelä-Nummelasta uutisointi poikkeaa tavallisesta olympiavoittajan uutisoinnista määrällisesti ja laadullisesti. Satu Mäkelä-Nummela ei ole perinteinen naisurheilija lehtiteksteissä. Tutkimuksessani juuri tämä poikkeavuus toimii voimavarana ja kiinnostavana seikkana. Analysoimalla tapausta testataan lähtöoletusta ja rakennetaan kokonaiskuva tutkittavasta aiheesta. (Ks. Eskola & Suoranta 1998, 187.)

### 3.3 Satu Mäkelä-Nummelan teemahaastattelu

Satu Mäkelä-Nummelan haastattelulla on välillinen arvo tutkimusprosessissa, ja se on osa laajempaa tieteellisen päättelyn ketjua. Satu Mäkelä-Nummela on tutkimukseni subjekti, joten hänelle on annettava myös mahdollisuus tuoda esille itseään koskevia

asioita. Hän on tutkimuksessani merkityksien aktiivinen luoja ja vahvistaja. Mäkelä-Nummela haastattelulla haluan syventää ja selventää saatuja tutkimustuloksia. (Ks. Hirsjärvi & Hurme 2001, 35, 41.) Toteutettu haastattelu on puolistrukturoitu teemahaastattelu. Olen rakentanut kysymykset tutkimustehtävän mukaan, enkä sitonut niitä vastausvaihtoehtoihin. Mäkelä-Nummela sai vastata kysymyksiin omin sanoin. Kysymykset oli kohdennettu tutkimuksen teemoihin. Satu Mäkelä-Nummela tulkinut aiheesta ja tarkasteltavista asioista, sekä hänen niille antamansa merkitykset ovat keskeisiä. (Ks. Hirsjärvi & Hurme 2001, 47–48.) Haastatteluaineiston olen analysoinut tutkimuskysymysten valossa ja nostanut tutkimuksen aiheen kannalta tärkeät tulkinut syventämään tutkimustani.

### 3.4 Tutkimuksen luotettavuus

Koska urheilu ja media sekä näin ollen myös medianurheilu on monikiteinen kenttä ilman universaaleja ja säännönmukaisia totuuksia, nousevat luotettavuuskeskustelussa esille kysymykset totuudesta ja objektiivisesta tiedosta. Tietoteoria eli epistemologia sisältää neljä erilaista totuusteoriaa: totuuden korrespondenssiteoria, totuuden koherenssiteorian, paradigmaattinen totuusteorian ja konsensusukseen perustuvan totuusteorian. Objektiivisen tiedon tavoittelu liittyy edellisiin totuusteorioihin, mutta vain korrespondenssiteoria vaatii ehdotonta objektiivista totuutta eli todellisen tiedon rakentumista maailmasta tehdyistä havainnoista. Nämä totuusarviot koskevat luontoa. Laajennettaessa ihmisen merkitystodellisuuteen, laadullisen tutkimuksen perinteille voidaan esittää yhteinen näkemys, jossa sanoudutaan irti korrespondenssiteoriasta ja objektiivisen tiedon mahdollisuudesta. Laadullinen tutkimus etsii totuutta konsensusiteorian, paradigmaattisen totuusteorian ja koherenssiteorian osalta. (Tuomi & Sarajärvi 2004, 131–133.) Olen tiedostanut, ettei tutkimukseni ole laadullisen analyysin osalta täysin objektiivinen, koska analysointi on tapahtunut käsityksieni ja ymmärrykseni varassa.

Tutkijan roolin subjektiivinen läsnäolo sekä sen myöntäminen, että olen tutkimuksen keskeinen tutkimusväline, on todennettava (ks. Eskola & Suoranta 1998, 211).



Tiedostan tutkijana subjektiivisen näkyvyyteni, mutta samalla olen tietoisesti välttänyt analysoinnin ja tulkinnan rakentumista omien näkemyksieni varaan. Tutkimus on pitkälti kvalitatiivinen, joten pääasiallisin luotettavuuden kriteeri on tutkija itse ja tällöin luotettavuuden arviointi on seurannut koko tutkimusprosessin ajan. Koska olen ollut tutkijana aineistonkeruun väline ja analysoija, näkemykseni ja tulkintani on kehittynyt tutkimusprosessin edetessä (ks. Kiviniemi 2001, 79). Tutkijana olen niin sanotusti velkaa lukijoilleni uskottavan kokonaisuuden aineiston tarkastelusta (ks. Tuomi & Sarajärvi 2004, 138). Sisällön pitäisi olla *uskottava, siirrettävä, varma ja vahvistava*. Tehtyjen tulkintojen on vastattava tutkijan käsityksiä, tutkimustulosten oltava tietyin ehdoin siirrettäviä yleistävyyteen pyrkimättä, tutkimuksessa huomioidaan ennustamattomatkin seikat, ja tehdyt tulkinnat saavat tukea toisista vastaavista tutkimuksista. (Eskola & Suoranta 1998, 212–213.)

Tutkimuksen validiteetti eli pätevyys jakaantuu sisäiseen ja ulkoiseen validiteettiin. Sisäinen validiteetti viittaa tutkimuksen teoreettiseen ja käsitteelliseen yhtenäisyyteen, ja ulkoinen validiteetti tehtyjen tulkintojen ja johtopäätösten sekä aineiston eli lehtitekstien välisen suhteen pätevyteen. Pyrin aineiston analysoinnilla myös ristiriitojen välttämiseen, mikä takaa tutkimuksen reliabiliteetin. (Ks. Eskola & Suoranta 1998, 214.)

Analysoinnin kohteena lehtitekstit, niin kuin kvalitatiiviset aineistot yleensä, haastavat ilmaisullisella rikkaudellaan, monitasoisuudellaan ja kompleksisuudellaan. Alasuutarin (2011, 84) sanoin, ”Kvalitatiivinen aineisto on moniulotteista kuin elämä itse”. Lehtitekstit heijastavat ja rakentavat maailmaamme ja todellisuuttamme, ne ovat näyte tutkittavasta kielestä ja kulttuurista. Tutkimukseni aineiston olen valinnut niin, että se olisi mahdollisimman merkittävä ja kattava olematta liian iso ja hallitsemattomissa. Helsingin Sanomat ja Etelä-Suomen Sanomat kartoittavat yhdessä sekä valtakunnallista että maakunnallista uutisointia. Olympialaisten aikainen lehti uutisointi rakentaa urheilijoiden julkisuuskuvaa lehtiteksteissä. Aineisto kiinnittyy suomalaiseen kulttuuriin ja suomalaisurheiliijaan sekä yleisesti länsimaiseen urheilujulkisuuteen. Tutkimuksen tulkinnat on tehty aiempien tieteellisten tutkimusten perusteella sekä tuoretta aineistoa käyttäen, joten ne eivät perustu vain satunnaisiin poimintoihin. Aineiston arvioitavuus konkretisoituu lukijan ymmärrykseen tulkinnoistani ja toistettavuus siihen, että olen

esittänyt tulkintani mahdollisimman yksiselitteisesti. (Ks. Eskola & Suoranta 1998, 215–217.)

## 4 VIESTINTÄ

Seuraavissa alaluvuissa avaan median ja viestinnän käsitteitä viestintätieteiden teoretisoinnin ja tutkimuksen pohjalta. Aloitan tarkasteluni hahmottamalla yleisellä tasolla mediaa ja sen muodostumista, josta siirryn sen kuvaamiseen dynaamisena yhteiskunnallisena ilmiönä.

### 4.1 Media ja viestintä

Media on monikkomuoto latinan sanasta ”medium”, joka viittaa väliin, keskellä tai välissä olevaan. Jo antiikissa media viittasi julkisesti esillä olevaan. Viime vuosikymmeninä sillä on tarkoitettu yksittäistä joukkoviestintää. *Medium* (ts. välittäjä) tekee viestinnän mahdolliseksi. Monikossa sana voidaan käsittää kaupallisesti toimivaksi kulttuurin tuotannoksi ja julkisen viestinnän koneistoksi. Media toimii julkisen viestinnän kanavana, keinona tai välineenä. (Ridell & Väliaho 2006, 15–21.) Se siirtää viestejä lähettäjältä vastaanottajalle; uudelleen muokkaa ja tarkentaa tai moninaistaa viestejä sekä tekee viestit näkyviksi. Media laajentaa ihmisten vuorovaikutusta mahdollistamalla erilaisen viestien tuottamisen ja jakamisen, tiedon vastaanoton, varastoinnin ja hakemisen. Mediavälitteinen viestintä kasvattaa viestimisen ja viestien vastaanottamisen potentiaalisuutta. *Massamedia* on viestien siirtämistä suurille ihmisjoukoille. (Ruben & Stewart 2006, 188–189.) Massamedialla on kaksi tosinaan ristiriitaista funktioita: uutisoida ja viihdyttää julkisen kiinnostuksen mukaan (Rowe 1999, 26–28). Media on itsessään tuote, jota kaupitellaan yleisölle eli se myy itse itseään. Media on mainosmarkkinoiden moottori ja mainonnan väline. Nykyisin sillä viitataan kaupalliseen ja voittoa tuottavaan toimintaan. (Herkman 2001, 14.)

Viestintä on sanomien vaihdantaa lähettäjän ja vastaanottajan välillä, yhteisyyden tuottamista ja ylläpitämistä, konfirmaatiota, yhteisön jäsenyyttä, identiteetin rakentamista; ja informaatiota eli sisältöjen siirtoa. (Kunelius 1997, 10–11.) Viestinnän vaikutukset ovat moninaisia ja kerroksittaisia, joissa vastaanottaja on aktiivinen tulkitsija. Viestintäsuhde on vuorovaikutuksellinen kulttuurinen yhteys median ja

vastaanottajan välillä. (Kotilainen & Kivikuru 1999, 17.) *Joukkoviestintä (Mass Media)* on yhteiskunnallinen ja kulttuurinen ilmiö, joka välittää sanomia massoille. Sitä voidaan pitää median kaikkina muotoina. (Kunelius 1997, 10–18.) Joukkoviestinnälle on ominaista sekä ajallinen että paikallinen epäyhtenäisyys. Viestintää tuotetaan eri aikoina ja eri paikoissa kuin, missä sitä kulutetaan. Näin viestintätilanteet voidaan nähdä sarjana. Lähettäjän ja vastaanottajan vuorovaikutus jää vajaaksi lähetystilanteiden eriaikaisuudesta ja eripaikkaisuudesta johtuen. (Fairclough 1997, 53.) Esimerkiksi nykypäivän viestimien avulla viestit leviävät lähes rajattomasti paikasta toiseen, jolloin lähettäjän ja vastaanottajan vuorovaikutus muodostuu välilliseksi ja digitaaliseksi ilmiöksi. Media on alkuperäisen latinankielisen tulkinnan mukaan joukkoviestinnän tuotantoa ja vastaanottoa sekä ilmaisun tapa (Kotilainen 1999, 32). *Journalismi* puolestaan viittaa ajankohtaiseen ja faktapohjaiseen joukkoviestintään. Kuitenkin on huomioitava, että journalismi luo faktapohjaisesta todellisuudesta oman konstruktionsa. (Kunelius 1997, 18–19.) Media rakentuu monen tasoisesta viestinnästä. Journalismi on osa mediaa, joka on suurempi kattokäsite viestien erilaiselle siirrolle ja välittämiselle.

#### 4.2 Julkisuusorientoitunut yhteiskunta

Digitalisoitunut ja verkostoitunut viestintä muuttaa julkisuuden luonnetta, kun vastaanottajan ja lähettäjän välinen tuntemus vaihtuu. Julkisen yleisön tuntemattomuuteen liittyvä eettinen ulottuvuus saattaa heikentyä. Viestinnän vastuu ja seuraukset hämärtyvät. Lähestulkoon kuka tahansa voi viestiä eri viestintäkanavien kautta melkein mitä tahansa. Samalla voidaan pohtia, myötäileekö eettinen ulottuvuus yhä enemmän markkinoiden kysyntää. Viestintäverkosto laajenee ja epämääräistyy. Media suuntautuu yhä enemmän tyyliympäristöksi ja elämäntavan ilmentäjäksi (Mustonen 2001, 170). Digitaalinen verkosto voi palvella ihmistä hänen omien intressiensä ja kiinnostuksen kohteidensa suhteen, mikä kaventaa kaikille yhteisen julkisuuden merkitystä. Näin voidaan puhua myös laadullisesti uudesta asteesta viestinnässä ja sanavapauden kontrollittomuudesta. (Kunelius 1997, 18–19, 44–47.)

Lehtien uutiset muodostavat ideologisen keskustelua ja representaiota maailmasta. Ne valikoivat, mistä uutisoidaan ja asettavat ohjeet siitä, mitkä asiat ovat merkittäviä.

(Bignell 2002, 80.) Ideologia tarkoittaa symbolis-kielellisten ilmausten rakennetta, jonka kautta todellisuutta tulkitaan (Sintonen 2012). Nykypäivänä sanomalehdet myötäilevät yhä enemmän massa-markkinointia ja kaupallista voittoa valtavirtaustuen. Lehdissä on vähemmän etusivun juttuja, enemmän kuvia, isompia otsikoita ja mainoksia mukailen ihmisten kiinnostusta ja myyntiä. Sanomalehdistäkin on tullut vahva osa kuluttajakulttuuria. Lehtien uutisten arvot muodostuvat niiden kaupallisen, ideologisen ja semioottisen rakenteen mukaan. (Bignell 2002, 81.) Etelä-Suomen Sanomien uutisointi kohdistuu paikallistason uutisointiin ja kannattavuuteen. Helsingin Sanomien vaikutus yltää laajemmalle, valtakunnalliselle tasolle, jolloin uutisointi on kohdennettu erityisesti suomalaiselle urheilukansalle ja liikuntakulttuurille. Kuitenkin Mustonen (2001, 179) toteaa oivasti, että inhimillinen uteliaisuus, tiedonjano ja ympäristön luotailemisen tarve huolehtivat median monisisältöisyydestä. Tarkasteltavat jutut saavuttavat siis koko Suomen kansan sitä koskettavilla valinnoillaan ja tiedonannoillaan. Ovathan suomalaiset urheilijat merkittäviä suomalaisuuden välittäjiä maailmalla ja maailmalle.

Informaatioyhteiskunnassa tiedonvälityksen toimivuus perustuu pitkälti tietoon ja tehokkaaseen tiedonvälitykseen, jonka näkyvintä osaa ovat suureen yleisöön kohdistuvat televisio, radio, lehdistö sekä internet ja sähköinen tiedonsiirto. Media valikoi tieto- ja uutisaineistoa paljolti yleisökysynnän mukaan. (Heinilä 2000, 274.) Tiedotusvälineet muodostavat vaikutusvaltaisen ideologisen toimintakoneiston, jossa mediaa ei ole välttämättä kokonaan alistettu avoimelle poliittiselle manipuloinnille. Tiedotusvälineiden diskurssi on monimutkainen ja usein ristiriitainen ideologinen prosessikenttä. (Fairclough 1997, 65–67.) Kuneliuksen (1997) mukaan joukkoviestintä kietoutuu elimellisesti melkein kaikkien toiminnallisten välttämättömyyksien toteuttamiseen yhteiskunnassa. Tästä johtuen hän toteaa että, moderni yhteiskunta ei toimisi ilman joukkoviestintää. Julkisuuden ja joukkoviestinnän merkitys on kasvanut ja julkisuudesta on tullut journalismin toimintaympäristö. Kun painopiste todellisuuden raportoinnista siirtyy julkisuuden tavoitteluun, pääsevät esille ne, joiden päivän tarjoukset tästä tai tuosta kriisistä tai uhasta ovat kärjekkäimmät ja parhaiten dramatisoivia. Tällöin puhutaan ”Julkisorientoituneesta yhteiskunnasta”. (Kunelius, 1997, 182–183.) Median valinnat perustuvat asioiden poikkeavaan arvottamiseen ja tulkintoihin (Itkonen ym. 2008, 3). Mediajulkisuudesta on tullut entistä tärkeämpi

toimintakenttä yhteiskunnan eri instituutioille. Julkisuudesta tulee toimintaympäristö, jossa organisaatiot toimivat ja kommunikoivat. (Kunelius 2009, 205–208.)

Mediakulttuuriksi kutsutun ajan voidaan katsoa alkaneen viestinnän monimuotoistumisen ja uuden teknologian kehityksen ansiosta 1980-luvulta eteenpäin. Vastaanottajan rooli on muuttunut passiivisesta vastaanottajasta aktiiviseen merkityksenantajaan viestinnän kanavien keskellä. (Kotilainen & Kivikiuru 1999, 22.) Merkityksellistämiseen vaikuttavat viestin ilmaisukieli, juttutyypit, uskottavuuden rakentaminen ja diskurssien eli puhetapojen muodostamat valtarakenteet. Mediatodellisuus rakentuu viestinten tuottamista kulttuurisista malleista, kertomuksista ja koodeista, jotka vaikuttavat ihmisten arkielämään muun muassa ihanteiden kautta. (Kivikiuru 1999, 114.) Julkisuuden käsite laajenee ja yksityisyys julkistuu (Kotilainen & Kivikiuru 1999, 24). Maailma tarvitsee viestintää ja mediaa tehdäkseen yksityisistä asioista julkisia ja luodakseen julkisuutta. Julkinen keskustelu on vuoropuhelua, jonka tehtävänä on selvittää, mitä yhteiskunta kollektiivina tietyissä tilanteissa haluaa. (Malberg 2004, 41, 44.) Julkisuutta ylläpitävä julkinen intressi syntyy koko ajan uudelleen yksilöiden arkikokemuksessa (Kunelius 2004, 98).

Deweyn (1927) mukaan merkit ja symbolit ovat viestinnän keino, jonka avulla ihmiset ylläpitävä ja tuottavat yhteistä kokemusta. Viestintä on julkisen toiminnan edellytys ja yhteiskunnan tietovirta. Julkisuutta synnyttää ihmisten tutkiminen, löytäminen ja viestintä. Näin julkisuus todentuu vuorovaikutuksessa. Deweyn mukaan vuorovaikutuksen dialogi mahdollistaa merkityksien ja intersubjektiviin kokemuksen, toisin sanoen yksilöllisen yhteisön jäsenen, synnyn. (Dewey 1927, 28–30.) Julkisuuden ja yksityisyyden raja muuttuu veteen piirretyksi, epäselväksi ja häilyväksi. Deweyn ajatuksien pohjalta voidaan siis olettaa, että julkisessa viestinnässä media käy dialogia eli vuoropuhelua yleisön kanssa. Viestintätilanteissa ihmiset toimivat yksilöinä. Viestinnän avulla he merkityksellistävät yhteisöllisyyttään ja sitä ympäröivää todellisuutta, jossa toimivat. Ihmiset määrittävät ja arvioivat itseään, muita ja ympäristöään viestinnän kautta. Viestinnän laajentuminen johtaa myös eri intressien kautta jatkuvaan valintojen tekemiseen ja todellisuuden uudelleen hahmottamiseen.

Ampuja (2004) hyödyntää T.W. Adornon ajatuksia hahmottaessaan kaupallisen kulttuuriteollisuuden keskeistä roolia mediatarjonnan kasvussa, jossa esteettinen pinta

on täyttynyt myynnin edistämisen viesteistä. Mediasisällöt ovat yhteydessä yhteiskunnan markkinointikoneistoon. (Ampuja 2004, 35.) Pietilä (2004) toteaa puolestaan Harold A. Innisen ajatuksen pohjalta, että markkinoiden paineessa media viestittää ennemminkin iskevillä kuin soveliailla ilmaisuilla ja tarttuu yleisöön vetoaviin aiheisiin. Yleisestä mielipiteestä on tullut sattumanvaraisempaa, pinnallisempaa ja yleisön kiinnostusta mukailevaa. (Pietilä 2004, 143.)

#### 4.3 Urheilujournalismi

Urheilujournalismin tavallisia piirteitä ovat urheilun kiinnostavuuden edistäminen, urheilutapahtumien analysoiminen, konkreettisuus ja sitoutuneisuus ennako-odotuksiin (Pänkäläinen 1998, 35). Urheilujournalismi luo keskustelua urheilusta ja urheilun ympärille sekä kiinnittää urheilun yhteiskunnallisiin ilmiöihin; kuten kulttuuriin, etnisyyteen ja kansallisuuteen (Boyle, 2006, 2). Se on vahvasti sidoksissa kansalliseen urheilukulttuuriin (Heinilä 2000, 274). Ensimmäiset urheilujutut ovat syntyneet urheilusta kiinnostuneiden miesten kirjoittamina. Tämä miesvalta on jättänyt jälkensä urheilujournalismiin. Suomessa ensimmäisiä urheilukirjoituksia kirjoittivat enemmän urheilun kuin journalismin asiantuntijat. (Pänkäläinen 1998, 4–5.)

Kautta aikain urheilusta kirjoittaneilla on ollut erilaisia näkemyksiä siitä, mikä urheilussa on tärkeää ja mistä kannattaa kirjoittaa. Urheilutoimittajien kansainvälinen ammattikoodisto määrittelee, että journalismin tulisi edistää urheilua. Urheilujournalismin pohja on edelleen kiinni perinteessä, joka rakentuu suorituksen kuvailusta ja sankarihaastattelusta. Urheilulehdistössä luotiin urheilujournalismin ja sen kysynnän perusta. Urheilujournalismin keskeisimmiksi teemoiksi rakentuivat kilpaurheilumyönteisyys, sankarihakuisuus ja uskollisuus kansallisesti merkittävälle lajeille. Kieli- ja poliittiset asenteet ovat heijastuneet suomalaisessa urheilulehdistössä. Suomen Urheilulehti on ollut merkittävä kivijalka suomalaisessa urheilujournalismissa. (Pänkäläinen 1998, 6, 8, 13, 32.) Suomen Urheilulehti perustettiin vuonna 1898 Iwar Wilskmanin toimesta. Lehti on muuttunut alkuperäisistä juuristaan. Varsin kriittiseksi ja rohkeasti kantaa ottavaksi muuttunut urheilulehti mainostaa itseään nykyisin seuraavalla tavalla: ”*Urheilulehti on Suomen puhutuin urheilumedia, jonka suorapuheisesta tavasta käsitellä asioita ja lahjomattomista analyyseistä on tullut jo käsite. Urheilulehti ei vain*

*totea. Se ottaa kantaa, väittelee ja kyseenalaistaa. Hyökkää jos pitää hyökätä, puolustaa jos pitää puolustaa. Paljastaa jos on jotain paljastettavaa.”* (Urheilulehti 2012.) Virtapohjan (1998) mukaan aikaa vuodesta 1989 eteenpäin voidaan kutsua *mediaurheilun ajaksi*. Siitä lähtien tiedotusvälineiden edustajia on ollut olympiakilpailuissa enemmän kuin itse urheilijoita. Urheilutapahtumat välittyvät viestinten avulla maailmanlaajuisesti. (Virtapohja 1998, 37–38.) Suomalaisen mediaurheilun merkkipaaluina voidaan pitää MTV3- uutistoiminnan aloittamista vuonna 1981, vuoden 1993 television kanavauudistusta ja Neloskanavan käynnistämistä vuonna 1997. Samoin paikallisradiot ovat tuoneet tunnelmaa ja väriä suomalaiseen urheilujournalismiin. (Virtapohja 1998, 38.)

Urheilujournalismi on muuttunut kilpailuselostuksista värikkäiksi tarinoiksi. Siitä on tullut urheiluviestintää (Pänkäläinen 1998, 4–5), jonka ehtona ei ole journalismin tavoin faktaperusteisuus. Nykypäivänä urheilujournalismi on liiketaloudellisen hyödyntavoittelun työkalu (Pänkäläinen 1998, 5). Eri kaupalliset instituutiot, intressit ja vaikutukset saattavat myös vääristää perinteisiä uutisarvoja ja raportoinnin tavoitteita (Boyle 2006, 16). Tästä esimerkkinä ovat monien lehtien urheilusivut, joissa urheilijoiden henkilökohtaisen elämän käänteet tai epäkorrektit tempaukset saavat enemmän palstatilaa, kuin itse urheilusta uutisointi. Skandaalit, laittomuudet ja urheilubisnes kasvattavat yhä enemmän otettaan urheilujournalismissa (Emt, 16).

Vaikka elämme vahvaa visuaalisen mediakulttuurin aikaa, printattu media tarjoaa edelleen tärkeää informaatiota, käsityksiä, oivalluksia ja spekulatioita urheilusta (Boyle & Haynes 2009, 164). Urheilujournalismi on vaikuttanut keskeisesti urheilun globalisoitumiseen (Boyle 2006, 3). Siitä on tullut osa kaupallisia markkinoita, joissa viihteen merkitys tiedostetaan. Urheilujournalismi on moniulotteista ja ristiriitaista kulttuurituotetta. Se hahmottaa yhteiskunnallisia tekijöitä urheilussa itsessään sekä urheilun ja yhteiskunnan välisiä kytkentöjä. (Itkonen ym. 2008, 3–5, 13.) Urheilujournalismi on yksi urheilujulkisuutta luovista ja määrittävistä tekijöistä muun urheilumedian ohella.

Ampumaurheilun julkisuuskuvaan vaikuttaa vahvasti urheilujournalismin lisäksi muu ampumiseen liittyvä viestintä. Vaikka urheiluammunta on täysin erillään muusta amunnasta, liitetään ne monesti median kautta toisiinsa. Visuaaliset viestit ja kuvat



lisäävät negatiivisen kytköksen syntymistä. Urheilujournalismi voi kuitenkin rakentaa ampumaurheilulle positiivistakin julkisuuskuvaa erotellen sen nimenomaan urheilun piiriin.

## 5 URHEILUJULKISUUS

Heinilä (1973, 9) on kuvannut värikkäästi ja osuvasti urheilun luonnetta: ”*Huippu-urheilussa on monta ulottuvuutta, näkökulmaa, eturyhmää ja samalla monta totuutta—huippu-urheilu on itse asiassa varsin ristisiitos järkiperäisyyttä ja tunnetta, mieltä ja epämieltä, leikkiä ja totta, rehellisyyttä ja valhetta, sääntöjä ja normittomuutta, yksilö ja yhteiskuntaa, nationalismia ja internationalismia.*” Vaikka vuodet ovat tästä toteamuksesta vierineet, on urheilun vahva tunnesidonnaisuus, draamallisuus ja moniaineksisuus säilynyt. Tekemisen tavat ja käytänteet sekä aikakauden eri ilmiöt muuttuvat, mutta urheilu tulee aina olemaan urheilua.

Urheiluun kuuluu kilpailu sääntöjen puitteissa, mikä näyttäytyy vakavana leikkinä ja voitontavoitteluna. Kilpa- ja huippu-urheilussa kilpailu ja voitontavoittelu rakentuvat pääsisällöksi, urheilemisen keskeiseksi funktioksi. Urheilun yhteiskunnalliseen asemaan vaikuttaa se, että sitä pidetään yleisesti moraalisesti myönteisenä ja vahvistavana asiana. Siihen liitetään paljon myönteisiä arvoja esimerkiksi rehtiys ja rohkeus sekä vahvoja poliittisia ja taloudellisia intressejä. Niin yhteiskunnallisesti että poliittis-taloudellisesti urheilu herättää suurta kiinnostusta. (Kotkavirta 2004, 36–39.)

Urheilusta on tullut yksi maailman näkyvimmistä mediailmiöistä (Itkonen ym. 2008, 5). Maailmanlaajuiseksi yleisöviitteeksi noussut urheilu tarjoaa yleisölle kilpailun draamaa ja paremmuuden kamppailua (Heinilä 1994, 108). Urheilulla on kyky välittää kulutuskeskeisiä mielikuvia, herättää monenlaisia tunteita ja tarjota erilaisia elämyksiä. Kilpa- ja huippu-urheilu hallitsevat urheilun julkista kuvaa mediassa. Huippu-urheilun kautta voidaan ylläpitää ja luoda erilaisia julkisia mielikuvia. (Kotkavirta 2004, 38–39.) Media ja urheilu elävät yhteydessä hyödyttäen ja tarviten toisiaan. Urheilutoimittajat ja -toimitukset tekevät jatkuvia valintoja, koska kaikesta urheilun kirjosta ei kannata eikä voi uutisoida. Urheilusta on tullut samalla tehokkaasti markkinoitu mediatuote, jossa taloudelliset panostukset ovat kasvaneet.

Huippu-urheilu eroaa muusta urheilukulttuurin järjestelmästä juuri julkisuusriippuvuudeltaan. Sen välttämättömänä ehtona on sitä tukeva viestintä ja joukkotiedotus sekä yleisö. Huippu-urheilu voidaan jopa asettaa markkinatalouden muuttujiin, kuten tuottajaan, joka on riippuvainen mainonnasta ja kuluttajista. Mitä

enemmän huippu-urheilu myy ja kerää yleisöä, sitä paremmat mahdollisuudet on sen kehittämiseen ja edistämiseen sekä yhteiskunnalliseen arvostukseen. (Heinilä 1973b, 117.)

Urheilumedia ja urheilujournalismi rakentavat urheilusta julkisuuskuvaa. Tässä tutkimuksessa urheilujulkisuus hahmotetaan diskurssiivisesti eli kuvailevasti sosiaalisesti rakentuvana kokonaisuutena. Tulkinnat urheilujulkisuuden muodostumisesta tehdään todentamalla urheilujulkisuus kulttuurituotteeksi, jossa median käyttämä kieli ja yhteiskunta kietoutuvat yhteen. (Ks. Eskola & Suoranta 1998, 161.) Tällöin urheilujulkisuus voidaan nähdä elävän yleisön ehdoilla mediassa, viihteen kehässä.

### 5.1 Urheilujulkisuus yhteiskunnan muutoksessa

Urheilujulkisuus sitoutuu kulloiseenkin yhteiskunnan kehitysvaiheeseen ja eri viestimiin. Se on yhteisöllinen konstruktio, johon vaikuttavat taloudelliset, sosiaaliset ja kulttuuriset tekijät. Urheilujulkisuus nähdään historiallisesti kerroksittaisena. Nykyisin urheilujulkisuudessa tuotetaan samanaikaisesti eri aikakausien urheilusankaruutta. (Itkonen ym. 2008, 3–5, 13, 33.) Itkosen (1996) mukaan urheilujulkisuuden kerroksiset tekijät vaikuttavat koko liikuntakulttuuriimme. Valtakunnallista liikuntakulttuuria muovaavat yhä enemmän kansainväliset arvostukset. Liikuntakulttuurin laajentuessa on syntynyt kirjava joukko erilaisia julkaisuja. Urheilujulkaisut ovat levittäytyneet yhä syvemmin ruumiillisuuden alueelle. (Itkonen 1996, 231–232.) Heinilän (1973) mukaan urheilu itse ja sen tunnerikas luonne ovat tehneet siitä yhteiskunnallisesti niin merkittävän (Heinilä 1973a, 12).

Boylen (2006) mukaan kaikkein merkittävimmin journalismiin vaikuttaa globalisaatio, digitalisoituminen ja kaupallistuminen (Boyle 2006, 2–5). Kaupallistuminen on synnyttänyt uudenlaista ja laaja-alaista urheilujournalismia, jossa muun muassa populaarikulttuurin tavoin urheilutähdet kuvataan julkisuuden henkilöinä ja kiinnostus siirtyy myös urheilusuoritusten ulkopuoliseen elämään. Urheilu-uutisoinnin määrä on kasvanut. Mieltymys urheilusankareihin ja valtavirran mukailu osoittavat piirteitä

kaupallistumisesta. Silti vielä nykyisin voidaan nähdä, että urheilutoimittajat vaalivat urheilun fyysistä ja henkistä arvokkuutta. Urheilulla on samaan aikaan myös kulttuurista arvoa sekä siihen liitetään yleisesti menestysarvo ylistämällä menestystä ja arvostelemalla menestymättömyyttä.

Urheilutoimittajat pitävät viihdettä ja viihdyttämistä yhtenä urheilujulkisuuden tärkeimmistä tehtävistä. Näin ollen myös urheilun ongelmat ja varjopuolet myyvät julkisuudessa. (Itkonen ym. 2008, 3–5, 13, 25–32.) Urheilun julkisuukuvan kohu-uutisointia ovat doping-tapaukset, urheilijoiden aviokriisit tai vapaa-ajan käytökset. Esimerkiksi maailmankuulun golf-tähden Tiger Woodsin avioukkomusta spekulointia ympäri maailmaa ja kotimaan urheilijoista nuoren mäkihyppylupauksen Harri Ollin vapaa-ajan käytös sekä alkoholin kulutus olivat näyttävästi esillä kansallisessa urheiluviestinnässä.

Globalisoituminen on tehnyt urheilusta maailmanlaajuisen ilmiön. Urheilujournalismi on keskeinen tekijä urheilun globalisaatiossa, eri yhteiskuntarajat ylittävässä ilmiössä. Paikallisesta tulee kansallinen ja kansallinen laajenee kansainväliseksi. Urheilun seuraaminen ja harrastaminen kansainvälistyvät. Samanaikaisesti digitalisoituminen vaikuttaa mahdollisuuksiin seurata lähes mitä tahansa urheilua, miten tai mistä vain. Digitaalitekniikan avulla urheilujärjestelmä voi saavuttaa mahdollisimman suuren taloudellisen hyödyn. Urheilusta viestitään lukijoille, kuuntelijoille ja katselijoille. (Boyle 2006, 2–5.)

Medialla voidaan nähdä olevan suurissa kilpailuissa ja urheilutapahtumissa informoiva, yhteisöllinen ja interaktiivinen tehtävä. (Virtapohja 1998, 102). Raportoidessaan urheilukilpailuista media sekä tiedottaa että viestii suurelle yleisölle urheilun tapahtumia ja tunnelmaa, tuoden ihmisiä yhteen, synnyttäen niin interaktiivisuutta kuin yhteistyötä eri yhteisöjen ja maiden välille.

## 5.2 Urheilujulkisuuden ulottuvuus

Urheilu vaikuttaa ympäri maailmaa, ulottuen eri aikavyöhykkeille, kulttuureihin, kieliin, uskontoihin ja poliittisiin ideologioihin (Rowe 1999, 1). Urheilujulkisuutta voidaan tarkastella paikallisella, alueellisella, kansallisella ja kansainvälisellä tasolla. Paikallinen urheilujulkisuus käsittää kotikunnan urheilun, joka on yksi paikallisen identiteetin rakentamisen väline. Alueellinen urheilujulkisuus ylittää paikalliset rajat ja kiinnittyy talousalueisiin ja maakuntiin. Kansallinen urheilujulkisuus rakentuu maakohtaisesta urheilun julkisuuskuvasta ja viestinnästä. Kansainvälinen urheilujulkisuus puolestaan laajenee eriytyneemmin maiden keskinäisiin kilpailuihin. Näin urheiluviihde tavoittaa maailmanlaajuisen yleisön. Ei siis ihme, että kansainvälinen urheilujulkisuus myy mediassa parhaiten. (Itkonen ym. 2008, 72.)

Media tarjoaa pitkälti vain huippu- ja kilpaurheilua. Kasvavien talous- ja tuotantokustannusten paineessa huippu-urheilu on kaupallistunut yleisöviihteeksi ja viihdeteollisuudeksi markkinavoimien ehdoilla. Näin ollen myös yleisön rooli urheilun julkisuudessa korostuu. Yleisö on urheilumarkkinoiden avainasemassa. Nykyisen huippu-urheilun voidaan sanoa elävän yleisöstä ja sen kiinnostuksesta, jotka antavat urheilulle median välityksellä laajan julkisuuden. Juuri julkisuus on tehnyt urheilusta liike-elämälle tuottoisan markkinointialueen. Esimerkiksi Kansainvälinen Olympiakomitea (KOK) tiedostaa yleisön ja julkisuuden merkityksen talouden kannalta ja on muodostanut neljä komissiota huolehtimaan kilpailujen joukkoviestinnästä ja uutisoinnista. (Heinilä 2000, 288.)

Urheilu antaa monipuolisia elämyksiä yleisön toisistaan poikkeavalle kulutuskysynnälle runsaan lajitarjonnan ja erilaisten merkityssisältöjen ansiosta. Ihmiset etsivät erilaisia elämyksiä ja merkityssisältöjä urheilusta. Näin ollen urheilu tarjoaa erilaista viihdettä erilaisille yleisöille. Tähän perustuu myös pitkälti urheilun yleisösuosio, monenlaista moneen makuun. (Heinilä 1994, 113.) Yleisön kiinnostus määrittelee urheilun julkisen arvon ja yhteiskunnallisen merkityksen (Heinilä 2000, 302). Huippu-urheilussakin on kuluttajan markkinat. Myydään ja tarjotaan sitä, mitä yleisö haluaa ja mistä yleisö maksaa. Tästä päätellen riippuvuussuhde on molemminpuolinen, yleisö synnyttää huippu-urheilua ja huippu-urheilu luo yleisönsä. Huippu-urheilun markkinoilla

kuluttajan etujen toteutuminen on sen taloudellisen kannattavuuden perusta. (Heinilä 1973b, 115–116, 123.) Yleisön suosion tavoittelu on urheilulle taloudellisesti kannattavaa (Laakso 1997, 46).

Urheilun lajitarjonta on rikas sisältäen monipuolisen elämysannin. Urheilulajien yleisösuosioon vaikuttaa kansalliset perinteet, harrastuspohjat, saavutukset, suosio ja sankaritarinat. Eri lajien olemuspiirteet ja laji-identiteetti muodostavat myös niiden kiinnostavuuden mediassa. Joukkuelajit ja erityisesti palloilulajit ovat yleisön suosiossa. (Heinilä 2000, 292–293.) Jääkiekon suosio perustuu pitkälti sen kansalliseen kiinnostavuuteen ja suureen medianäkyvyyteen (Laine 2011, 182). Mediassa miehillä on jatkuva ylivalta kilpa- ja huippu-urheilussa naisurheilun vähättelyn kustannuksella. Naisurheilusta viestitään marginaalisesti, mikä heijastaa vieläkin naisurheilun jonkin asteista kyseenalaistamista ja miesurheilun arvovahvuutta. Kuitenkin muun muassa naisten lehdissä, joissa toimitustyöstä vastaavat naiset, naisurheilu on hyvin esillä. (Heinilä 2000, 275.) Tällaisia lehtiä ovat esimerkiksi Me Naiset Sport, Fit ja KuntoPlus. Urheilujulkisuus jäsentää maailmaa maskuliinisesti, kilpailuhenkisesti ja suorituskorosteisesti sekä nationalistisesti ja etnosentrisesti (ks. Pfister 1993, 154–155). Nämä piirteet on havaittavissa urheilun viihteellisessä ja tunnerikkaassa luonteessa mediamarkkinoilla. Yleisön kysyntä rakentuu pitkälti näiden elementtien varaan.

Kansainvälisillä urheilutapahtumilla on enemmän yleisökysyntää kuin paikallisilla tai kansallisilla urheilutapahtumilla. Viimeistään valtakunnan tason mediassa urheilun viihdearvo määrää urheilun näkyvyyden. (Itkonen ym. 2008, 71.) Media rakentaa urheilusuorituksista dramatisoituja kertomuksia, joiden päähenkilöitä ovat urheilusankarit. Urheilu puhuttelee suurta yleisöä ja viestinnässä siitä syntyy yhteisöllistä identiteettiä muokkaava elementti (Virtapohja 1998, 239). Media palkitsee urheilijan julkisuudella, joka toimii taloudellisena välinearvona (Järvinen 1994, 129).

Urheilu levittäytyy viestinten kautta myös muun muassa mainoksiin. Esimerkiksi erilaisten urheilussa esiintyvien sloganeiden kautta urheilu kiinnittyy vapaa-ajan vaatteisiin, politiikkaan sekä yhtiön tunnuslauseisiin pelikenttänä, kannustuksina tai iskulauseina kiinnittyen jokapäiväiseen elämään. Media levittäytyy urheilukulttuuriin ja urheilu levittäytyy median kautta muille elämänaloille. (Rowe 1991, 348.) Samaan aikaan on nähtävissä sekä urheilujulkisuuden erikoistumista, että yleisyyttä, joka näkyy

yhteiskunnan yleisessä urheiluviestinnässä ja urheilun kaupallisessa arvossa. Markkinavoimat ovat oivaltaneet urheilun ja sen luomien sankaritarinoiden merkityksen taloudelle (Virtapohja 1995, 39). Urheilu tuottaa yhteiskunnan esikuvia ja sankareita, värikästä viihdettä ja informaatioainesta nykypäivän viestimille.

### 5.3. Mediaurheilu

Sekä urheilu että media ovat monella tapaa klassisia tuotoksia ja ikoneita nykyisestä sosiaalisesta, taloudellisesta ja teknologisesta vaihdosta, jotka kuvaavat nyky-yhteiskuntaa. Urheilu ja media ovat kehittyneet nopeasti globaalissa taloudessa ja kummallakin on merkittävä rooli ihmisten elämän merkityksellisyyden ja tietoisuuden rakentamisessa. (Houlihan 2003, 184.) Huippu-urheilu ja media elävät nykyisin symbioosissa, hyödyntäen ja kiehtoen toinen toistaan (Raney & Bryant 2006, 63). Urheilumediaa on kaikki urheilussa näkyvät visuaaliset merkit sekä urheilun sisäinen viestintä ja jopa urheiluun liittyvä mainonta. (Itkonen ym. 2008, 3–5). Media antaa urheilulle näkyvyyttä. Mediakulttuuri on yhteydessä urheilutietoisuuteen, urheiluteollisuuden kasvuun ja eri lajien leviämiseen ja jalkautumiseen (Boyle 2006, 110–114).

Urheilu on osa jokapäiväistä joukkotiedotusta. Sanomalehdissä on vakio urheilusivut, radiossa ja televisiossa on päivittäin urheiluohjelmia sekä internetiin päivittyvät kaikki ajankohtaiset urheilutapahtumat. Miljoonat ihmiset ympäri maailmaa kokevat ja elävät urheilua tiedotusvälineiden kautta reaaliajassa. (Pirinen, 2006, 21–22.) Mediaurheilua luodaan mediaesityksillä, jotka representoivat urheilua ja ovat näin osa todellisuutta sekä samalla rakentuvat eli konstruoivat sitä. Monille urheilu on pelkästään mediaurheilua, tiedotusvälineiden esittämää, representoimaa urheilua (Pirinen, 2006, 21–22). Useat ihmiset puhuvat, lukevat, kuuntelevat ja katsovat urheilua mieluummin, kuin itse harrastavat sitä.

Elektronisen median kasvu on merkinnyt myös urheilun yleisökiinnostuksen maksimointia ja populaarikulttuuristamista (Raney & Bryant 2006, 64–65). Urheilusta on tullut vahva mediatuote ja liiketoimintaväylä. Media tarjoaa yhä enemmän

urheilullistettuja taloudellisia houkutuksia sponsoreille, mainostajille ja yleisölle. Mediaurheilussa on erityisesti kyse tuoteprosessista. (Houlihan 2003, 185, 191). Urheilun ominaispiirteet ovat hyödyllisiä medialle ja sen markkinoille. Näin urheilu tarjoaa myös keskeiset ainekset kasvattamaan median globaalia viihdetuotantoa. (Raney & Bryant 2006, 75.) Mediaurheilussa suoritukset kilpapakentillä eivät ole tärkeintä, vaan myös urheilijan näyttävyys ja imago saavat julkisuudessa yhä enemmän huomioita (Pfister 2003, 152). Urheilu antaa medialle ihanneruumiita ja sankareita. Media puolestaan tarjoaa näyttämön urheilulle ja ruumiin visualisoimiselle. (Turtiainen 2005, 64.)

#### 5.4 Naisurheilun asema urheilujulkisuudessa

Naisurheilijoiden asema on ollut aina sidoksissa yhteiskunnassa vallinneisiin asenteisiin ja arvostuksiin. Eri kulttuurien sukupuolijärjestelmät rakentuvat yhteiskunnallisista, poliittisista, taloudellisista ja tunnesidonnaisista suhteista, jotka ovat dynaamisia yhteiskunnalliselle kehitykselle. (Mäkelä 2007, 73–74.) Kulloisenkin yhteiskunnan sukupuoliroolit ja -ihanteet vaikuttavat ja muotoilevat median välittämiä viestejä. Samalla joukkotiedotus ylläpitää ja uusintaa sukupuolirooleja. Sukupuolien representointi on osa sosiaalista konstruktia. Pfister (2003) kuvaa osuvasti, että miehet ja naiset ovat sukupuolensa tuottajia, mutta myös sen vankeja. (Pfister 2003, 153.) Naisten urheilun asema on muuttunut viime vuosikymmeninä, vaikka urheilua pidettiin naisille osittain sopimattomana vielä 1990-luvulle asti. Naiset ovat vakiinnuttaneet asemaansa urheilukulttuurissa Suomessa tapahtuneen yleisen tasa-arvoistumisen ansioista. Nykyisin naisekin nostetaan miesten tavoin urheilusankareiksi. (Mäkelä 2007, 73–74.)

Kautta aikojen urheilu on kuitenkin rakentunut maskuliinisuudelle, joka on kohottanut miehisen suorituskyvyn naisten yläpuolelle. (Houlihan 2003, 89–90.) Urheilu voidaan nähdä symbolistisesti ja ideologisesti sekä erottelevana että sitovana (Rowe 1995, 135). Urheilun nojattessa perinteiseen sukupuoliseen ideologiaan, naisurheilu jätetään miesurheilun varjoon. Samalla symbolisesti se osaltaan sitoo naisten aseman miehelle



alisteiseksi. Tiihonen (2002) on todennut, että urheilun maailmassa naisen miestä alempi paikka on selvempi kuin ehkä missään muualla yhteiskunnassa. Urheilija voi edelleen olla parempi vain siksi, että on mies. (Tiihonen 2002, 141.) Juuri urheilussahan konkretisoituu nimenomaan naisten heikompi fyysinen suorituskyky miehiin verrattuna.

Media on ratkaisevassa roolissa naisurheilun ideologian rakentumisen kanssa ja naisurheilijoiden näkyvyyden marginalisoinnissa. On ollut jo kauan tunnistettavissa, että naiset ovat ali-representoituja mediassa miehiin verrattuna. Naisurheilijoiden representointi on usein keskittynyt ennemminkin ulkonäköön liittyvään kiinnostuksen kiihottamiseen kuin itse urheilusta raportoimiseen tai saavutuksiin. Lisäksi painotus on viehättävyydessä, persoonallisissa ansioissa ja seksuaalisuudessa. (Houlihan 2003, 93, 100–101.) Viime vuosikymmeninä mediaurheilun kasvun myötä naisten urheilusta uutisointi on kuitenkin laajentunut, mutta naisurheilu on edelleen marginaalista mediassa (Pirinen 2006, 39). Tasa-arvoistumisesta huolimatta naisurheilijoiden asema nähdään heikompana kuin miesurheilijoiden. Mäkelän (2007, 74–75) mukaan mediaa syytetään usein tästä epätasa-arvon ylläpitämisestä. Toisaalta naisurheilijat ovat saaneet enemmän näkyvyyttä median viihteellistymisen myötä. Koska näkyvyys perustuu usein ulkonäön ja seksuaalisuuden korostamiseen, ei naisurheilijan representointi tuo arvostusta itse urheilua kohtaan. Media luo naisurheilijoista tietynlaista kuvaa, jolla se vahvistaa ja uusintaa asennoitumista naisurheilua kohtaan. Naiskeho on kontrolloitu mainostamiselle ja fyysisen kauneuden arvostamiselle mediassa (Houlihan 2003, 101). Pänkäläisen (1998, 22) mukaan: ”Mitä enemmän urheilu viihteellistyy, sitä enemmän on kysyntää naisurheilijoille.” Pirisen (Pirinen 2006, 39) tutkimuksesta selviää, että naisurheilijoiden tila lehdissä on lisääntynyt 1950-luvulta 1990-luvulle, mutta kirjoitukset ovat painottuneet olympiavuosiin. Tämä konkretisoituu myös Mäkelä-Nummelan tapauksessa, jolloin julkisuus on keskittynyt nimenomaan olympiamenestyksen vuosiin.

Suomessa nykypäivän olympiavoittajia on kourallinen ja Satu Mäkelä-Nummela piti Lontoon olympialisiin asti ainoana suomalaisurheilijana hallussaan maailmanennätystulosta kahdentoista vuoden tauon jälkeen (Urheilulehti 2012). Urheilevana naisena Mäkelä-Nummela voidaan nähdä subjektina tiedotusvälineissä, jonka subjektiivudessa korostuu fyysinen toiminta, urheileminen ja ampumaurheilu (ks.

Pirinen 2006, 9). Mäkelä-Nummelan urheilujulkisuus ja naisurheilijaimago rakentuvat näin lehtitekstien representaatioista. Kuitenkin hämmäntävää on ampumaurheilun ja Mäkelä-Nummelan julkisuuden määrä verrattuna esimerkiksi lajeihin, jotka eivät ole tuoneet suomalaisille menestystä maailmalla. Esimerkiksi keihäänheitto nousee aina olympialaisten aikana julkisuuteen, toi se kansainvälistä menestystä tai ei. Lajien epätasainen näkyvyys osoittaa jälleen tiettyjen lajien julkisuuden tai kiinnostuskynnyksen epätasaisuutta.

Urheiluteksteissä stereotyyppinen nainen on kaunotar (Pirinen 2006, 23). Stereotyypeillä tarkoitan representaation muotoja, joilla maailmaa ja ihmisiä järjestellään hierarkkisesti. Naisten ulkonäköön on kiinnitetty niin kauan mediajulkisuudessa huomiota, että naisen kehokeskeisyydestä irrottautuminen on vaikeaa. (Herkman 2001, 221.) Naisille edustava ulkonäkö on eduksi mediaurheilussa. Urheilu-uutisoinnissa eniten tilaa saavat naisurheilijoista taitoluistelijat, voimistelijat ja tenniksenpelaajat (Pirinen 2006, 39). Mäkelä (2007) kuvailee tutkimuksessaan, että suomalaisessa kulttuurissa naiseen liitetään yleensä pehmeys, hentous, voimattomuus, hoivaavuus, alistuvuus ja tunteellisuus. Ulkonäkökuvaukset vahvistavat naisurheilijoiden stereotyyppisiä rooleja. Naisurheilijoista on tullut julkisia ruumiita. (Mäkelä 2007, 74, 76.) Urheilu-uutisointiin päätyvät usein kauniit, naisellisuutta ilmentävät naiset. Nykypäivän mediaalistuneessa ja visualisoituneessa yhteiskunnassa mediaurheilu seksualisoi naisurheilijoita (Turtiainen 2005, 52).

”Miehisten” lajien naisurheilijat asettuvat vastarintaan vallitsevaa sukupuolijärjestyksen suhteen (Pfister 2003, 155). ”Maskuliinisten urheilulajien” naisurheilijat haastavat vallitsevan sukupuolisen jaottelun urheilussa. Vaikka samanaikaisesti maskuliinisten urheilulajien suosio kasvaa naisten keskuudessa ja viittaa osaltaan urheilun ideologisen rakenteen muutokseen. (Markula 2010, 87.) Kun tarkastellaan Mäkelä-Nummelaa ampumaurheilijanaan, ei lähtökohtana ole kovinkaan stereotyyppinen käsitys naisurheilijasta. Kuvaan vaikuttaa paitsi miehinen laji, myös asean julkisuuskuva nyky-yhteiskunnassa. Tällöin syntyy ristiriita perinteiseen stereotyyppiseen urheilijakuvaan.

Naisihanteet ovat muuttuneet ja suuntautuneet kohti androgyynistä mallia, toisin sanoen sukupuolettomaan malliin, jossa vahva ja viehättävä nainen eivät ole toisiaan

poissulkevia asioita. Sekä ulkonäkö että urheilusuoritus nousevat näkyvyyden määrääviksi tekijöiksi. Usein naisurheilijat yrittävät olla samanaikaisesti urheilullisia ja naisellisia. (Pfister 2003, 161.) Pirinen (2006, 38) esittää tutkimuksessaan kolme pääväitettä naisurheilun uutisoinnista:

- naisten urheileminen saa vähän tilaa lehtien urheilusivuilta,
- naisurheilijoista kertovat artikkelit pääsevät harvoin sanomalehtien urheiluosaston ensimmäiselle sivulle,
- kilpailijoiden suorituksia ja saavutuksia havainnollistavia graafisia esityksiä ei ole tai niitä on vähän naisten kilpailuissa kertovissa artikkeleissa.

Mäkelä-Nummelan julkisuuskuvan hahmottaminen lehtiteksteistä osoittaa, millaista stereotypioista poikkeavan naisampumaurheilijan uutisointi on. Satu Mäkelä-Nummela uhmaa feminiinisyyden tunnusmerkkejä (ks. Turtiainen 2005, 54). Perinteisesti sukupuolirooleissa ase ei kuulu naiseen yhdistettävään stereotypiaan. Edelleenkin miehisiä lajeja; kuten nyrkkeilyä, ammuntaa tai painia ei pidetä naisille sopivina urheilumuotoina. Naisurheilijat ovat ikään kuin julkisia ruumiita. Julkisuuden taustalla vaikuttaa urheiluinstituution sukupuolihistoriallinen painolasti. Kun nainen menestyy maskuliinisessa urheilulajissa, kyseenalaistuu käsitys perinteisestä miehisyydestä voimana, suorituskynä ja kestävyytensä. (Ks. Turtiainen 2005, 53–54, 58.)

## 6 URHEILUJULKSUUDEN MERKITYSRAKENTEET

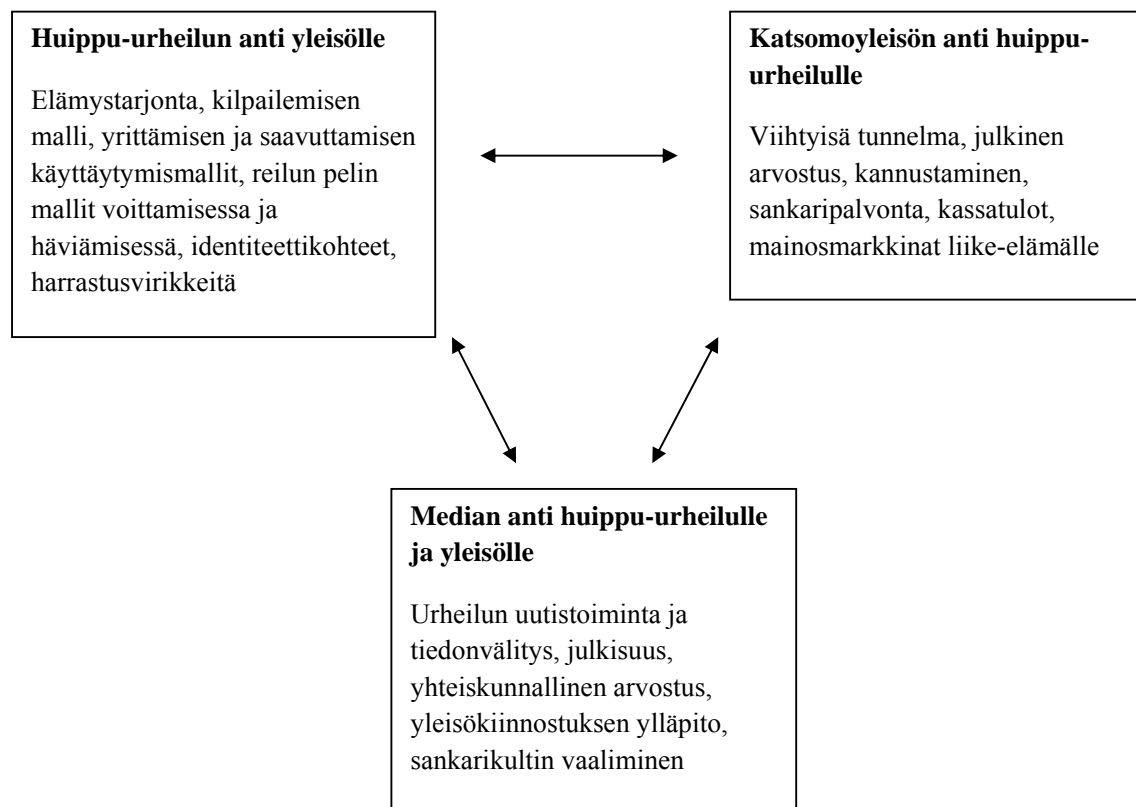
Urheilu välittää vahvoja tunnevirikkeitä, kilpailemisen myötäelämisen mahdollisuuden ja viihdettä. Urheilusta on kehittynyt median ansiosta nykyajan suosituinta viihdettä. Medialla on merkittävä rooli nykypäivän urheilukulttuurin kehityksessä muun muassa liikunnan ja urheilun tiedotuksessa, urheiluviihteen välittäjänä sekä liikuntakulttuurin arvojen heijastajana. Urheiluviestintä on kehittynyt rinnan järjestäytyneen urheiluliikkeen kanssa. Aluksi urheilujärjestöjen omat viestimet hoitivat tiedotuksen ja viestinnän. Urheilu- ja liikuntakulttuurin laajetessa siirtyi viestintä myös laajemmalle yleisölle kohdistuvaan joukkotiedotukseen. Median roolin tarkastelu liikuntakulttuurissa voidaan nähdä tiedonvälityksen, viihteen, symboliviestinnän ja sosiaalisen kontrollin näkökulmasta. (Heinilä 2000, 273–274, 276.)

Media tiedottaa urheilutuloksista ja tapahtumista, luo urheilusta viihdettä voimistaen urheilukulttuurin tapahtumia ja oheisantia. Urheilun avulla viestitään myös arvoista, yhteiskunnallisista oloista ja kansallistunteesta erilaisten symbolien kautta, joita voivat olla erilaiset merkit, asusteet tai eleet. Urheiluviestintä vaikuttaa myös yleiseen sosiaaliseen kontrolliin ja kansalliseen toimintakulttuuriin heijastaen erilaisia toimintamalleja tai suoranaisesti poliittisesti kantaa ottaen esimerkiksi ympäristökeskusteluun tai tasa-arvoon. Urheilun medianäkyvyyteen ja julkikuvaan vaikuttavat erilaiset yhteiskunnalliset merkitykset.

### 6.1 Urheilun kysyntä ja tarjonta mediassa

Huippu-urheilun, yleisön ja median välillä vallitsee vuorovaikutussuhde. Yleisön kysyntä säätelee median urheilutarjontaa. Viestinnän markkinoilla yleisölle pyritään tarjoamaan sitä mitä se haluaa. Urheilutapahtumien on pysyttävä tarjoamaan vahvoja ja uusia aistimuksia yleisölleen. Media antaa huippu-urheilulle julkisuuden, jota yleisö säätelee kiinnostuksensa mukaan. (Heinilä 2000, 300, 302.) Kuviossa 1. Heinilä (2000,

300, 302–303) kuvaa yleisöä ja mediaa pörssiksi, joka noteeraa urheilun julkisen arvon ja säätelee urheilusankaruutta.



KUVIO 1. Huippu-urheilun, yleisön ja median kumppanuus.

Rowen (1999) mukaan urheilu tarvitsee mediaa tavoittaakseen suuremman yleisön, joka konkretisoituu seuraajina kuulijoiksi, katsojiksi tai lukijoiksi. Median ansiosta urheilu pystyy löytämään laajat aistikanavat ja välittymään eri viestimiä pitkin. Olettamukseni mukaan media keskustelee yleisön kanssa urheilusta, ennustaa ja arvioi kilpailuja, tuomitsee moraalittomat tai häviäjät, palkitsee voittajat sekä viihdyttää. Media toimii kahden funktion, tiedottamisen ja viihdyttämisen, välimaastossa. Median ja urheilun suhde on dynaaminen, joka saattaa sisältää myös neuvottelua, valtapeliä, kompromisseja, salaisuuksia ja erimielisyyksiä. Tiedostamattomasti ja tietoisesti median

ja urheilun välinen suhde luo urheilulle julkisuuskuva. (Rowe 1999, 30–32.) Tämän dynamiikan median ja urheilun välillä voidaan olettaa olevan yleisön kiinnostuksesta riippuvainen.

Media ja urheilu toimivat monimutkaisessa välttämättömyyssuhteessa toisiinsa nähden. Media antaa urheilulle kulttuurista ja materiaalista pääomaa ja urheilu tuottaa medialle yleisölle myyviä aiheita. Urheilu on saavuttanut laajan yleisön ja intensiivisen vaikutuksen viestimissä. Media voi tuottaa urheilulle lisää näkyvyyttä ja yleisöä viestinnän avulla. Urheilijat ja urheilu voi saavuttaa laajaa yhteiskunnallista ja sosiaalista näkyvyyttä median välityksellä. (Rowe 1991, 349, 356, 358.) Tietosisältö valikoituu ja muotoutuu yleisöodotusten ja kysynnän mukaan, mikä tarkoittaa viestinnän tietynlaista rajoittuneisuutta ja pinnallisuutta. Urheilujulkisuus elää yleisön ehdoilla median värittämän viihteen kehässä. Voidaan nähdä, että urheilun osuus mediassa muodostuu sen kiinnostavuuden ja kysynnän mukaan.

Urheilun viestintään vaikuttaa myös urheilutuotteen, median ja sponsoreiden niin sanottu kolmiyhteys. Urheilumedia on painottunut huippu-urheiluun, jota pidetään nykyisin varsin tuotteistettuna toimintana. Urheilulla on mediassa ja kasvavassa määrin myös yhteiskunnassa välineellistetty asema. Urheilutuotteen tapahtumia seurattaessa yleisö altistuu länsimaisen kulutuskulttuurin markkinoille. Eriytyneestä urheilukulttuurista viestivä media joutuu jakautumaan käytettävissä olevien resurssien ja intressien suhteen. Näin ollen urheilumediaankin syntyy työnjako eri julkisuuden tasoille. Urheilutoimittajat ja -toimitukset tulkitsevat urheilua eri tavoin. Markkinoilla toimivan urheilumedian on myötäiltävä urheiluyleisön mieltymyksiä. (Itkonen ym. 2008, 33–37.)

Ihmiset seuraavat urheilua eri intresseistä ja näkevät siinä eri asioita. Jotkut ovat viehättyneet urheiluun kuin uskontoon, toiset taas pitävät sitä sortona tai vaarallisena institutionaalisenä voimana. Kunnia ja kauneus saattaa hehkua kolmannen silmistä urheilua kohtaan. Urheilua seuraava yleisö tuntee vahvasti urheilusta ja urheiluun. (Steen 2007, 1.) Media mahdollistaa intensiivisen ja realistisen urheilun seuraamisen ilman kilpailupaikalle menemistä. Median ja urheilun yhteys sijoittuu laajaan sosiaalisen siirron ja viestinnän kontekstiin luoden yhteiskunnallista kompetenssia, eli pätevyyttä, toinen toisilleen yleisön kiinnostuksen kysynnästä riippuvaisina.

Urheilu tarjoaa medialle yleisöä, aiheita, uutisia ja viihdettä. Media luo keskustelua urheilusta ja urheilun kanssa, taustoittaa, tiedottaa, tuomitsee ja spekuloi. Urheilun ja median välillä on monia jännitteitä: vallan kilpailua, neuvotteluita, lupauksia, erimielisyyksiä, yhteistyötä ja salaisuuksia (Rowe 1999, 26–28, 32). Urheilulla on sosiaalista valtaa itsenäisenä kulttuuri-ilmionä yhteiskunnassa, mikä on myös urheilun tärkeä etu viestinnässä ja medianäkyvyyden saavuttamisessa (Rowe 1991, 359).

## 6.2 Urheilu viihteenä

Nykypäivän median viestimä urheilu on viihdettä, jonka avulla yleisö voi myötelää urheilijoiden tähtihetkissä ja saavutuksissa. Näin huippu-urheilun, median ja yleisön välille on syntynyt vahva vuorovaikutussuhde. Urheiluviihde on monimuotoista ja sen merkitys vaihtelee eri yleisön mukaan. Heinilä (2000, 287–288) toteaa, että niin kauan kuin on kilpailtu paremmuudesta, on urheilu tapahtumana herättänyt myös sivustaseuraajan kiinnostusta. Ihmisen myötelämisen taito aktivoituu herkästi juuri kilpailun kaltaisissa dramaattisissa tilanteissa. Yleisö on ollut osa urheilua alusta alkaen luoden tapahtumaan jännitystä ja urheilujuhlan tunnelmaa (Rowe 1999, 2). Urheilukulttuurin laajenemisen ja kansainvälisen kilpailun nopea kasvu on lisännyt suuren yleisön kiinnostusta urheilutapahtumia kohtaan. Nykypäivän media on vaikuttanut ratkaisevasti tähän kiinnostuksen kasvuun. Media uutisoi ja värittää urheilua yleisökiinnostuksen mukaan, ja yleisön lisääntyvä urheilunälkä ruokkii median urheilutarjontaa. (Heinilä 2000, 287–288.)

Huippu-urheilun viihdearvoa mediassa kuvaa urheilutoimituksen päällikön näkemys Itkosen ym. (2008) tutkimuksessa:

*”Viihde ja tunteiden nostatus on yksi ainoita pakokeinoja ihmiselle, sellaisia selkeitä pakokeinoja, joiden avulla pääsee pois. Koska työpäivä pitenee ja kaikki tällaiset näin, niin se on sellainen hyvä pakokeino tällaisen tunneskaalan laajennukseen tai siirtymiseen jollekin muulle tasolle. Mutta ehdottomasti viihde on se kärkijuttu.”*  
(Itkonen ym. 2008, 47.)

Viestimet elävät urheilun tähtihetkestä, suurista saavutuksista, ennätyksistä ja suurista tapahtumista. Urheiluviihde on erilaista eri viestimissä. Sanomalehtien urheiluviihde rakentuu paljolti kilpailuselostuksiin, henkilöhaastatteluihin, sankarikertomuksiin ja urheilutähtien tekemisistä raportoimiseen. Radio ja erityisesti televisio välittävät tyypillisesti suoria urheilulähetyksiä kilpailuista ja kilpailutapahtumista. (Heinilä 2000, 276–277.) Internetin välityksellä urheilua on mahdollista seurata suorista urheilulähetyksistä, urheilijoiden blogipäivityksistä, nettiartikkeleista tai kuvasarjoista. Urheiluviihde on muuttunut penkkiurheiluksi, joka ei vaadi paikan päällä seuraamista. Urheilua voi seurata eri viestimistä niin kotioloista sohvalta tai koneen äärestä kuin liikenteessä tai kuntosalin juoksumatolta. Urheiluviihde ei ole enää sidottu paikkaan ja seuraamistapaan. Nykypäivän media ulottuu yksilövalintojen mukaan lähes paikkaan kuin paikkaan.

Urheilumedia välittää oheistuotteena täyteohjelmia, joita ovat muun muassa lupaavien urheilijoiden esittely, valmennus-, terveys- ja perhekuulumiset ja sankarimuistojen kertaukset. Urheilun suur tapahtumat, maailmamestaruus- ja olympiakisat ovat yleisön keskuudessa kysytyimpiä. Yleisön kiinnostus herätetään ennen kisoja tapahtuvalla viestinnällä, jota pyritään asteittain vahvistamaan kisojen aikana. Ensivaiheen viestinnällä on tarkoitus virittää yleisö kisatunnelmaan, kartoittaa menestysodotukset ja esitellä ennakkoon tulevaa. Kilpailujen aikana media ruokkii yleisön urheilunälkää erilaisin uutisin hehkuttaen iloa tai pettymystä, kansallisylpeyttä tai nöyryudentunteita. Median ansioista kilpailutapahtumien aikana kisat saattavat täyttää vapaa-ajan, hallita työpaikkakeskusteluja tai säädellä työ- ja lomajärjestelyjä. Kisojen jälkiseuranta puolestaan arvioi ja kritisoi asetettujen ja saavutettujen tavoitteiden suhdetta. Median täyttävät sankarikertomukset tai mahdollisten pettymysten ruodinta, haastattelut ja



tulosspekuloinnit. (Heinilä 2000, 277.) Urheilijaan kohdistuvat odotukset luovat käsikirjoituksen, johon suoritusta lopulta verrataan. Muutokset tässä käsikirjoituksessa ovat odottamattomia käänteitä, jotka luovat journalistista draama-ainesta. (Virtapohja 1998, 182.)

Urheilijoista on tullut viihdeteollisuuden työntekijöitä, joille julkisuus tuottaa taloudellista voittoa ja markkina-arvoa. Urheilijat luovat julkisuuskuvaansa vaihtelevasti joko urheilumenestyksellään, värikkäillä lausunnoillaan, ulkonäöllään, radikaalilla toiminnallaan tai ääritapauksissa skandaaleilla. Media luo urheilijoille julkisuuskuvan ja roolit yleisön kysyntää mukaillen. (Laakso 1997, 45–46.) Virtapohja (1995, 70) kuvailee, kuinka urheilija nykyisin lähestulkoon rinnastetaan korvausta vastaan työskenteleviin artisteihin. Urheilujulkisuutta luodaan monista eri lähtökohdista. Urheilun on sävytettävä katsojaa ansaitakseen hänen mielenkiintonsa (Virtapohja 1995, 45–46). Tapahtumien luonne ja urheilijan toiminta luovat julkisen arvon mediatarjonnassa. Median luoman urheilujulkisuuden kuva urheilusta on rajallinen, viihde- ja markkina-arvoon perustuva.

### 6.3 Urheilun symbolimerkityksien näkyminen mediassa

Urheilu ja urheilija voi edustaa tai symboloida erilaisia arvoja. Julkisuuskuvaa käytetään symbolisiin tarkoituksiin urheilijan itse voimatta juurikaan vaikuttaa siihen. Urheilua ja sen sankareita käytetään imagon ja identiteetin rakentamiseen sekä myynnin edistämiseen. (Virtapohja 1998, 238.) Media käyttää hyväkseen urheilun moninaisia symbolimerkityksiä. Urheilu tunnetaan muun muassa rauhanliikkeenä, kansainvälisen yhteisymmärryksen rakentajana, kansallisen arvon vahvistajana, ihanteiden antajana ja tavoitteisiin pyrkimisen esimerkkinä. Kansallistunteella hehkuttelua värittää edelleen urheilujulkisuudessa suomalaisen peräänantamattomuuden ja yrittämisen aate. Urheilun symbolimerkitysten taustalla piilee vahvasti ihmisten kollektiivisen identiteetin tarpeet. Heinilän (2000) mukaan urheilumedia elää pitkälti ihmisten haavekuvien ja urheilijoiden menestyksen varassa (Heinilä 2000, 278–279). Maksimaalinen kilpailu, äärirajoille viety suoritus ja sankaruuden haave näyttäytyvät urheiluarvostuksessa.

Urheilija on sankari, joka saa arvonsa voiton kautta. Häviäjä on häviäjä, vailla kunnioitusta, hän saa korkeintaan myötätuntoa kykenemättömyyteensä. Vanhassa suomalaisessa Usko Kempin kansan runossa konkretisoituvat kansallisaatteen, urheilun ja sankaruuden arvostus.

*ME USKOMME URHEILUUN*

*Vain kilvassa urheilun,  
voi yhtyä kansojen nuoret,  
ja voimalla urheilun  
me murramme pois vihan.  
SISU, siinä johtotähti,  
siitä se voimamme ennenkin lähti!  
Ja uskomme tulevaisuuteen!*

(Arponen, Hannus & Kanerva 2000, 217.)

Penkkiurheilun ja urheilujournalismin suosio perustuu osaltaan mahdollisuuteen samaistua menestystarinoihin ja urheilun sankareihin. Media antaa yleisölle virtuaaliaistimuksen menestyksestä ja voittamisesta luoden urheilusankareita ja idoleita. Heinilän (2000) mukaan urheilun symbolimerkitysten taustalta on löydettävissä ihmisten kollektiivisen identiteetin tarpeet, joita media heijastaa ja vahvistaa. Usein viestinnässä suurennellaan oman kansan saavutuksia ja vähätellään muiden saavutuksia. (Heinilä 2000, 278–279.) Rowe (1991) kuvailee urheilua samaan aikaan sekä kansoja yhdistäväksi että erottelevaksi taistoksi paremmuudesta ja etevyyden osoituksesta, joka kerää ympärilleen valtavasti kiinnostusta rakentaen yhteisöllistä ja yksilöllisiä identiteettejä. Urheilulla on voitu välittää erilaisia demokraattisia päämääriä tai tasa-arvoa urheilijoiden kautta. Esimerkiksi kansanväliseen julkisuuteen koripallomenestyksensä kautta noussut yhdysvaltalainen Michael Jordan taisteli rotusyrjintää vastaan kohoten yhdeksi kaikkien aikojen myydyimmäksi ja markkinoiduimmaksi urheilijaksi. (Rowe 1991, 356–358.) Ampumaurheilun näkyvyydessä puolestaan aseensymboliikka nousee keskiöön. Ase symboloi eri asioita

ampumaurheilijalle, kuin esimerkiksi lajia harrastamattomalle henkilölle, jolle se saattaa symboloida vaaraa.

Pekingin olympialaisista julkaistussa Helsingin Sanomien (2008) liitteessä Reetta Meriläinen toteaa: ”Olympiakisat eivät mainosta itseään terveillä elämäntavoilla, eikä penkkiurheilija haltioitu huvinvuoksiurheilusta. Olympiahuuma syntyy ääri rajoja hipovista esityksistä, ihmesuorituksiin pystyvistä urheilijoista, hurjista kamppailuista. Näin oli 2800 vuotta sitten, ja näin on vuonna 2008.” (Helsingin Sanomat 6.8–24.8.2008). Urheilun ennätykset, voitontaistelu ja nuo ihmeelliset urheilijat uskomattomine suorituksineen tuottavat todellisuuden draamallaan yleisölle monia merkityksiä sekä mahdollistavat ”minä” ja ”me”-kokemusten vahvistumisen. On jotain mitä arvostaa, mihin uskoa ja mitä ihmetellä. Satu Mäkelä-Nummelan Pekingin finaaliampunta toi Suomelle kauan odotetun olympiakullan. Mäkelä-Nummela saavutti kultaa ampumalla, mikä puhututtaa sekä ampumisen että aseiden symboliikkaa ja merkityksiä.

#### 6.4 Urheilumedian sosiaalinen kontrolli

Medialla on yleisen mielipiteen muokkaajana ja kansakunnan ajattelun säätelijänä myös yhteiskunnallinen vastuu (Itkonen & ym. 2008, 15). Median yhteiskuntavastuuna pidetään yhteiskuntajärjestyksen valvontaa, toimimista niin sanottu demokratian vahtikoirana. Tämä konkretisoituu yleisen yhteiskunnan edun vaalimisena, yhteiskunnallisten ilmiöiden erittelynä ja väärinkäytösten paljastamisena. Urheilumedian voidaan nähdä olleen melko löysä yhteiskunnallinen vahtikoira. Esimerkiksi mediassa urheilun moraalista ollaan kiinnostuneita kysynnän mukaan eli siinä tapauksessa, jos se antaa aihetta myyviin juttuihin. Tämä heijastaa urheilumedian ja huippu-urheilun intressien yhdensuuntaisuudesta. Media valvoo urheilun sääntöjen etiikkaa markkinoiden ehdoilla. Urheilusta tutkivaa journalismia ei ole lähes ollenkaan. (Heinilä 2000, 279, 280.) Urheilun sosiaalinen kontrolli konkretisoituu mediassa melko harvoin argumentointiin rotusyrjinnästä, stereotypisoinnista, sukupuolikysymyksestä, väkivallasta ja aggressiosta (ks. Rowe 1999, 105).

Urheilun sääntörikkomukset ja epäeettinen toiminta on yleisesti tuomittavaa, mutta mediassa myyvä. Viestintä ei vahdi urheilullista oikeutta ja rehellisyyttä, se tiedottaa ja viestii markkinoilla myyviä aiheita. Urheilun päättäjät tekevät tuomiot ja media jättää kantaaottavalla viestinnällään yleisölle oikeudellisuuden arvioimisen. Media tarjoaa yleisön kysynnälle urheilun draamaa ja tuo urheilijat kansan julkisuuteen arvioitaviksi. Esimerkiksi doping- tapaukset saavat yleisön hyväksynnän tai tuomion juuri viestimien kautta. Edelleenkin media ruotii vuoden 2001 Lahden MM-hiihtojen suomalaisten urheilijoiden doping-tapauksia. Kymmenen vuotta julkisuudessa enemmän tai vähemmän esillä ollut skandaali myy yhä. Media on toiminut julkisuuden määrittäjänä ja yleisö jatkuvuuden vahvistajana. Urheilukulttuuri langettaa sääntöjen rikkomuksista tuomiot, mutta niiden mediasuosion määrittää yleisön kysyntä.

Ampumaurheilun medianäkyvyyttä heikentää urheiluammunnan ja yhteiskuntaa vahingoittavan väkivaltaisen ammunnan negatiivinen toisiinsa yhdistäminen. Vaikka ampumaurheilu ei kohdistu mitenkään toisen vahingoittamiseen, haluaa media valvoa aseiden käytön haittavaikutuksia ja vaikuttaa ammunnan julkisuuteen yhteiskunnassa. Fakta siitä, että ampumaurheilukin on saanut alkunsa metsästyksestä ja aseiden käyttämisen taidoista, heijastuu edelleen. Tällöin taustalla on nimenomaan aseiden alkuperäinen käyttötarkoitus. Yhteiskunta ei halua lisätä aseiden haittavaikutuksia, joten se vaikuttaa median sosiaaliseen kontrolliin ampumaurheilusta.

## 7 AMPUMAUURHEILU MEDIASSA

Tässä luvussa käsittelen ampumaurheilun asemaa mediassa ja kvantitatiivisen aineiston tuloksia. Pirinen (2006, 39) toteaa, että tiedotusvälineissä ne tapahtumat ja henkilöt, jotka koetaan tärkeiksi, saavat paljon tilaa. (Pirinen 2006, 39.) Edellinen lause johdattelee urheilujulkisuuden määrälliseen ja laadulliseen ytimeen. Ne lajit ja urheilijat, jotka koetaan tärkeiksi ja yleisön kannalta kiinnostaviksi, myös myyvät mediassa ja nousevat näin julkisuuteen.

Ammunta on ollut yksi suomalaisen historian suosituimmista urheilulajeista. Suojeluskuntaliike ja sotilaskoulutus ovat vaikuttaneet lajin vahvaan kansalliseen juurtumiseen. Tuolloin urheiluun liittyi paljon isänmaallista latausta. Ammunta oli alkujaan vain miesten laji. (Virtapohja 1998a, 44.) Nykyään lajin parissa on myös paljon naisia. Ampumaurheilu on ollut suomalaisille mitalirikas laji 2000-luvun kesäolympialaisissa. Ampumaurheilijat toivat mitalit Sydneyn 2000, Ateenan 2004 ja Pekingin 2008 olympialaisista. Suomen ampumaurheiluliitto on perustettu 19.1.1919. Se on yksi vanhimmista ja vahvimmista suomalaisista lajiliitoista. Ampumaurheiluliiton tarkoituksena on edistää ja kehittää ampumaurheilua Suomessa ja olla mukana kansainvälisessä ampumaurheilutoiminnassa. Ampumaurheiluliiton alaisia lajeja ovat kivääri-, pistooli-, haulikko-, ristimaali-, practical-, siluetti-, kasa- ja mustaruutiammunta sekä vammaisampumaurheilu. (Ampumaurheiluliitto 2012.)

Urheilun avulla voidaan edistää kansalais-kasvatusta ja vaalia yhteisiä arvoja. Nykypäivän kontekstiin suhteutettuna herää kuitenkin kysymys, pystyykö ampumaurheilu enää olemaan lajina kansallis-kasvatuksellinen ja yhteiskunnalliseen ideologiaan istuva? Liikuntakulttuurilla voidaan kokonaisuudessaan vahvistaa kansallista identifiointia ja mukailia julkisen järjestyksen rationaalisuutta (Ks. Eichberg 2004, 15). Vaikka todellisuudessa ampumaurheilu on urheilulaji ilman väkivaltaa ja satuttamista. Tästäkin huolimatta yhteiskunnalle ase on ase. Olisi se sitten urheilu- tai tappoväline. Kuitenkin Suomen Ampumaurheiluliitto tuo esille, että: *”Liiton missiona on edistää ja kehittää turvallista, ampumaradoilla tapahtuvaa ohjattua ampumaurheilutoimintaa.”* (Suomen Ampumaurheiluliitto 2012). Ampumaurheilun

medianäkyvyyteen vaikuttaa yhteiskunnan suhde aseeseen ja poliittisiin linjauksiin sekä lajin yleinen asema urheilukulttuurissa.

Eichbergin (2004, 27–28) mukaan urheilija ei ole koskaan yksin maailmassa, vaan liikkuu aina jossain sosiaalisessa suhteessa. ”Ihmisen olemassaolo on liikkumista yhdessä, eli olemassaoloa toisten kanssa, ihmisyyttä ihmisyyhteisössä.” Ampumaurheilu tarvitsee toisten hyväksynnän ollakseen myös yhteiskunnalle urheilulajina hyväksytty. Urheiluun kohdistuu paljon odotuksia, joten siksi se on myös moraalisesti herkkä (Kotkavirta 2004, 31). Yhteisön moraalit rakentuu moraalisesti hyvää ja oikeaa koskevista käsityksistä, joihin sen jäsenet ovat sitoutuneet. Moraali säätelee ihmisten elämää, toimintaa ja kanssakäymistä ajastusten, asenteiden, tunteiden ja halujen tasolla (Kotkavirta 2004, 35.)

Myös urheilussa moraalit vetoaa toiminnan perusteita koskevaan tajuun. Kun jokin urheilu herättää paheksuntaa, vetoaa se myös moraaliseen tajuun. Urheilua itsessään pidetään moraalisesti myönteisenä ja vahvistavana asiana. (Kotkavirta 2004, 33, 36.) Huippu-urheilun moraaliset ongelmat johtuvat pitkälti monien ryhmien eri intressien kohtaamisesta. Nimenomaan huippu-urheiluun liittyy voimakkaita sekä poliittisia että taloudellisia intressejä. Urheilu vaikuttaa väistämättä ihmisten arvomaailmoihin ja arvovalintoihin. (Kotkavirta 2004, 38–39.) Yhteiskunta pyrkii kontrolloimaan haitallisten vaikutusten syntyä. Suomessa julkisen hallinnon arvot rakentuvat demokraattisen oikeusvaltion ja pohjoismaisen hyvinvointivaltion arvopohjaan (Paavola 2007, 87).

Yhteiskunnalliset traagiset ampumasurmat ovat vaikeuttaneet ampumaurheilun näkyvyyttä lajina, vaikka Satu Mäkelä-Nummelan olympiavoitto toi jälleen lajia positiiviseen valoon. Tässä voidaan huomata ampumaurheiluun suhtautumisessa arvonmuutoksia. Kun puhutaan ampumaurheilun eettisestä pohdinnasta, viitataan lajissa vallitseviin moraalisten arvo- ja normikäsitteiden pohtimiseen ja arvioimiseen (ks. Kotkavirta 2004, 35). Kuitenkaan ampumaurheilun vallitsevia eettisiä kysymyksiä ei nosteta lehtisuutisoinnissa mitenkään erityisemmin esiin. Siitä uutisoidaan neutraalisti ja yleensä uutissähkemuodossa, jossa uutissisällöt esitetään yhteenvetomaisen tiivistetysti.

Laineen (2011) väitöstutkimuksessa ammunta nousi suomalaisten iltapäivälehtien Ateenan 2004 kesäolympialaisten uutisoinnissa neljänneksi, seitsemän prosenttiosuudella. Tuolloin ammunnan suuri uutisointimäärä selittyi Marko Kemppaisen haulikkoammunnan hopeamitalilla. (Laine 2011, 181.) Pekingissä ampumaurheilu sai jälleen olympiamitalin, jonka pitäisi nostaa myös ammunnan uutisointilukuja ja näkyvyyttä. Ampumaurheilu esiintyy julkisuudessa vain menestystilanteissa. Lajin eettisyyden kyseenalaisuus ja yhteiskunnan tapahtumat tai tilanne hillitsee uutisointia. Satu Mäkelä-Nummelan mukaan urheiluammuntaa leimaa liikaa yhteiskunnallisesti vaarallisen urheilun rooli:

*”Näin se vaan on, et ammunta ei oo koskaan ollu sellanen näkyvä laji, tai muutako negatiivisesti-- ammuntaan, riittää kolme sanaa Jokela-Kauhajoki-Sello. Eli siis semmosilla asioilla, mitkä ei ees liity urheilummuntaa, niin yhdistetään siihe.”*

Lehtiseuranta osoittaa, ettei ampumaurheilua nähdä mediaseksikkäänä lajina ja nainen ampumaurheilijana voi herättää kritisointia yhteiskunnan rooli-aottelussa epäfeminiinisenä lajina. Ampumaurheilun voidaan olettaa olevan julkisuuskiinnostuksen alapuolella ja sosiaalisen kontrollin hiljentämä.

### 7.1 Ampumaurheilun suhde yleisöön ja sponsoreihin

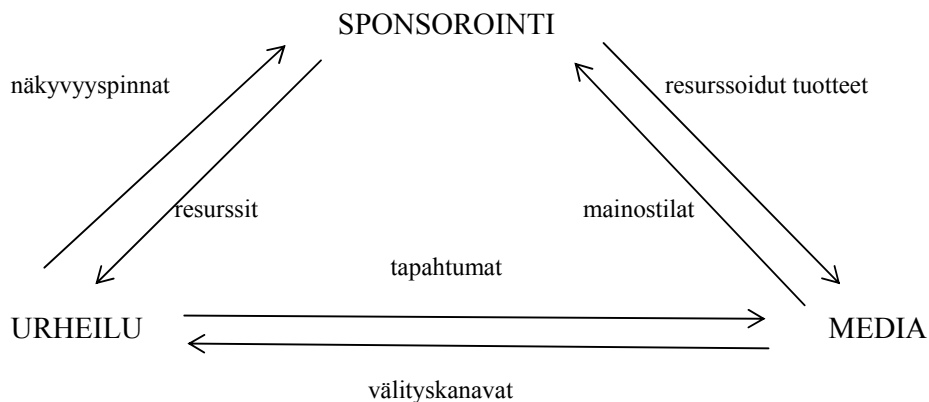
Ampumaurheilu julkisuutta voidaan lähteä analysoimaan Heinilän (2000, 300) huippu-urheilun, median ja yleisön kumppanuuden kautta. Ampumaurheilu tarvitsee yleisöä päästäkseen mediaan. Yleisö muodostaa urheilun kysynnän ja media julkisen tarjonnan. On siis kysyttävä, antaako ampumaurheilu yleisölle elämystarjontaa, kilpailemisen, yrittämisen ja saavuttamisen käyttäytymismalleja, reilun pelin mukaisen käsityksen voittamisessa ja häviämisessä, identiteettikohteita tai harrastusvirikkeitä. Jos näin on, yleisö osoittaa kysyntää urheilulajia kohtaan, vaikuttaa sen mediantarjontaan ja lajin katsomoyleisöön. Näin yleisö ylläpitää kassatuloja sekä avaa mainosmarkkinat liike-elämälle. Media puolestaan tarjoaa yleisölle urheilun uutistoimintaa, tiedonvälitystä ja viihdettä sekä ylläpitää yleisökiinnostusta ja vaalii lajin urheilusankareita. Samalla

ampumaurheilu saa julkisuutta ja yhteiskunnallista arvostusta. (Ks. Heinilä 2000, 300.) Media yhteiskunnallisena vahtikoirana joutuu tilanteisiin, jolloin tietynlainen julkisuus ei ole yhteiskunnalle hyväksi. Kaupallisuus, vallalla olevat ideologiat ja politiikka vaikuttavat siihen, mitä media julkaisee ja miten se asiat esittää. Jokainen aika toistaa kulttuurisia käsityksiä ja median representaatiot vaihtelevat aikansa mukaisesti tilanteittain, erilaisissa asia- ja merkitysyhteyksissä. (Halonen 2005, 16.)

Ampumaurheiluliiton toiminnanjohtaja Risto Aarrekiivi totesi Helsingin Sanomien (2008) haastattelussa Kauhajoen koulusurmien vaikuttaneen erityisesti ihmisiin, jotka suhtautuvat tilanteeseen ristiriitaisesti. Aarrekiiven mukaan lajin tuntevat ymmärtävät, ettei koulusurmilla ole mitään tekemistä ampumaurheilun kanssa. Lajia jopa rankaistiin joissain lausunnoissa tragedian jälkeen. Ampumaurheiluliitto haluaa kuitenkin kantaa yhteiskunnallista vastuuta ja toivoo ettei kouluammuntatapaukset vaikuttaisi lajiin. Ampumaurheilu saavutti Pekingin olympialaisissa kultaa ja pronssia, mitkä vaikuttivat lajin positiiviseen näkyvyyteen. (Helsingin Sanomat 25.9.2008) Veikkaaja-lehti uutisoi ennen Lontoon olympialaisia: Suomen Olympiakomitealle amunnasta on tullut merkittävä laji, koska pyssyporukka on lähes ainoa lajiryhmä, joka on pysynyt mukana kansainvälisessä kilpailussa.” (Veikkaaja Lontoon kisaopas 2012).

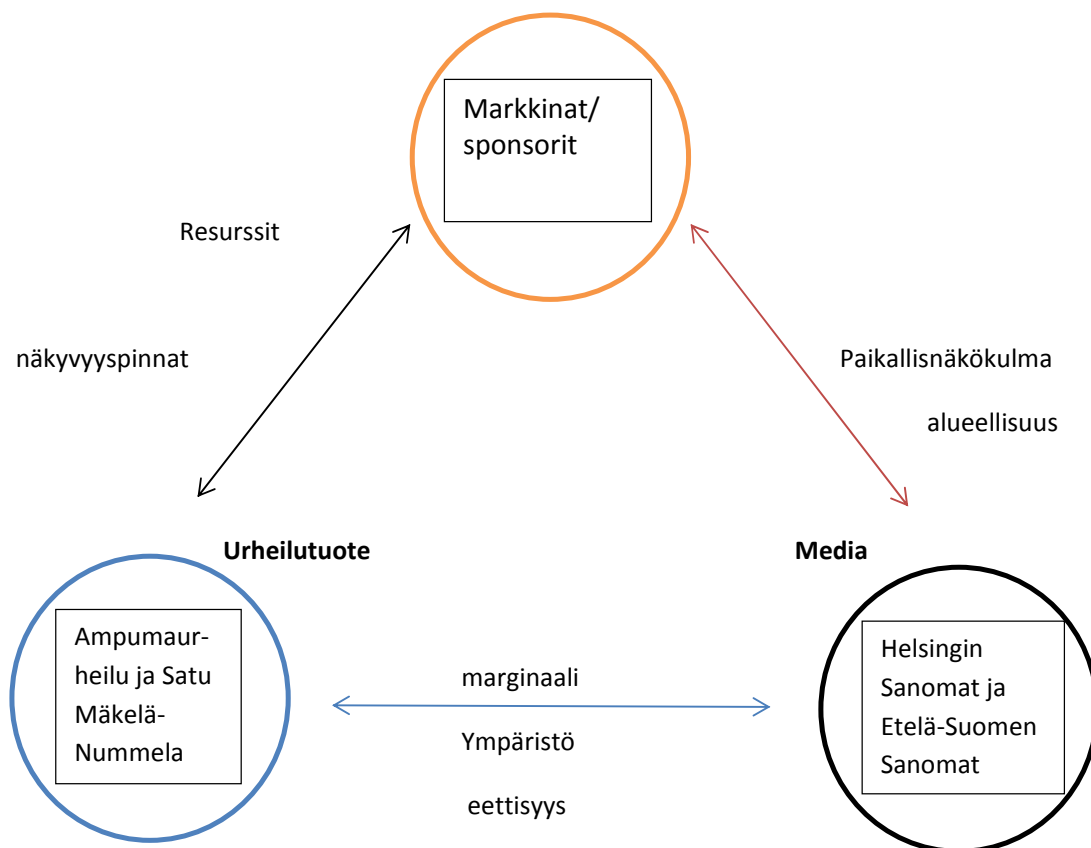
Ampumaurheilun imago ja kysyntä vaikuttavat myös sen sponsoreihin. Nykypäivänä urheilu, sponsorointi ja media muodostavat tiiviin kolmikentän tarviten toistaan. Havainnollistan tilannetta Itkosen ym. (2007) urheilun, sponsoroinnin ja median kolmiyhteydellä, joka ilmentää eri tekijöiden sisäiset vuorovaikutussuhteet ja -velvoitteet, kuvio 2. (Itkonen ym. 2007, 21–22).





KUVIO 2. Urheilun, sponsoroinnin ja median toiminnalliset yhteydet ja sopimuksellisuus (Itkonen ym. 2007, 22).

Kun kuvio muokataan käsillä olevan tutkimuksen eri tekijöihin:



KUVIO 3. Ampumaurheilu, sponsorit ja media

Kuvion 3. kautta voidaan havainnollistaa, että kaikilla kolmella toimijataholla on omat odotuksensa toistensa suhteen. Urheilutuote eli ampumaurheilu tarvitsee sponsoreiden myöntämiä taloudellisia resursseja, ja median tarjoamaa näkyvyyspintaa niin lajille kuin sponsoreillekin. Ampumaurheilun on oltava riittävän arvokas sponsoreille, jotta taloudellinen panostus kannattaa. Lajin kautta sponsorit saavat näkyvyyttä mediassa, joka toimii välityskanavana. Ampumaurheilun sponsoroinnin ja median suhde on välillisempi kuin ampumaurheilun ja median välit tai sponsoreiden ja ampumaurheilun välit. Näin, koska sponsorit ja markkinat tarjoavat medialle resursoituja tuotteita eli mainostavaraa. Media osaltaan antaa markkinoille ja sponsoreille mainostilaa. Toisin sanoen median ja sponsoreiden välille syntyy välillinen hyötysuhde. Kun taas media antaa välitöntä hyötyä, näkyvyyttä, ampumaurheilulle, joka puolestaan tarjoaa välitöntä materiaalia medialle. (Ks. Itkonen ym. 2007, 22–23.)

Itkonen, Ilmanen ja Matilainen (2007) ovat tiivistäneet, että mitä toimivampi urheilun, sponsoroinnin ja median välinen suhde on, sitä vankemmaksi urheilulajin asema muodostuu. Yhden osapuolen heiketessä heikkenee lajin ja urheilijan asema mediallis-markkinallistuneessa yhteiskunnassa ja sen urheilukulttuurissa. (Itkonen ym. 2007, 23). Tästä päästään siihen, miten heikko sponsorointi vaikuttaa ampumaurheiluun. Mäkelä-Nummela harmitteli, että koulusurma- ja muut julkiset ampumatapaukset ovat vaikuttaneet sponsoreiden hankintaan. Eräs merkittävimmistä urheiluspsoreista oli kieltäytynyt sponsoroimasta ampumaurheilua. Perusteena ovat olleet Jokelan, Kauhajoen ja Sellon ampumatapaturmat.

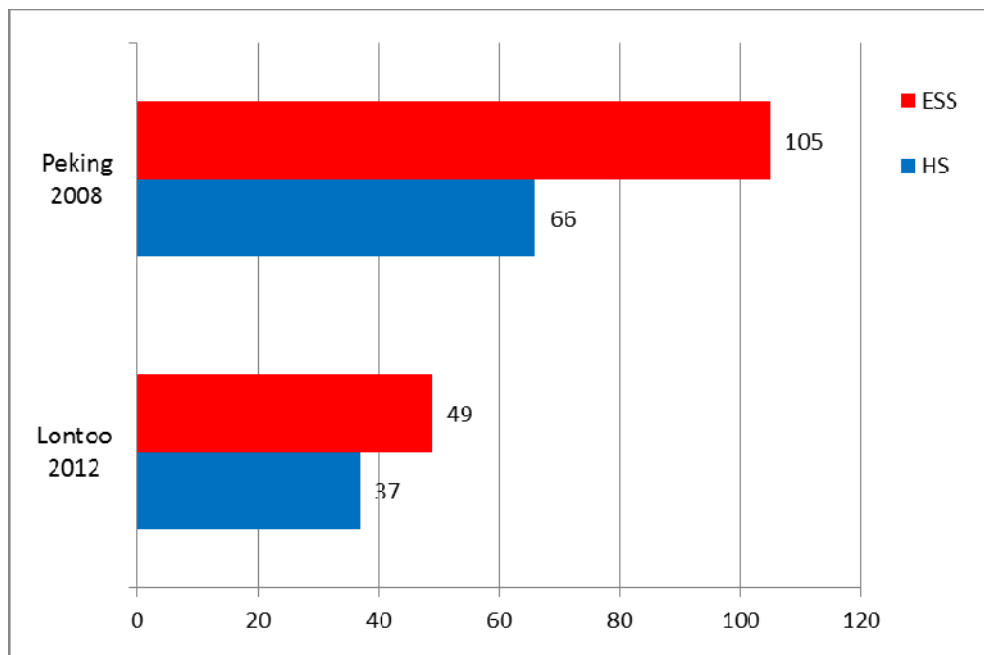
Edellä mainittujen perusteella voidaan todeta, että ampumaurheilun sponsorointi ja medianäkyvyys on ollut tiukilla, vaikka laji saavutti Pekingin olympialaisista kultaa ja pronssia.

## 7.2 Ampumaurheilun näkyvyys Helsingin Sanomissa ja Etelä-Suomen Sanomissa Pekingin 2008 ja Lontoon 2012 olympialaisten aikana

Tutkimuksen tarkastelu rakentui Pekingin 2008 ja Lontooseen 2012 olympialaisten aikaiseen uutisointiin, jolloin havainnoin olympialaisten ennakkotapahtumia, itse

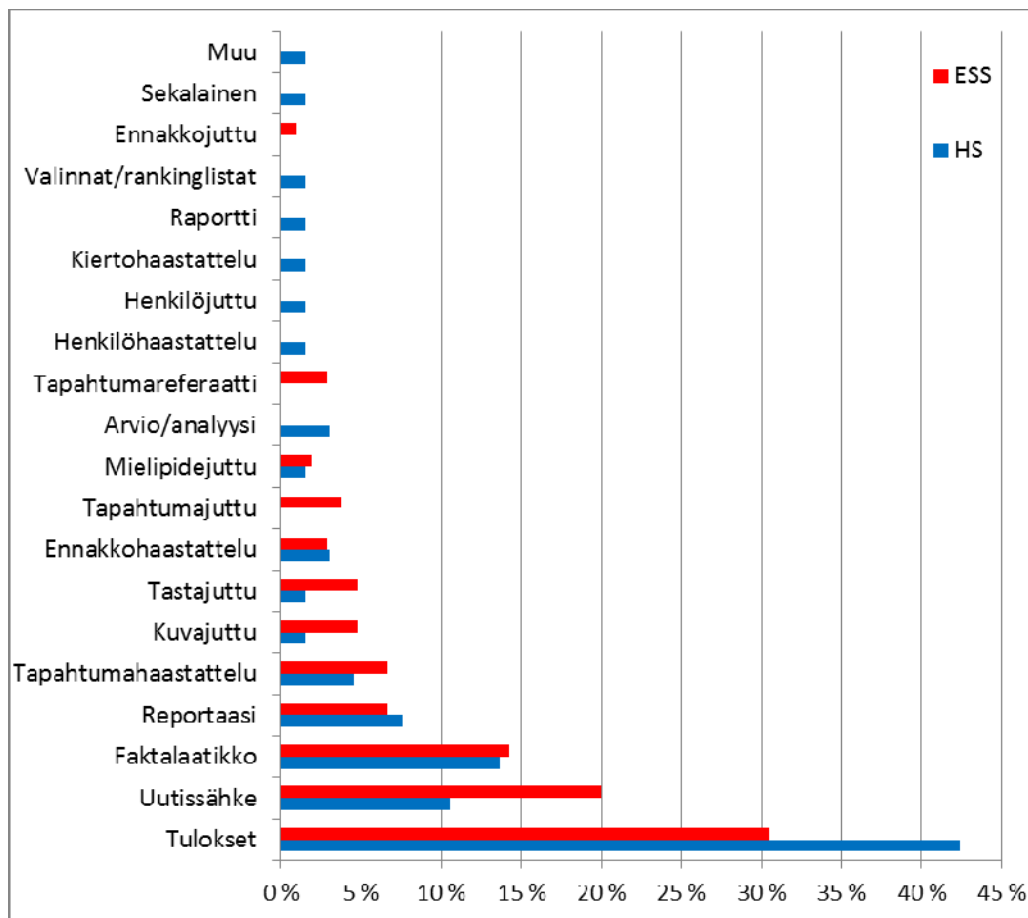
kilpailua ja jälkimyllytystä. Sanomalehtiaineiston kvantitatiivisen tarkastelun toteutin laskemalla Helsingin Sanomista ja Etelä-Suomen Sanomista rajattujen juttutyyppeiden määrät ampumaurheilusta tarkasteltavalta aikaväliltä Laineen (2011, 373-375) sanomalehtiaineiston mittaamiseen ja luokitteluun suunnitellusta mittarista otetun muuttujan avulla. Lehtijutut on jaoteltu mittaristossa genrensä mukaan, joka auttaa hahmottamaan kullekin jutulle ominaisia muotokielellisiä elementtejä. Genre on toisin sanoen jutun identiteetti, joka noudattaa tiettyjä konventioita, muotoa, merkitystä ja tarkoitusta. (Kuutti 2006, 76.) Luokittelu rakentuu erityisesti juttujen sisällöllisiin elementteihin. Seurantani oli lukumääräperusteinen, ei palstamillimetriin perustuva, jolloin juttujen kokoja ja sisältöjä ei ole otettu kokonaismäärällisessä uutisoinnin raportoinnissa huomioon. Kyseisen luokittelun kautta valitsin kvalitatiivisen aineiston, eli tarkasteltavat ajankohdat ja jutut. Näin ollen tarkasteluun on otettu analysointia varten kaikkein informatiivisimmat ja merkityksellisimmät jutut, jotka ovat laadullista aineostoa. Tieteellinen argumentointi antaa välineet tuloksille.

Ampumaurheilusta uutisoitiin yhteensä Helsingin Sanomissa ja Etelä-Suomen Sanomissa 171 juttua Pekingin 2008 olympialaisten kolmen kuukauden seurannassa. Etelä-Suomen Sanomat julkaisi 105 juttua ja Helsingin Sanomat 66 juttua. Lontoon 2012 olympialaisten kolmen kuukauden seurannan aikana ampumaurheilusta julkaistiin Etelä-Suomen Sanomissa 49 juttua ja Helsingin Sanomissa 37 juttua, yhteensä 86 juttua. Ensimmäinen kvantitatiivinen tutkimustulos oli, että Etelä-Suomen Sanomat uutisoi ampumaurheilusta enemmän kuin Helsingin Sanomat. Kuvio 4. havainnollistaa tätä eroa.



KUVIO 4. Ampumaurheilun uutisointi Helsingin Sanomissa ja Etelä-Suomen Sanomissa Pekingin 2008 olympialaisten aikana.

Helsingin Sanomat ei uutisoinut ampumaurheilusta ennen Pekingin 2008 ja Lontoon 2012 olympialaisia muutoin kuin tulosten tai uutissähkeen muodossa, joissa sisältö on esitetty mahdollisimman tiiviisti ja yhteenvetomaisesti (ks. Laine 2011, 375). Kuvio 5 osoittaa ampumaurheilun uutisoinnin juttutyypittäistä jakautumista Pekingin 2008 olympialaisten aikana Helsingin Sanomissa ja Etelä-Suomen Sanomissa.

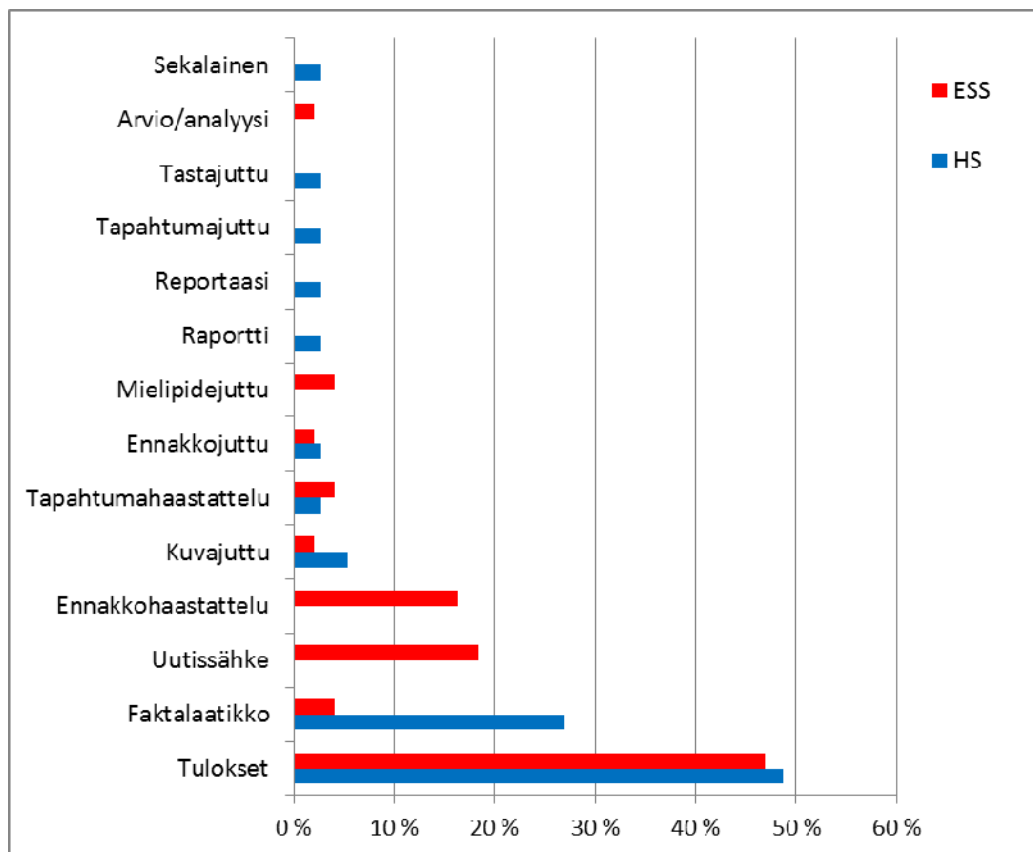


KUVIO 5. Ampumaurheilun uutisoinnin jakautuminen Helsingin Sanomissa ja Etelä-Suomen Sanomissa Pekingin 2008 olympialaisissa.

Kuvion perusteella konkretisoituu Pekingin aikaisen uutisoinnin vahva painottuminen tuloksiin, uutissähkeisiin ja faktalaatikkoihin. Tuloksia oli koko uutisoinnista 42 prosenttia Helsingin Sanomissa ja 30 prosenttia Etelä-Suomen Sanomissa. Satu Mäkelä-Nummelan olympiavoitto nosti tapahtumahaastattelujen, reportaasien ja kuvajuttujen määriä. Olympialaisten, niin kuin muidenkin suurten kilpailujen, osalta ennakkohaastattelut, tapahtuma- ja mielipidejutut sekä arviot ja analyysit ovat odotettavia. Raportteja, valintoja/rankingeja, henkilöjuttuja, henkilö- tai

kiertoaastatteluja ei ollut Helsingin Sanomissa ollenkaan. Lehtikohtaiset erot eivät kuitenkaan ole kovin poikkeavia juttutyypittäisten jakaumien osalta.

Lontoon olympialaisten aikaan Helsingin Sanomien ja Etelä-Suomen Sanomien uutisoinnin juttujakauma oli kuvio 6:n mukainen:



KUVIO 6. Ampumaurheilun uutisoinnin jakautuminen Helsingin Sanomissa ja Etelä-Suomen Sanomissa Lontoon 2012 olympialaisissa.

Lontoon 2012 olympialaisten aikana tuloksia on jälleen koko uutisoinnista eniten Helsingin Sanomissa 49 prosenttia ja Etelä-Suomen Sanomissa 47 prosenttia. Uutissähkeitä ei ollut Helsingin Sanomissa ollenkaan Lontoon osalta ja faktalaatikkoja

puolestaan selvästi enemmän, 14 prosenttia Pekingin 2008 aineistosta ja Lontoon 2012 jopa 27 prosenttia. Ennakkohaastattelu ja reportaasi ovat vaihtaneet keskenään paikkaa olympialaisten keskinäisessä vertailussa. Satu Mäkelä-Nummelan Pekingin 2008 olympiavoiton jälkeen ennakkohaastattelut Lontoon 2012 osalta ovat jopa ennakoitavissa. Kuitenkaan Helsingin Sanomat ei julkaissut yhtään ennakkohaastattelua. Olympialaisia ennen julkaistut jutut ovat kuitenkin olleet juttutyypeiltään jotain muita, kuin ennakkohaastatteluja. Tausta-, tapahtumajuttuja, reportaaseja tai raportteja ei esiinny puolestaan Etelä-Suomen Sanomissa ollenkaan Lontoon olympialaisten aikana. Kuvion perusteella voidaan todeta, että uutisointi on ollut Helsingin Sanomissa ja Etelä-Suomen Sanomissa keskenään melko poikkeavaa.

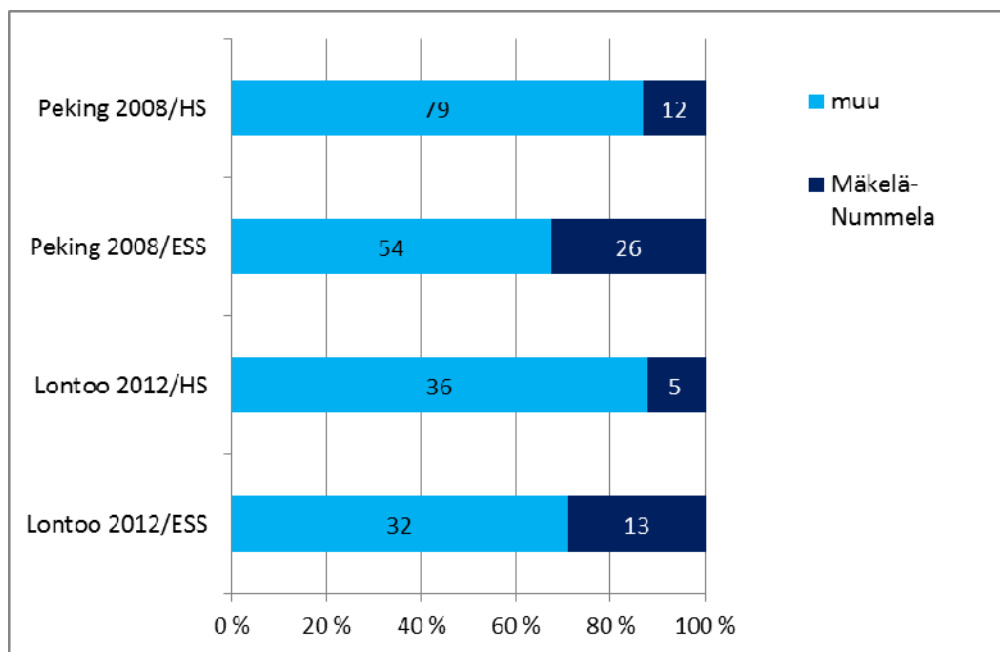
Mäkelä-Nummela astui uutisointiin vasta olympialaisten kynnyksellä. Etelä-Suomen Sanomat julkaisi ennen Pekingin olympialaisia yhden tapahtumahaastattelun ja vähän runsaammin ampumaurheilusta koskevia uutissähkeitä. Lontoon olympialaisissa Satu Mäkelä-Nummelasta oli muutama ennakkojuttu juuri ennen olympialaisten kynnystä, ampumaurheilu esiintyi pelkästään tuloksina tai uutissähkeinä. Pekingin olympialaisten jälkeisenä kuukautena kumpikin lehti uutisoi tuoreesta olympiavoittajasta ja ampumaurheilu nousi näin myös näkyviin. Jälleen Etelä-Suomen Sanomissa uutisointia oli enemmän. Kuvia ei jutuissa ollut lähestulkoon ollenkaan, koska usein kysymyksessä oli uutissähke. Satu Mäkelä-Nummelan olympiavoitosta uutisointi sisälsi aina jonkin lähikuvan, usein kasvokuvan.

Mäkelä-Nummela kommentoi itse ammunnan uutisoinnista:

*”Se tulee niinko tän neljän vuoden syklinä. Sanotaan et, jos joku pääsee olympialaisiin ni sillo.. Okei nyt se tais olla nyt ku olin olympiavoittaja ni oli mainittu ku voitin maailmancupin finaalin. Totta kai tämmöset, sitte ni, mutta se voi olla hyvin pienellä tekstillä.”*

Satu Mäkelä-Nummelan osuus Pekingin 2008 olympialaisten uutisoinnissa oli Helsingin Sanomissa 12 prosenttia ja Etelä-Suomen Sanomissa 26 prosenttia koko ampumaurheilun määrällisestä uutisoinnista. Lontoon 2012 uutisoinnissa Mäkelä-Nummelan osuus oli Helsingin Sanomissa viisi prosenttia ja Etelä-Suomen Sanomissa 13 prosenttia. Tutkimustulos on siis myös se, että paikallisuus vaikuttaa urheilu-

uutisointiin. Uutisarvoa määrittelee paikallinen, alueellinen ja valtakunnallinen kiinnostavuus (Laine 2011, 106). Satu Mäkelä-Nummelan olympiavoitto oli merkittävä julkisuuden nostattaja lajin tietoisuudessa ja uutisoinnissa. Tärkeää on kuitenkin todentaa, ettei Satu Mäkelä-Nummelan uutisoinnin osuus ole suoraan verrattavissa koko ampumaurheilun uutisointimäärään, koska julkaisut eivät ole verrannollisia toisiinsa nähden. Uutisoinnissa muun muassa tuloksia on suhteellisesti eniten. Kuvio 7. hahmottaa, kuinka monta prosenttia Helsingin Sanomat ja Etelä-Suomen Sanomat uutisoivat Satu Mäkelä-Nummelasta Pekingin 2008 ja Lontoon 2012 olympialaisten ajalta.



KUVIO 7. Satu Mäkelä-Nummelan uutisoinnin osuus Helsingin Sanomissa ja Etelä-Suomen Sanomissa Pekingin 2008 ja Lontoon 2012 olympialaisen aikana.

Yleisesti lehtien kohdalla oli myös eroja tulosten uutisoinnissa. Toisinaan Helsingin Sanomissa ei ollut edes tuloksia, jos Etelä-Suomen Sanomissa oli ollut uutissähke ja tulokset jostain ampumakilpailusta. Ampumaurheilun uutiskynnys valtakunnan tason



lehdessä on melko korkea. Helsingin Sanomissa näkyvyydestä kilpailua lajien kesken on paljon kovempaa kuin paikallisissa lehdissä. Satu Mäkelä-Nummelan sanoin:

*”--siis Hesarille se ei ylitä minkään näköstä uutiskynnystä. Se on vaan diipadaapa.”*

Ampumaurheilun onneksi Satu Mäkelä-Nummelan Pekingin 2008 olympiavoitto on hetkellisesti kasvattanut marginaalisen lajin uutisoinnin määrää myös Helsingin Sanomissa verrattuna Lontoon 2012 uutisointiin, jossa laji ei saavuttanut mitaleja.

## 8 AMPUMAUURHEILIIJA SATU MÄKELÄ-NUMMELA

Tutkimuksessani Satu Mäkelä-Nummela paikantuu ampumaurheilijana, naisena ja olympiavoittajana. Mäkelä-Nummela on orimattilalainen, vuonna 1970 syntynyt trap-ampuja. Hän kuuluu Orimattilan Seudun ampujiin ja valmentajana toimii aviomies Matti Nummela. Hänen aseensa on Perazzi ja yhteistyökumppaneita Perazzi, Nastakiekko, Tehy, Baschieri & Pellagri, Sinisalo Oy, Autotalo Laakkonen Oy ja Volkswagen, Nordkalk. (Ampumaurheiluliitto 2012.) Satu Mäkelä-Nummela voitti olympiakulta Pekingin kesäolympialaisissa vuonna 2008. Hän piti maailmaennätystä nimissään Lontoon olympialaisiin 2012 asti. Satu Mäkelä-Nummelan perheeseen kuuluu kaksi lasta. Hänen harrastuksensa ovat alttorven soitto ja puutarhan hoito. (Olympiakomitea 2012.) Hän työskentelee Kärkkäinen Oyj:n urheiluosastolla.

Seuraavissa taulukoissa esitellään Satu-Mäkelä Nummelan saavuttamia tuloksia (ks. Ampumaurheiluliitto 2012).

Taulukko 1. Satu Mäkelä-Nummelan henkilökohtaiset ennätykset

laji	aika ja paikka	tulos
<b>trap, 75 kiekkoa</b>	11.8.2009, Maribor (SLO)	74
<b>trap, 75 kiekkoa + 25 kiekon finaali</b>	5.9.2009, Hollolan Hälvälä	95 (72+23)
<b>automaattitrap, 75 kiekkoa + 25 kiekon finaali</b>	10.6.2005, Orimattila	90
<b>kansallinen trap, 75 kiekkoa</b>	8.6.1997, Hyvinkää	71

Taulukko 2. Satu Mäkelä-Nummelan henkilökohtaiset ME-tulokset

laji	aika ja paikka	tulos
<b>trap, 75 kiekkoa</b>	11.8.2009, Maribor (SLO)	74

Taulukko 3. Satu Mäkelä Nummelan henkilökohtaiset SE-tulokset

laji	aika ja paikka	tulos	kilpailu
trap, 75 kiekkoa	11.8.2009, Maribor (SLO)	74	MM-kilpailu
trap, 75 kiekkoa + 25 kiekon finaali	5.9.2009, Hollolan Hälvälä	95 (72+23)	Superfinaali
automaattitrap, 75 kiekkoa + 25 kiekon finaali	10.6.2005, Orimattila	90 (69+21)	
kansallinen trap, 75 kiekkoa	8.6.1997, Hyvinkää	71	

Satu Mäkelä-Nummela aloitti ampumaurheilun noin kymmenvuotiaana haastaen kaksoisveljensä asean rekyylin, potkaisun, kestämiseen. Maalla kasvanut Mäkelä-Nummela sai kipinän lajiin metsästyksen kautta. Hän oli isänsä ja vaarinsa kanssa metsällä jo lapsena ja suoritti varhaisessa vaiheessa metsästyskortin. Ampumaurheilu lähti liikkeelle niin sanotun puskatrapin, eli epävirallisten rata-harjoitusten kautta. Vaihtelevasti kaksi tai kolme kertaa viikossa perhe vei kaksoset ampumaradalle, jossa ammuttiin muutama sarja. Lajista tuli Mäkelä-Nummelan harrastus, joka ei perustunut ohjattuun toimintaan. Kun Mäkelä-Nummela pääsi ylioppilaaksi, 1980-luvun lopulla, hän sai vanhemmiltaan ulkomaan ammuntaleirin lahjaksi. Tästä eteenpäin laji jatkui harrastuksena nuoren naisen elämässä:

*”Okei yheksänviis mä olin ekoissa MM-kisoissa ja sain pronssin sieltä mutta tota se ei ollu kuitenkaan niin semmosta systemaattista. Se oli edelleen tavallaan niinko harrastus, mut tota ehkä ne määrät nyt oli vähän kasvannu siitä.”*

2000-luvun alkupuolella harjoittelumäärät kasvoivat, harjoittelusta tuli systemaattisempaa ja ulkomaanleireistä jokavuotisia. Vuonna 2006 Satu Mäkelä-Nummela sai paikan Pekingin Olympialaisiin, jossa hän vuonna 2008 ampui olympiakultaa:

*”Mul ei oo ollu koskaan haaveis sillee olympialaiset saati olympiakulta. Mut ammunnessa on kuitenkin kaikki niin pienestä kii, et kuka tahansa voi*

*sinä hyvänä päivänään saavuttaa sen paikan. Itellä haaveet Olympialaisiin menosta alko vasta ku paikka oli saavutettu Saksan Suhlista 2006. Okei on mahdollista voittaa,mut ehkä on selkeenpi ettei laita korkeit tavoitteita ja luo paineita.”*

Satu Mäkelä-Nummela valittiin vuoden urheilijaksi ja vuoden naisurheilijaksi vuonna 2008 (Ampumaurheiluliitto 2009). Hän kommentoi Helsingin Sanomien (2009) urheilugaalan jälkeisessä haastattelussa näin: "Oma vuosien työ palkittiin jo Pekingissä." Valinta oli Mäkelä-Nummelan mukaan tunnustus, varsinkin kun ampumaurheilu on niin harvoin esillä. Hän iloitsi myös siitä, että naisurheilijoita oli enemmän kuin koskaan ennen kymmenen sakissa Urheilutoimittajain liiton parhaiden listalla. Vuoden urheilija kommentoi vielä Helsingin Sanomien haastattelun lopuksi "Ammuntahan on sellainen laji, että olemme vain neljän vuoden välein lehtien sivuilla. Mutta onneksi 2000-luvulla olemme selvinneet puhtailla papereilla.” (Helsingin Sanomat 2009.)

Lontoon olympialaisissa 2012 Mäkelä-Nummela ampui seitsemänneksi ja karsiutui niukasti finaalista. Hän ampui Lontoon olympialaisten naisten trapin finaalissa seitsemänneksi ja voitti maailmancupin Sloveniassa. Satu Mäkelä-Nummelan kautta 2012 kuitenkin arvostettiin myös. Hänet valittiin vuoden 2012 ampumaurheilijaksi Ampumaurheilun juhlassa Vierumäellä Lokakuussa 2012. (Yle 2012.)

Itsevarmuutta huokuva ampumaurheilija luo realistisia tavoitteita, nauttien urheilusta, niin sen tuomista haasteista kuin yllätyksistäkin. Tulevaisuudesta nainen kommentoi:

*”Okei onhan se (tavoite) siellä Riossa kakstuhattakuustoista. Se on ihan kohta. Kun nää vuodet tuntuu et nää menee nopeemmin ku aikasemmi ni, tota ens vuonna ei oo vielä paikkoja jaossa vaan seuraavana vuonna jaetaan sitte ekat olympipaikat. Eli ens vuosikaan ei oo et katselempa nyt et huhuh miten muut ampuu tyyliin, koska siihe ei oo niinko varaa. Sitä harjoittelua on niinko koko ajan ylläpidettävä. Ens vuon voi vähän myöhemmi lähtee liikenteeseen, koska Mexican maailmancupin maaliskuussa jätän väliin ja alotan huhtikuussa UAE:sta sitte. Ni voi vähän pitää nytte sitte breikkiä.”*

## 9 SATU MÄKELÄ-NUMMELAN JULKISUUSKUVA PEKINGIN 2008 OLYMPIALAISTEN AIKANA

Urheilu näkyy tiedotusvälineissä laajimmillaan suurten urheilutapahtumien, kuten olympialaisten aikaan (Pirinen, 2006, 23). Tänä päivänä olympiarenkaat ovat parhaiten tunnistettu symboli ympäri maailmaa. Olympialaisten speaktaakkelimainen ja massiivinen levikki johtuu mediastrategiasta, joka takaa kisojen näkyvyyden. Olympialaisten yritysmarkkinointi pohjaa kansainväliseen The Olympic Partner-ohjelmaan. Mukana on kymmenittäin globaaleja yrityksiä (Lipponen 1998, 88). Virtapohja (1998b) kuvaa olympialaisten aikaista urheilujulkisuutta: ”--supermedian välittämät olympiakisat ovat alkukantainen leirituli, jonka ympärille koko maailma kerääntyy juhlimaan yhteisiä arvoja ja tapahtumia.” (Virtapohja 1998b, 102). Urheilujournalismille olympialaiset ovat kultasuoni. Ne synnyttävät suuria sankareita ja kasvattavat juttuaihemääriä. Pänkäläisen (1998, 24) sanoin: ”Missä olympiavoittaja, siellä urheilutoimittaja”. Tätä mieltä on myös Mäkelä-Nummela:

*”Sillohan sanotaan, et sen voiton aikaanhan se oli yhtä myllytystä.-- joku ain pyys jotaki, mut jakuvasti oli lehtijuttua.”*

Satu Mäkelä-Nummela hymyili Pekingin olympiavoiton jälkeen sekä Helsingin Sanomien että Etelä-Suomen Sanomien pääaukeamalla ja urheiluosaston ensimmäisellä sivulla. Muutoin uutisointi oli minimaalista ja yleensä uutissähke-muodossa. Graafiset esitykset olivat harvassa. Isommat jutut, kuten tapahtumahaastatteluisia tai reportaaseissa oli yleensä yksi kuva tai muutama kuva urheilijasta. Jos jutut eivät olleet uutissähkeitä, ne sisälsivät usein lähikuvan Mäkelä-Nummelasta. Yleensä kyseessä oli vain kasvokuva, mutta erityisesti olympiakullan voiton jälkeisissä kuvissa Satu Mäkelä-Nummela poseerasi haulikko kädessä.

Kvantitatiivinen aineisto ja tekemäni lehtiseuranta osoittavat, ettei Satu Mäkelä-Nummelasta uutisoitu kertaakaan Helsingin Sanomissa ennen Pekingin olympiavoittoa, muuten kuin olympiajoukkueen esittelyssä mainintana. Etelä-Suomen Sanomat uutisoivat lyhyesti Mäkelä-Nummelan kansallisesta kisamenestyksestä muutamaa otteeseen ennen Pekingin olympialaisia. Paikallistason lehdet pyrkivät huomioimaan oman levikkialueensa urheilijat uutisoinnissa. Valitsin laadullisesta aineistostani eli

lehtijutuista kaksi juttukokonaisuutta ja yhden erillisen Pekingin ajalta Etelä-Suomen Sanomista. Helsingin Sanomista analysoin yhden juttukokonaisuuden ja yhden erillisen jutun. Juttukokonaisuudet koostuvat monesta eri juttutyypistä samassa lehdessä.

### 9.1 Mäkelä-Nummelan julkisuuskuva Etelä-Suomen Sanomissa Pekingin 2008 olympialaisten aikana

Etelä-Suomen Sanomien ensimmäinen juttukokonaisuus ajoittuu suoraan Satu Mäkelä-Nummelan olympiavoiton jälkeiseen päivään, 12.8.2008. Juttukokonaisuus koostuu etusivun kuvajutusta, Mäkelä-Nummelan voiton reportaasista, urheilijan henkilökuvasta faktalaatikkomuodossa, taustajutusta ja kisakomentista sekä sivun yläkulmaan sijoitetusta pienestä kuvajutusta. Urheiluosaston ensimmäinen sivu täyttyy kyseisestä juttukokonaisuudesta, jonka keskelle on sijoitettu kuva liikuttuneesta olympiavoittajasta kukkien ja mitalin kera. Tunne on tärkeä osa informaationkäsittelyä ja ihmisten asenteisiin vaikuttamista. Median välittämä tunnekokemus syntyy samaistumisen ja eläytymisen kautta Mäkelä-Nummelan kokemuksiin. Satu Mäkelä-Nummelan tunteet on selkeästi tunnistettavissa jutun kuvasta ja tekstissä käytettävien adjektiivien kautta. (Ks. Mustonen 2001, 102.) Samaistuminen urheilijasankarittaren onnellisuuteen mahdollistaa lukijan osanoton voittoon sekä kansallis-identiteetin vahvistamisen. Satu Mäkelä-Nummelan saavutus on romantisoitu sankaritarinaksi. Orimattilalainen ampuja herättää urheilusankarina ja voittajana ihailua mitali kaulassaan ja urheilijalle kansallista arvostusta vahvistava titteli harteillaan (Ks. Mustonen 2001, 57, 123, 126).

Raporttia laajempi ja personoidumpi, reportaasi tarjoaa ilonaihetta jo otsikossa: ”*Trapin voitto palautti Suomen kesäkisojen voittokantaan kahdeksan vuoden tauon jälkeen*” (Etelä-Suomen Sanomat 12.8.2012). Mäkelä-Nummelaa kuvataan sekä hillityksi että temperamenttiseksi orimattilaisrouvaksi. Luonnehdinta ja rouvittelu rakentavat kuvaa naisampumaurheilijan persoonasta. Olympiavoittajan tyyni reagointi voittoonsa luo hillityn kuvan, vaikkakin naisen luonne haastattelutilanteessa representoidaan temperamenttiseksi. Satu Mäkelä-Nummela teki urheilijana paluun perheen perustamisen jälkeen. Trap-ampuja kuvataan iskelmämusiikkia kuuntelevana perheenäitinä vastoin tyypillisiä naisurheilijoiden representaatioita. Kesäkisojen viides

suomalainen naisvoittaja ei kuitenkaan saanut voiton jälkeisessä kansainvälisessä lehdistötilaisuudessa kovin paljon puheaikaa. Etelä-Suomen Sanomat analysoi sen johtuneen äitinsä nuorena menettäneen kilpakumppani Corey Codgellin tuhkimotarinan saaneesta suuremmasta huomiosta. Tässä päästään taas asian ytimeen. Mikä ja minkälaiset urheilijat myyvät parhaiten mediassa? Varsinkin, kun kuvaukset viittaavat joko rouviin tai neiteihin, saati sitten iskelmää kuuntelemaan orimattilaisrouvaan tai nuoreen tuhkimotarinaan. Edes voitto ei myy niin paljon kuin urheilija henkilönä itsessään.

Faktalaatikossa realisoidaan suomalaisurheilun nykytilaa ja naisurheilijoiden tasoa muun muassa kommentilla: ”--kun on porukalla volloitettu suomalaisen naisurheilun tasoa, Sadun kulta tulee todella tarpeeseen” (Etelä-Suomen Sanomat 12.8.2008). Suomalaisurheilun tasolla ei tosin voida viitata vain naisurheilijoiden huonoon menestykseen nykypäivänä. Arvostusta annetaan Mäkelä-Nummelalle urheilun, perhe-elämän ja työn yhdistämisestä huippu-urheiluun. Taustajuttu kertoo Sadun perheestä ja valmentaja-aviomies kombinaatiosta. Samassa lehdessä, paikalliset -osiossa, on reportaasi Satu Mäkelä-Nummelan työkavereiden juhlasta ja Orimattilan paikallisylypeydestä.

Juttukokonaisuuden perusteella saa varsin vahvan kuvan Mäkelä-Nummelasta yllättäjä-olympiavoittajana, iskelmästä pitävänä perheenäitinä ja rouvana, jonka arkityö on Neste Tuuliharjan ravintola-kahvilassa. Jutut tyytyvät voittajan hillittyihin tuuletuksiin ja temperamenttiseen luonteeseen.

Muutamaa päivää myöhemmin Etelä-Suomen Sanomat (15.8.2008) uutisoi olympiavoittajan kotiinpaluusta jälleen juttukokonaisuuden voimin. Etusivulla oli kuvajuttu sankarittaren kotiinpaluusta, Kotimaa-osastolla komeili iso reportaasi ja maltillisempi taustajuttu kuvineen. Mäkelä-Nummelaa vastassa lentokentällä oli bussillinen orimattilaisia kaupungin johdon kera, Mallusjoen torvisoittokunta, Ampumaurheiluliiton edustajat, kymmeniä kuvaajia ja toimittajia sekä tietenkin oma perhe. Etelä-Suomen Sanomat esittelee kultamitalistinsa kansallissankarittarena. Jutuista käy ilmi, että olympiavoittajalla on riittänyt voiton jälkeistä vipinää. Satu Mäkelä-Nummela ainoana Pekingin 2008 olympialaisten suomalaiskultamitalistina on arvokasta median ruokaa. Juttukokonaisuuden monet kuvat osoittavat kotiinpaluun eri

tapahtumahetkiä. Etusivulla olympiavoittajaa kannetaan ”kultaistuimella” ja kotimaa-osaston kuvissa Mäkelä-Nummela on milloin kiitoskirjeiden keskellä, torvisoittokunnan riveissä tai kukkakimppu kädessä ihmismassan ympäröimänä. Kaikesta tästä huokuu lämmin ja välitön tunnelma. Kultamitalistina Mäkelä-Nummela on myös edelleen ”perheenemännän” roolissa. (Etelä-Suomen Sanomat 15.8.2008.)

Otin aineiston tarkasteluun vielä yhden erillisen, varsin silmiin pistävän jutun. Etelä-Suomen Sanomat uutisoi 8.9.2008 otsikolla: *Kulta - Sadusta tuli naisten esikuva*”. Kyseessä on kuvajuttu, joka on lähes koko urheilusivun peittävä. Jutun otsikon jälkeinen lause menee näin: ”*Ampumaurheilua on perinteisesti totuttu pitämään varsin miehisenä lajina.*” Jutussa todetaan heti perään, että tämä asetelma on kääntynyt täysin pääläelleen ”*orimattilalaisen perheenäidin*” ansiosta. Jälleen Mäkelä-Nummela tituleerataan perheenäidiksi. Kuvassa olympiavoittaja on lähikuvassa miehensä ja tyttärensä kanssa. Jutussa perustellaan otsikon viitoittamana, että erityisesti naiset villiintyivät Mäkelä-Nummelan olympiakullasta ja kiinnostuivat ampumaurheilusta. Laji sai siis osakseen positiivista huomiota. (Etelä-Suomen Sanomat 8.9.2008.) Urheilijat nähdään usein roolimalleina, jotka ovat saaneet kaupallista hyväksyntää ja kannatusta (Rowe 1995 115). Urheilija voi olla erityisesti lajilleen, mutta myös yhteiskunnallisella tasolla esikuva. Urheilussa juuri tällaiset imagolliset kysymykset myyvät.

Myöhemmin urheilusivuilla kuvajutun viittaamassa jutussa ei käsitellä enempää Mäkelä-Nummelan esikuvallisuutta tai ampumaurheilun suosion kasvua. Toisen ampumaurheilusta uutisoivan jutun taustajuttu kertoo, kuinka Satu Mäkelä-Nummela oli tällä kertaa kannustanut vain katsomon puolella, ampumatta itse. Juttu keskittyy Mäkelä-Nummelan olympialaisten jälkeisiin tunnelmiin. Jutulle on ominaista kertomuksellinen ote, moniläheisyys ja läsnäolon tuntu. (Etelä-Suomen Sanomat 8.9.2008.)

Pekingistä on kulunut kolmisen viikkoa ja Mäkelä-Nummela myöntää olleensa olympialaisten jälkeen melkoisen mediahässäkän keskellä. Häntä oli pyydetty moniin erilaisiin haastattelutilaisuuksiin ja ohjelmiin. Mäkelä-Nummela on jutun julkaisuhetkellä edelleen halukas jatkamaan kilpauraa ja tulevalle vuodelle on jo neljä maailmancup-kilpailua luvassa. Kokonaisuudessaan sekä kuvajuttu että taustajuttu



kertovat, että Mäkelä-Nummela ja ampumaurheilu ovat saaneet positiivista julkisuutta. Otsikon verran Mäkelä-Nummela nostetaan jopa naisten esikuvaksi. Kuitenkin myöhemmin todeten, että lähinnä lajiurheilijana hän on toiminut esikuvana. Tosin, jos kysymyksessä olisi vaikka olympiavoittajana suomalaisille perinteinen hiihtäjä tai kysymys olisi jääkiekon MM-kullasta, olisi mediamyllytys varmasti suurempaa.

Etelä-Suomen Sanomat kuvaili onnellisen orimattilalaisen ampujan saavutusta värikkäästi ja ytimekkäästi, parhaita paloja ja sitaatteja korostaen. Karkeasti voin todeta, että lehtitekstit representoivat Satu Mäkelä-Nummelaa kaikesta sankaruudesta huolimatta aivan ”tavalliseksi”, iskelmästä pitäväksi suomalaiseksi perheenäidiksi. Kaikki perheenäidit eivät ole huippu-urheilijoita, saati sitten ampumaurheilijoita. Ampumaurheilun kautta hän on noussut julkisuuden jalustalle ansioituneesti, tekemättä isoa numeroa itsestään tai saavutuksistaan.

## 9.2 Mäkelä-Nummelan julkisuukuva Helsingin Sanomissa Pekingin 2008 olympialaisten aikana

Helsingin Sanomat uutisoi Mäkelä-Nummelasta voiton jälkeisenä päivänä 12.8.2008. Juttukokonaisuus rakentuu etusivun kuvajutusta, olympiavoittajan taustajutusta, tapahtuman reportaasista, henkilökuvasta faktalaatikkomuodossa sekä poiminnasta, joka viittaa ammunnan olympialaisten mitalihistoriaan, eikä niinkään koske Satu Mäkelä-Nummelaa. Yllättävää on se, että Helsingin Sanomat representoi Mäkelä-Nummelan voiton monipuolisemmin, kuin Etelä-Suomen Sanomat. Tähän viittaavat muun muassa perheenäidin roolin hillitympi korostaminen, ansioiden selkeämpi ja useampi luettelu sekä olympiavoittajan määrätietoisuuden vahva esille tuonti. Helsingin Sanomat kuvaa Mäkelä-Nummelaa ”räväkäksi trap-artistiksi, pontevaksi ja räiskyväksi tyypiksi sekä huumorintajuiseksi huippu-urheilijaksi”. Edellisistä huolimatta ampumaurheilu representoidaan eleettömänä ja keskittymistä vaativana urheiluna, josta Mäkelä-Nummelan hillitty olemuskin suorituksissa juontaa: ”Kilpailijat eivät juuri pelehdi kisan aikana”. Toista on totuttu näkemään muun muassa miesten jalkapallo- ja jääkiekkotteluissa, joissa urheilijat välillä heittävät paitansa pois, pelehtivät taitotempuin tai

osoittavat aggressiotaan mailloja rikkomalla. Mäkelä-Nummelan esiintymistä puolestaan kuvataan varsin tyyneksi.

Mäkelä-Nummelan elämä rakentuu näissäkin jutuissa urheilun, kahvilatyön ja perheen yhdistämisestä. Olympiavoittaja on silti taustajutun mukaan kova harjoittelemaan ja määrätietoinen urheilija. Humoristisesti ristiriitaisen stereotypian konkretisoitumisesta viestii toimittajan kommentti: ”Niin topaltakin hän vaikuttaa, että eipä tulisi mieleen ruveta heti haastamaan riitaa. Etenkin kun hänellä on haulikko ja etenkin, koska hän osuu” (Helsingin Sanomat 12.8.2008). Juttukokonaisuutta koristaa iso kuva Mäkelä-Nummelasta haulikko kädessä itse kisassa. Juttujen seassa on kaksi muuta pienempää lähikuvaa olympiavoittajasta.

Voiton jälkeisen päivän tunnelmoinnin jälkeen Helsingin Sanomat ei uutisoinut enää Mäkelä-Nummelasta toista juttukokonaisuutta Pekingin aikaisessa seurannassa, joten valitsin analysoitavaksi yhden erillisen jutun myöhemmältä ajalta.

Helsingin Sanomat uutisoi 14.8.2008 Satu Mäkelä-Nummelan mitalikahveista: ”Mitalikakkukin oli Kiinan mittakaavassa”. Kakun koon lisäksi esiin nostetaan Mäkelä-Nummelan saaneen 20 000 euron arvoisen sekin Olympiakomitealta. Jutussa myös ampumaurheilu saa arvostusta silloiselta pääministeriltä Matti Vanhaselta, joka kehuu ampumaurheilua hienoksi lajiksi katsojalle. Vanhanen yleisti ja sanoi puhuvansa penkkiurheilijoiden puolesta. Kuitenkin näkökulma on olympialaisten aikaisessa uutisoinnissa uusi, mutta ampumaurheilulle arvokas. Muuten juttu kääntää aiheet muihin mitalitoiveisiin ja urheilijoiden rahapalkkioihin. (Helsingin Sanomat 14.8.2008.)

Helsingin Sanomat representoi myös Mäkelä-Nummelan iskelmästä pitävänä olympiavoittajana. Painotus jutuissa on Mäkelä-Nummelan ansioituneessa voitossa ja räväkässä persoonassa, hillitystä urheiluesityksestä huolimatta. Kysyin Mäkelä-Nummelalta, että kokeeko hän itsensä rempseäksi, tempreamenttiseksi ja päämäärätietoiseksi. Vastaus tulee kuin apteekin hyllyltä: ”NO VARMASTI JOO!” Mäkelä-Nummelan henkilötaustasta ei nosteta esiin mitään luurankoja tai muutenkaan häntä ei ruodita persoonana mediassa mitenkään negatiivisessa valossa. Henkilönä Mäkelä-Nummela näyttäytyy olympiavoittajana muiden voittajien joukossa.

Kysyin Satu Mäkelä-Nummelalta, miten hän on kokenut häneen kohdistuneen julkisuuden ja millaisen ”Mäkelä-Nummelan” lehtijulkaisut ovat hänen itsensä mielestä luoneet. Orimattilalainen ampuja kommentoi:

*”Siis joo ei mitään niinko negatiivist. Sitä paitsi mä en oo ees kaikkii niitä juttuja kattonnu--mä oon kaikki siis säästänny, no okei ne, mitä tulee kotia ja mitä joku on lähettäny mulle niitä juttuja. Toki eihän mulle tuu ees hesaria. Et paikallinen, Etlari, mikä tulee ja sit paikallislehti, Orimattilan Sanomat. Ne on tietsä kaikki näin niinko nipussa. Mut mä en silti oo ees lukennu,mä aattelin et ku on vanha ni sitte katella et mitä on tehny jos muisti pätkii:ai katonni sit mä voin kaivaa sen ja: ai kato mä oon tollasenkin voittanu, herranjestas! Minäs, minäs vuonna toiki tapahtu? Mut tosiaan en niinko lukenu, mut moni on sanonu et ihan myönteisen kuvan on saanu. Sii niinko mä varmasti olen helppo haastateltava.”*

Satu Mäkelä-Nummela on luonteva, avoin ja suora haastateltava. Haastatteluvaiheessa olin tehnyt jo laadullisen aineiston analyysin. Odotin tarkasteltavien lehtijuttujen mukaista, rempseän Mäkelä-Nummelan kohtaamista. Lehtijuttujen mukainen kuva Mäkelä-Nummelasta sai vahvistuksen. Hän todellakin on rempseä, temperamenttinen, suora ja iloinen.

## 10 SATU MÄKELÄ-NUMMELAN JULKISUUSKUVA LONTOON 2012 OLYMPIALAISTEN AIKANA

Lontoon olympialaisten osalta valitsin lähilukuun kaksi juttukokonaisuutta kummastakin lehdestä. Nämä juttukokonaisuudet tarkentuvat olympialaisten ennakkouutisointiin ja suorituksen jälkeisiin juttukokonaisuuksien analysointiin. Pekingin jälkeen Satu Mäkelä-Nummelasta tuli ”Kulta-ampuja”, ”Kulta-Satu”, ”naisten esikuva” ja Lontoon Olympialaisten aikaan ”Lontoon lahtelaistoivo”, ”Olympiatoivo ja turisti”. Mäkelä-Nummela itse kommentoi Pekingin jälkeistä aikaa:

*--et sen voiton aikaanhan se oli yhtä myllytystä. Mut sen niinko vajaan vuoden verran. Ja sit okei sen jälkeen joku ain pyys jotaki, mut jakuvasti oli lehtijuttua. Ja sit teevee ohjelmissa olin muutamassa mukana. Ja sitte taas, sanotaan et oli semmonen tasanen vaihe sen jälkeen. Sitte, kun 2011 sillo joulukuussa oli ne ekat valinnat Lontoon olympialaisii, ku ampujathan valittiin siinä hässäkässä. Nii sen jälkee oli sit taas sillanen piikki. Et oli se vuoden myllytys ja sitte lauhtu.”*

Lontoossa 2012 italialainen Jessica Rossi rikkoi Satu Mäkelä-Nummelan ennätyksen (London Olympics 2012). Olympiakullan voittaminen peräkkäisissä kisoissa ei valitettavasti onnistunut Mäkelä-Nummelalta. Jopa, usein arvostelevana pidetty, Urheilulehti uutisoi optimistisesti Pekingin olympiavoittajasta Satu Mäkelä-Nummelasta ”yhä se sama iloinen ja mukava Satu, jollainen hän oli neljä vuotta sitten.” Lauantaina 4 Elokuuta 2012 Lontoon Olympialaisissa, Woolwich Arsenalin ampumakeskuksessa nähdään kenen korvat punoittavat vähiten” (Urheilulehti 19.7.2012). Lontoon olympialaisissa Mäkelä-Nummela oli Pekingin olympiavoittajana Suomen mitalitoivo ja tällöin uutisoinnin lähtökohdat olivat erilaiset kuin Pekingissä. Jutut koostuvat ennakoasetelmista ja –arvioinneista sekä urheilijan esittelystä.

### 10.1 Satu Mäkelä-Nummela julkisuuskuvat Etelä-Suomen Sanomissa Lontoon 2012 olympialaisten aikana

Lontoon ennakoasetelmasta Etelä-Suomen Sanomat uutisoi 3.8.2012 juttukokonaisuudella, joka sisälsi ampujan ennakkohaastattelun, faktalaatikon ja mielipidejutun. Keskellä kuvassa Mäkelä-Nummela loikoilee miettelään, mutta hyväntuulisen näköisenä nurmella. Ennakkohaastattelu kuvailee Mäkelä-Nummelaa rempseäksi orimattilais-hauskuuttajaksi, jolla juttua pulppuaa. Kodinhengetär luettelee jälleen, että kantarellit on kerätty, punaherukat poimittu, puutarha hoidettu ja seuraavana ohjelmassa on olympialaiset. Juttukokonaisuuteen on viljelty lempinimiä sinne tänne, mikä osoittaa jo selvästi tuttavallisempaa kerrontaa.

Mäkelä-Nummela on neljä vuotta vanhempi ja kokeneempi Lontoossa. Etelä-Suomen Sanomien mukaan rento aikuinen nainen, jolle tänään on tätä, huomenna tuota ja lauantaista, kilpailupäivästä, ei tiedä. Mäkelä-Nummela on jatkanut Pekingin olympialaisten jälkeen vuoden 2009 MM-pronssilla ja 2010 EM-kisojen nelossijalla. (Ks. Etelä-Suomen Sanomat 3.8.2012.)

Seuraavat huomiot ovat uutisoinnista kilpailupäivän jälkeen 5.8.2012. Finaali jäi haaveeksi. Satu Mäkelä-Nummela ampui uusinnasta huolimatta seitsemänneksi Lontoossa. Juttukokonaisuudessa on etusivun pieni kuvajuttu, tapahtumahaastattelu ja mielipidejuttu. Tapahtumahaastattelu on otsikoitu: ”*Marja jäi Lontoossa poimimatta*”. Etelä-Suomen Sanomat kuvailee kisatapahtumia sateesta silmään karahtavaan ”*uusinnan tappotilanteeseen*”. Sanavalinta on tahdilon tietäen ammunnan yhteiskunnalliset vaikutukset ja lajin vaihtelevan media-arkuuden. Tulos oli sekä suomalaisyleisölle että Mäkelä-Nummelalle itselleen suuri pettymys: ”*Kärki meni tällä kertaa kaukana tuhansien haulien päässä*”. Olympialaistoivo itse toteaa, ettei hänen kykynsä enää riittäneet, vaikka hän sitkeästi yrittikin. Mielipidejutussa, ”*Huti*”, vedotaan kilpailutilanteeseen lastattuihin paineisiin ja Mäkelä-Nummelaan pettäneisiin hermoihin: ”*Päässä, jonka piti olla niin tyhjä ja puhdas, taisi kuitenkin liikkua jotain ylimääräistä*.” Pettymyksestä huolimatta ampujaa kuvaillaan edellisen päivän haastattelun pohjalta parin megawatin voimalliseksi ja edelleen paikalliseksi

ikipirtsakaksi orimattilaisampujaksi, haulikkomammaksi ja timanttiseksi tyypiksi. Kauas perinteisestä naisurheilijaihanteesta, josta ”mammattelu” on yleensä kaukana. (Etelä-Suomen Sanomat 5.8.2012.)

## 10.2 Satu Mäkelä-Nummelan julkisuukuva Helsingin Sanomissa Lontoon 2012 olympialaisten aikana

Mäkelä-Nummelan kisasuoritusta edeltävä uutisointi nostaa naisen yhdeksi Suomen mitalitoivoksi. 3.8.2012 Helsingin Sanomat representoi ennakkotunnelmia Lontoossa. Etusivulla on iso kuva Satu Mäkelä-Nummelasta puhaltamassa aukinaista asetta kädessään otsikoin: ”Mäkelä-Nummela valmiina kultajahtiin”. Kuvajuttu representoi ampujan rempseäksi ja puheliaaksi suomalaisten harvaksi mitalitoiveeksi. Media kasaa tietynlaista odotusta ja painetta yleisölle urheilijoista. Kuitenkin olympiakultaa puolustavalla ampujalla on keinonsa karistaa stressi ajattelemalla kotitöitä ja marjapuskia. Urheilusivuilla syvennyttään Lontoon kisatunnelmiin. Esiin nostetaan muun muassa, ettei olympiatoivo ole hävinnyt kertaakaan olympialaisissa. Onhan kyseessä vasta toiset kisat. Haastattelussa Mäkelä-Nummela kertoo viihtyvänsä kotona mahdollisimman paljon ja toteaa löytäneensä itsestään selviä vanhuuden merkkejä, joten kisareissutakin hän aikoo lähteä mahdollisimman pian. Jälleen voidaan tunnistaa kirjoituksista se sama räväkkä perheenemäntä Satu, joka Pekingissä kuunteli iskelmää ja stressasi suoritustaan enemmän, ainakin mediaoletteisesti, siitä, miten kotityöt hoituvat olympialaisreissun aikana. (Helsingin Sanomat 3.8.2012.)

Tunnelma on vaihtunut pettymykseksi 5.8.2012, kun Satu Mäkelä-Nummela karsiutui loppukilpailusta. Lisäksi Italian Jessica Rossi rikkoi hänen maailmaennätyksensä ME-tuloksella 75. Vaikka Mäkelä-Nummela ampui saman tuloksen peruskilpailussa kuin Pekingissä, taso oli nyt kovempi. Kilpailun aikainen vesisade oli vaatinut monet pukemaan päälle tuuli- tai sadehousut ja kiristämään tarkkaavaisuuttaan. Australialainen skeet-ampuja Laryn Markin kohu-riisuutuminen piti nostaa esiin myös Helsingin Sanomien tapahtumahaastattelun lopuksi. Mark poseerasi Zoo-lehdelle pelkissä bikineissä ase niskan takana. Ilmiö on tyypillinen naisurheilijan julkisuudessa. Seksi myy mediassa. Jopa Mäkelä-Nummelalta kysyttiin haastattelun lopuksi vertailuksi

suostuisiko tämä poseeraamaan bikineissä. Satu Mäkelä-Nummela teilasi kysymyksen ehdottomalla eillä. Helsingin Sanomille ja koko Suomelle kultatoivo oli hetkellisesti pettymys. (Helsingin Sanomat 5.8.2012.) Niin muuttui urheilijan asema voittajasankarista yhdeksi urheilijaksi muiden huippu-urheilijoiden joukossa. Pekingin voitto toi erityisyyden, Lontoon 2012 pettymys palautti tavallisuuden.

## 11 POHDINTAA

Ampumaurheilun paikantuminen ja näkyminen mediassa on monikiteinen epäsuorien ja suorien yhteyksien tutkimuskenttä. Liikuntatieteellisessä tutkimuksessa ampumaurheilun julkisuuskuvaa ei ole tutkittu aikaisemmin, joten aihe on tärkeä lajinäkyvyyden hahmottumisen ja urheilujulkisuuden tutkimisen kannalta.

Helsingin Sanomien ja Etelä-Suomen Sanomien ampumaurheilun uutisoinnin lähtökohdissa oli eroavaisuuksia. Etelä-Suomen Sanomilla uutiskynnys oli pienempi kuin Helsingin Sanomilla. Jutut ja juttukokonaisuudet Satu Mäkelä-Nummelasta rakentuvat lähtökohdiltaan samoille faktoille Pekingin 2008 ja Lontoon 2012 aikoina, Pekingin voiton uutisointiin, sen jälkeiseen huumaan, Lontoon ennakoasetelmiin sekä pettymykseen itse kisoista. Etelä-Suomen Sanomille Mäkelä-Nummela on niin kansallis- kuin paikallissankarikin. Helsingin Sanomat rakentaa uutisointinsa suomalaisen olympiakultamitalistin esittelyyn, tekemättä Mäkelä-Nummelasta samanlaista ilmiötä kuin Etelä-Suomen Sanomat. Satu Mäkelä-Nummela ”*aloitti huonosti, jatkoi hienosti ja tyri lopuksi*” (Etelä-Suomen Sanomat 13.8.2012). Helsingin Sanomien ja Etelä-Suomen Sanomien olympialaisten aikainen uutisointi pyrki vaikuttamaan tiedollisiin, tunneperäisiin ja sosiaalisiin tarpeisiin (ks. Mustonen 2001, 170). Ne ruokkivat ihanteita, nostivat esille sankareita sekä vahvistivat kollektiivista ja yhteisöllistä tunnetta suomalaisuudesta ja suomalaisen kansan etevyydestä. Näin yleisö pääsee vielä kerran mukaan ja samaistumaan onnistumisen kokemuksiin, etevyyden osoitukseen ja vuoden merkittäviin urheilutapahtumiin. Media tarjoaa monimuotoisen samaistumisen gallerian esitellen käyttäytymistapoja, asenteita ja ideoita, joita ihmiset vertaavat itseensä ja työstävät identiteettiään (Mustonen 2001, 119). Adjektiiveja ja kielikuvia on käytetty värittämään, kiteyttämään ja tuomaan tunnelmaa kerrontaan.

Aineistosta päätellen ei voi kuitenkaan todeta, niin kuin monessa muussa urheilujournalismin sukupuolikysymystä tarkastelevassa tutkimuksessa, että Satu Mäkelä-Nummela olisi seksualisoitu, trivialisoitu tai kuvattu stereotyyppisesti ampumaurheilijana. Useissa urheilumedioissa naisurheilijoiden esittäminen on tasa-arvoistunut, vaikka raportoinnin kokonaismäärä on miesurheilijoilla edelleenkin korkeampi (Laine 2011, 301). Satu Mäkelä-Nummelaa koskevia juttuja julkaistiin



menestystilanteeseen nähden melko marginaalisesti ja jutut olivat pääosin sen suuremmin kantaa ottamattomia. Mäkelä-Nummelan tapaus osoittaa, ettei naisurheilijan toiseus nouse aina epätasa-arvoisesti esille ja ulkonäölliset piirteet eivät ole keskiössä. Orimattilalainen ampuja nousi julkisuuteen urheilukeskeisesti. Laine (2011, 296) on todennut, että urheilija pystyy itse vaikuttamaan myös siihen millaista kuvaa media hänestä välittää. Mäkelä-Nummela antaa vahvistuksen tälle:

*”Siis joo ei mitään niinko negatiivist.-- Tietysti, jos sulla on se et negatiivinen asenne itselläs siihen ni hittooks siitä mitää tulee.”*

Pirisen luokitteluun suhteutettuna, Mäkelä-Nummela sai naisurheilijana melko vähän tilaa urheilusivuilla ja esiintyi etusivulla olympiamenestyksensä jälkeen. Urheilijoista tulee tähtiä ainoastaan silloin, kun he aiheuttavat sensaatioita ja tarjoavat samaistumisen kohteita (Pfister 2003, 162). Satu Mäkelä-Nummelasta tuli olympiavoittajana koko Suomen kansan sankari. Hän rikkoi Suomen kahdeksan vuoden olympialaisten kultamitalitauon ja nosti ampumaurheilun uutisoinnin määrää. Itse urheilusuoritus kohosi siis sensaatiomaiseksi ansioksi.

Tutkimukseni perusteella Mäkelä-Nummela tuli olympialaisten aikaisessa uutisoinnissa parhaiten esille ”huippu-urheileva perheenäiti”- roolissa Helsingin Sanomissa ja Etelä-Suomen Sanomissa. Orimattilalaista ampujaa ei julkisuudessa ”tytöteltty”, mikä on tutkimusten mukaan julkisuudessa tavallisista urheilevien aikuisten naisten kohdalla (ks. Pirinen 2006, 52). Tämä johtunee siitä, että Satu Mäkelä-Nummela on yli nelikymppinen perheenäiti. Lisäksi tytöttely ei sovi mielikuvaan aikuisesta naisampumaurheilijasta. Olympiavoittajana Mäkelä-Nummelassa nostettiin esiin rempseys ja tunnollisuus. Hänen luonteensa sai enemmän huomioita kuin ulkonäkö. Satu Mäkelä-Nummelan ansioitunut olympiavoitto nosti hänet Suomen kansan tietoisuuteen. Orimattilalaisesta ampujasta ei tehty lehtijutuissa urheilijanaisiin yleensä kohdistuvia seksistisiä ja ulkonäköpainotteisia kuvailuja. Mäkelä-Nummelan sama julkisuus oli jopa melko neutraalia ja hillittyä. Ampumaurheilua lajina ei tuotu erityisemmin esiin ja muutenkin urheilijaan kohdistuva julkisuus oli kokonaisuudessaan minimalistista. Mäkelä-Nummelan tapaus osoitti, ettei naisurheilijan rooli julkisuudessa ole aina viehättävyys ja ulkonäöllisillä piirteillä ansioituminen.

Rantala (2006, 57) toteaa pro gradun tutkimuksessaan tekemiensä haastatteluiden pohjalta, että naisurheilijat eivät koe mediaa kovin tärkeäksi urheilu-urallaan. Urheilijanaiset nostavat esiin oman tekemisen tärkeyden ja median toissijaisuuden. Media ja urheilu ikään kuin erotetaan toisistaan, vaikka median hyöty urheilulle myönnetään. Median julkisuuteen päästään tai siihen voidaan myös joutua (Kuutti 2008, 16). Satu Mäkelä-Nummela suhtautui myönteisesti saamaansa julkisuuteen, muttei ole missään välissä yrittänyt nostaa itseään enemmän esille kuin yleisökiinnostus vaati.

Satu Mäkelä-Nummelan julkisuuskuvan tarkastelu ei noudattanut odotettua kaavaa stereotypisoidusta ampumaurheilijanaisestä. Se, mitä Mäkelä-Nummelasta uutisoitiin, oli kovin myönteistä, uutisoinniltaan kisojen mukaisesti ajoittuvaa ja kuviltaan neutraalia. Mäkelä-Nummelasta ei tullut speaktaakkeliurheilijaa. Hän nousi julkisuuteen olympiavoitollaan, antamatta medialle edes aihetta mässäillä muulla. Tulevaisuuden urheilumenestys näyttää pysyväksi trap-ampuja median kiinnostuksen kohteena jatkossa, koska nimenomaan urheilumenestyksellään, jos jollain, hän tulevaisuudessakin rikkoo median uutisointikynnyksen.

Koen tutkimukseni arvokkaana ampumaurheilulle ja liikuntatieteelliselle tutkimukselle. Se voi parhaimmillaan herättää keskustelua ja jatkotutkimusaiheita ampumaurheilun eettisyydestä, luonteesta ja lajinäkyvyydestä; naisurheilijan stereotyyppioista sekä urheilun julkisuuskuvasta ja mediaurheilun maailmasta.

## LÄHTEET:

Alasuutari, Pertti 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. Tampere: Vastapaino.

Alkula, Tapani; Pönttinen, Seppo; Ylöstalo, Pekka 1995. Sosiaalitutkimuksen kvantitatiiviset menetelmät. Juva: WSOY.

Ampuja, Marko 2004. Massapetoksen äärellä: Theodor W. Adornon kulttuuriteollisuusteoria ja kulttuurin tutkimus. Teoksessa: T. Mörä, I. Salovaara-Moring & S. Valtonen (toim.) Mediatutkimuksen vaeltava teoria. Helsinki: Gaudeamus, 13–37.

Arponen, Antti; Hannus, Matti & Kanerva, Juha 2000. Martti Jukola. Suomen urheilun suuri tulkki. Helsinki: WSOY.

Bignell, Jonathan 2002. Media semiotics. An introduction. Second edition. Manchester: Manchester University Press.

Boyle, Raymond 2006. Sports Journalism, Context and Issues. London: SAGE.

Boyle, Raymond & Haynes, Richard 2009. Power play. Sport, the media and the popular culture. Harlow: Longman.

Dewey, John 1927. Public and its problems. Suom. Mika Renvall. Tampere: Vastapaino.

Eichberg, Henning 2004. Identiteetin ilmaisemisen ristiriitaiset mallit. Teoksessa: K. Ilmanen (toim.). Pelit ja kentät. Kirjoituksia urheilusta ja liikunnasta. Jyväskylän Yliopisto. Liikunnan sosiaalitieteiden laitos. Tutkimuksia 3/2004, 9–29.

Eskola, Jari & Suoranta, Juha 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

Fairclough, Norman 1997. Miten media puhuu. Suom. V. Bloom & K. Hazard. Tampere: Vastapaino.

- Halonen, Irma Kaarina 2005. Uhkaava ikä ja naistenlehden kurittava katse. Teoksessa: M. Laiho & I. Ruoho (toim.) Median merkitsemät. Ruumis ja sukupuoli kuvassa. Keuruu: Otava, 15–29.
- Heinilä, Kalevi 1973a. Huippu-urheilun yhteiskunnallinen luonne. Teoksessa: K. Heinilä & J. Wuolio (toim.) Huippu-urheilu ja yhteiskunta. Jyväskylä: Jyväskylän Kesä ry/ urheilukongressi, 5–10.
- Heinilä, Kalevi 1973b. Huippu-urheilun markkinat. Teoksessa: K. Heinilä & J. Wuolio (toim.) Huippu-urheilu ja yhteiskunta. Jyväskylä: Jyväskylän Kesä ry/ urheilukongressi. 115–125.
- Heinilä, Kalevi 1994. Urheilu viihteenä. Teoksessa: Liikunnan yhteiskunnallinen perustelu. Tieteellinen katsaus. Jyväskylä: Kopi-Jyvä Oy, 108–120.
- Heinilä, Kalevi 2000. Millainen rooli urheilujournalismilla on yhteiskunnassa? Teoksessa: M. Miettinen (toim.) Haasteena huomisen hyvinvointi. Miten liikunta lisää mahdollisuuksia? Liikunnan yhteiskunnallinen perustelu II, tutkimuskatsaus. Jyväskylä: LIKES, 273–284.
- Heinilä, Kalevi 2000. Mikä on urheilun viihteellinen merkitys? Teoksessa: M. Miettinen (toim.) Haasteena huomisen hyvinvointi. Miten liikunta lisää mahdollisuuksia? Liikunnan yhteiskunnallinen perustelu II, tutkimuskatsaus. Jyväskylä: LIKES, 287–307.
- Herkman, Juha 2001. Audiovisuaalinen mediakulttuuri. Tampere: Vastapaino.
- Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Houlihan, Barrie 2003. Sport and society. A student intrductuon. London: SAGE.
- Itkonen, Hannu 1996. Kenttien Kutsu. Tutkimus liikuntakulttuurin muutoksesta. Helsinki: Gaudeamus.
- Itkonen, Hannu; Ilmanen, Kalervo; Matilainen, Pertti & Vuolle, Pauli; 2004. Urheilun julkisuuskuva. Jyväskylän yliopisto. Liikunnan sosiaalitieteiden laitos. Tutkimuksia 1/2004.

Itkonen, Hannu; Ilmanen, Kalervo; Matilainen, Pertti & Jaskari Liina; 2008. Media Urheilun tulkkina ja tekijänä. Jyväskylän yliopisto. Liikuntatieteiden laitos. Tutkimuksia 1/2008.

Itkonen, Hannu; Ilmanen, Kalervo & Matilainen, Pertti 2007. Urheilun sponsorointi Suomessa. Jyväskylän yliopisto. Liikuntatieteiden laitos. Tutkimuksia 1/2007.

Karppinen Lauri 2012. Satu tähtää finaaliin. Neljä vuotta Pekingissä trapin olympiakultaa voittanut Satu Mäkelä-Nummela ei halua puhua mitaleista. Urheilulehti 29(51), 54–55.

Kellner, Douglas 1998. Mediakulttuuri. Suom. R. Oittinen. Tampere: Vastapaino.

Kivikiuru, Ullamaija 1999. Henkistä kolmiloikkaan eli faktan, merkitysten ja vuorovaikutuksen pyörteissä sirkkusen tahtiin. Teoksessa: S. Kotilainen, M. Hankala, U. Kivikiuru (toim.) Mediakasvatus. Helsinki: Edita, 107–121.

Kiviniemi, Kari 2001. Laadullinen tutkimus prosessina. Teoksessa: J. Aaltola & R. Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analysointimenetelmiin. Jyväskylä: Gummerus, 68–84.

Kotilainen, Sirkku 1999. Mediakasvatuksen monet määritelmät. Teoksessa: S. Kotilainen, M. Hankala, U. Kivikiuru, (toim.) 1999. Mediakasvatus. Helsinki: Edita, 31–42.

Kotilainen, Sirkku & Kivikiuru Ullamaija 1999. Mediakasvatus ihanteiden ja todellisuuden ristipaineissa. Teoksessa: S. Kotilainen, M. Hankala, U. Kivikiuru, (toim.) 1999. Mediakasvatus. Helsinki: Edita, 13–30.

Kotkavirta, Jussi 2004. Urheilun moraali ja etiikka. Teoksessa: K. Ilmanen (toim.) Pelit ja kentät. Kirjoituksia liikunnasta ja urheilusta. Jyväskylän Yliopisto. Liikuntatieteiden laitos. Tutkimuksia 3/ 2004, 31–55.

Kunelius, Risto 2009. Viestinnän vallassa, Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin. 5. uudistettu painos. Helsinki: WSOY.

Kunelius, Risto 1998. Viestinnän vallassa, Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin. Juva: WSOY.

Kunelius, Risto 2004. Kokemuksesta julkiseen tietoon: John Deweyn pragmatismi viestinnän tutkijoille. Teoksessa: T. Mörä, I. Salovaara-Moring, & Valtonen, S. (toim.) Mediatutkimuksen vaeltava teoria. Helsinki: Gaudeamus, 90–118.

Kuutti, Heikki 2006. Uusi media sanasto. Jyväskylä: Atena.

Kuutti, Heikki 2008. Mediakierre. Selviytyminen kielteisessä julkisuudessa. Keuruu: Otava.

Laakso, Lauri 1997. Urheiluviihteen ja dramatiikan mieli ja mielettömyys. Liikunta ja Tiede 35(2), 46–49.

Laine, Antti 2011. Urheilujournalismin Suomi-Ruotsi-maaottelu. Vertaileva tutkimus suomalaisten ja ruotsalaisten iltapäivälehtien Ateenan 2004 ja Torinon olympia uutisoinnista. Helsinki: Edita.

Laine, Timo 2001. Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma. Teoksessa: J. Aaltola & R. Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analysointimenetelmiin. Jyväskylä: Gummerus, 26–43.

Lipponen, Kimmo 1998. Olympialaisten sponsorikuvia luonnollisessa muodossa. Teoksessa: Suomen urheilumuseosäätiö (toim.) Välähdyksiä Suomen urheilusta. Jyväskylä: Gummerus, 88–89.

Malmberg, Tarmo 2004. Porvarillisen julkisuuden keskeneräinen projekti: Jurgen Habermas ja kriittinen mediatutkimus. Teoksessa: T. Mörä, I. Salovaara-Moring & S. Valtonen (toim.) Mediatutkimuksen vaeltava teoria. Helsinki: Gaudeamus, 38–74.

Markula, Pirkko 2009. 'Acceptable bodies': deconstructing the Finnish Media coverage of the 2004 Olympic games. Teoksessa: P. Markula (toim.) Olympic women and the media. International perspective. Basingstoke : Palgrave Macmillan, 87–111.

Meriläinen, Reetta 2008. Mitalin toinen sukupuoli. Helsingin Sanomat, Peking liite. 6.8.–24.8.2008, 5.

Metsämuuronen, Jari. 2008. Laadullisen tutkimuksen perusteet. Jyväskylä: Gummerus.

Moilanen, Pentti & Räihä, Pekka 2001. Merkitysrakenteiden tulkinta. Teoksessa: J. Aaltola & R. Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analysointimenetelmiin. Jyväskylä: Gummerus, 44–67.

Mustonen 2001. Mediapsykologia. Helsinki: WSOY.

Mäkelä, Annu 2007. Muuttuva naiskuva: naisurheilu Helsingin Sanomissa 1983 ja 2005 MM-kisoissa. Teoksessa H. Roiko-Jokela & E. Sironen (toim.) Vanhat mestarit. Suomen urheiluhistoriallisen seuran vuosikirja 2007. Helsinki: Gummerus, 73–85.

Paavola, Seppo 2007. Liikunnan päätöksenteon eettisiä lähtökohtia. Teoksessa: K. Ilmanen (toim.) Pelit ja kentät. Kirjoituksia liikunnasta ja urheilusta. Jyväskylän Yliopisto. Liikuntatieteiden laitos. Tutkimuksia 3/ 2004, 83–99.

Pfister, Gertrud 2003. kaupan paljasta pintaa- Anna Kournikova ja urheilu tavarana. Teoksessa: H. Roiko-Jokela & E. Sironen (toim.) Kynäniekkoja, kivinyrkkejä, mäkimatteja. Suomen urheiluhistoriallisen seuran vuosikirja. Jyväskylä: Atena, 152-166.

Pirinen, Riitta 2006. Urheileva nainen lehtiteksteissä. Tampereen yliopisto. Acta Universitatis Tamperensis 1138.

Pänkäläinen, Seppo 1998. Suomalainen urheilujournalismi. Liikuntatieteellisen seuran impulssi nro. XV. Helsinki: Liikuntatieteellinen seura.

Raney, Arthur. A. & Bryant Jennings. Handbook of sports and media. Mahwah, N.J : L. Erlbaum Associates.

Rantala, Pia. 2006. Suomalainen huippu-urheilijainainen. Millaisena huippu-urheilijainainen näkee asemansa 2000-luvun urheilijakulttuurissa ja -mediassa. Lapin

yliopisto. Kasvatustieteiden tiedekunta. Mediakasvatuspainotteinen luokanopettajakoulutus. Pro gradu -tutkielma.

Pietilä, Veikko 2004. Kaiken takana on teknologia: Harold Innis ja Marshall McLuhan tekivät välineistä viestintäteoriaa. Teoksessa: T. Mörä, I. Salovaara-Moring & S. Valtonen (toim.) Mediatutkimuksen vaeltava teoria. Helsinki: Gaudeamus, 137–164.

Ridell, Seija & Väliaho, Pasi 2006. Mediatutkimus käsitteiden kudelmana. Teoksessa: S. Ridell, P. Väliaho & T. Sihvonen (toim.) 2006. Mediaa käsittämässä. Tampere: Vastapaino, 7–26.

Rowe David, 1995. Popular cultures, Rock music, sport and the politics of pleasure. London: SAGE.

Rowe, David 1999. Sport, culture and media. Philadelphia: Open University Press.

Rowe, David. 1991. No Gain, No Game? Media and Sport. Teoksessa: Curran, James & Gurevitch, Michael. Mass Media and Society. London, 346–361.

Ruben, Brent D. & Stewart, Lea P. 2006. Communication and human behavior. Boston: Pearson.

Sintonen, Teppo. Organisaatiokulttuuri ja sen johtaminen. Henkilöstöjohtamisen luennot 2.10.2012. Jyväskylän Kauppakorkeakoulu.

Steen, Rob 2007. Sports Journalism. A multimedia primer. New York: Routledge.

Tiihonen, Arto 2002. Ruumista, miestä, tarinasta tulkintaa: Oikeita mieheiä- ja urheilijoita? Liikunnan ja kansanterveyden julkaisuja 134. Liikunnan ja kansanterveyden edistämissäätiö LIKES. Jyväskylä: LIKES.

Tuomi, Jouni & Sarajarvi, Anneli 2011. Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi. Jyväskylä: Tammi.

Tuomi, Jouni & Sarajarvi, Anneli 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi. Jyväskylä: Gummerus.



Turtiainen, Jussi 2005. Hirviöitä ja bikinejä - Urheilevat naiset maskuliinisuuden varjossa. Teoksessa: M. Laiho & I. Ruoho (toim.) Median merkitsemät. Ruumis ja sukupuoli kuvassa. Keuruu: Otava, 51–68.

Juha Kanerva. Tavoitteena tähtisade. Kun Satu Mäkelä-Nummela saa italialaiselle haulikolla täydellisen osuman, hajonnut kiekko muistuttaa tähtisadetikkua. Veikkaajan kisaopas. Lontoo 2012.

Vilkka, Henna 2005. Tutki ja Kehitä. Keuruu: Tammi.

Virtapohja, Kalle 1998a. Sankarit. Teoksessa: Suomen urheilumuseosäätiö (toim.) Välähdyksiä Suomen urheilusta. Jyväskylä: Gummerus.

Virtapohja, Kalle 1998b. Sankareiden salaisuudet. Journalistinen draama suomalaista urheilusankaria synnyttämässä. Jyväskylä: Atena.

Virtapohja, Kalle. 1995. ”Den Glider in”. Kultajuhlat leijonille, karnevaalit katsojille. Jyväskylä: Gummerus.

Wenner, L. A. 1989 (Edit.) Media, sports, & society. Newbury Park: SAGE.

Verkkolähteet:

London Olympics 2012 saatavilla URL <  
<http://www.london2012.com/shooting/event=shooting-women-trap/>> (viitattu  
 18.9.2012).

Helsingin Sanomat 2012 saatavilla URL<  
[.http://www.hs.fi/urheilu/Iltalehti+Mestariampuja+lytt%C3%A4%C3%A4+ministerien+suunnitelmat/a1305588923287](http://www.hs.fi/urheilu/Iltalehti+Mestariampuja+lytt%C3%A4%C3%A4+ministerien+suunnitelmat/a1305588923287) > (viitattu 20.9.2012).

Olympiakomitea 2012 saatavilla URL< <http://www.noc.fi/olympialaiset/lontoo-kisasivut/suomen-joukkue/ammunta/> > (viitattu 13.11.2012).

Yle 2012 saatavilla URL < [http://yle.fi/urheilu/makela-nummelasta\\_vuoden\\_ampumaurheilija/6353165](http://yle.fi/urheilu/makela-nummelasta_vuoden_ampumaurheilija/6353165)> (viitattu 13.11.2012).

Suomen Ampumaurheiluliitto saatavilla URL <  
<http://www.ampumaurheiluliitto.fi/esittely/?x31448=1645167>> (viitattu 13.11.2012).

< [http://www.ampumaurheiluliitto.fi/valmennus/urheilijaprofiileja/satu\\_makela-nummela/](http://www.ampumaurheiluliitto.fi/valmennus/urheilijaprofiileja/satu_makela-nummela/)> (viitattu 1.12.2012).

Helsingin sanomat 2009 saatavilla URL<  
<http://www.hs.fi/urheilu/artikkeli/Satu+M%C3%A4kel%C3%A4-Nummelalle+uusi+t%C3%A4ysosuma+Vuoden+urheilijan+arvonimi/1135242682801>>  
 (viitattu 13.11.2012).

Suomen Ampumaurheiluliitto 2012 saatavilla URL<  
<http://www.ampumaurheiluliitto.fi/esittely/> > (viitattu 6.12.2012).

Suomen Ampumaurheiluliitto 2012 saatavilla URL<  
<http://www.ampumaurheiluliitto.fi/lajit/>> (viitattu 6.12.2012).

Suomen Urheilulehti 2012 saatavilla URL<  
<http://www.urheilulehti.fi/lehti#ixzz2EMqWGVfq>> (viitattu 7.12.2012).

**Liite 1.** Laineen (2011, 373–375) Sanomalehtien urheiluaineiston mittaamiseen ja luokitteluun suunnitellusta mittarista yksi valittu muuttuja kvantitatiiviseen analyysiin.

## **A. LEHTI**

### **1. Etelä-Suomen Sanomat**

### **2. Helsingin Sanomat**

## **B. JUTUN JULKAISUPÄIVÄMÄÄRÄ (1.1.2012 jne.)**

## **C. JUTUN KOODI (1, 2, 3, 4 jne.)**

Jokaisen lehden jokaiselle jutulle on määritetty oma koodi, jota käytetään mittarin tunnistemuuttujana.

## **D. JUTUN PÄÄOTSIKKO**

Jokaisen jutun pääotsikko on kirjattu mittarin tunnistemuuttujaksi, jotta juttukoodien paikantaminen sanomalehtiaineistosta on yksinkertaista.

## **E. JUTUN TYYPPI**

- 1. Arviot ja analyysit:** Luokkaan on määritetty jutut, joissa keskitytään tapahtumien ja niiden taustojen arviointiin sekä analysointiin ilman, että toimittaja personoituu voimakkaasti tekstissä. Arviot ja analyysit, joissa toimittajat personoituvat voimakkaasti, on määritetty mielipidejutuiksi.
- 2. Asiahaastattelu:** Luokkaan on määritetty sellaiset haastattelusitaattien pohjalta rakentuvat jutut, joissa sitaattien pääasiallinen esittäjä ei ole sama kuin jutussa ensisijaisesti käsiteltävä henkilötoimija tai kiinteästi tiettyyn henkilötoimijaryhmään liittyvä henkilötoimija (esim. joukkueen valmentaja), eikä kyseessä ole kiertohaastattelu tai uutisraportti. Tyypillisiä asiahaastatteluita ovat esimerkiksi asiantuntijoilta tai silminnäkijöiltä asiapainotteisia juttuja varten hankittujen kommenttien pohjalta rakentuvat jutut.
- 3. Faktalaatikko:** Luokkaan on määritetty muiden juttujen ohessa julkaistavat, usein laatikkomuodossa esitettävät, tiivistettyä informaatiota sisältävät jutut.

Tyypillisiä faktalaatikoiden aihealueita ovat henkilötiedot, säännöt sekä kilpailu- ja suoritusjärjestykseen liittyvät tiedot. Kisaoppaiden ohessa julkaistavat faktalaatikot sisällytetään kisaopas-luokkaan.

- 4. Gallupit ja lukijapalautteet:** Luokkaan on määritetty verkkolehtien gallupkyselyjä koskevat sisällöt ja lukijoiden sähköpostipalautteet.
- 5. Ennakkoyhteenveto:** Luokkaan on määritetty jutut, joissa keskitytään tulevien tapahtumien ennakkointiin ilman, että juttujen keskeinen sisältö muodostuu haastattelusitaateista. Tapahtumajutut eivät ole sisällöllisesti niin faktapainotteisia ja aiheeltaan niin yllättäviä kuin uutisraportit. Ennakkoyhteenvetajien tyypillinen aihealue on kisa- ja ottelutapahtumien ennakkointi.
- 6. Ennakkohaastattelu:** Luokkaan on määritetty sellaiset haastattelusitaattien pohjalta rakentuvat ennakkoyhteenvetot, joissa sitaattien pääasiallinen esittäjä on sama kuin jutussa ensisijaisesti käsiteltävä henkilötoimija tai kiinteästi kyseiseen henkilötoimijaryhmään liittyvä henkilötoimija (esim. joukkueen valmentaja). Poikkeuksen muodostavat uutissähkeet, uutisraportit, raportit ja reportaasit, jotka on määritetty niitä koskevaan luokkaan, vaikka ne sisältäisivätkin runsaasti haastattelusitaatteja.
- 7. Henkilöhaastattelu:** Luokkaan on määritetty sellaiset haastattelusitaattien pohjalta rakentuvat jutut, joissa sitaattien pääasiallinen esittäjä on jutun henkilötoimija ja jutun sisällöllinen painopiste on muualla kuin urheiluvoiton ennakkointiin tai raportointiin liittyvillä aihealueilla. Poikkeuksen muodostavat uutissähkeet, uutisraportit, raportit ja reportaasit, jotka on määritetty niitä koskevaan luokkaan, vaikka ne sisältäisivätkin runsaasti haastattelusitaatteja.
- 8. Henkilöyhteenveto:** Luokkaan on määritetty jutut, jotka keskittyvät henkilötoimijoiden esittelyyn ilman, että juttujen hallitsevana aihealueena on tulevien kisatapahtumien ennakkointi tai menneiden kisatapahtumien raportointi, eikä yhteenvetoyhteenvetona ole henkilöhaastattelu. Tällaisiksi on määritetty myös faktalaatikoita laajemmat henkilötoimijoiden tiivistetyt esittelyt.
- 9. Journalistinen televisioarvostelu:** Luokkaan on määritetty television kisaohjelmia ja niiden toimittajia käsittelevät arvostelut.

- 10. Juliste:** Luokkaan on määritetty kokonaisen sivun tai aukeaman laajuiset kuvalliset painotuotteet, joiden teksti rajoittuu otsikoihin. Juttutyypiluokittelussa valokuvia ja muita graafisia esityksiä ei luokitella erikseen.
- 11. Kiertohaastattelu:** Luokkaan on määritetty jutut, joissa esitetään kootusti useille henkilöille esitettyjen kysymysten vastaukset haastattelusitaatteina.
- 12. Kuvajuttu:** Luokkaan on määritetty pelkästä kuvasta (ja jutun otsikosta/kuvatekstistä) koostuvat jutut, joita ei ole sijoitettu muiden juttujen yhteyteen ja joita ei luokitella vinkkejutuiksi tai julisteiksi. Kuvajutussa voi olla useampi kuin yksi kuva. Tällaisia ovat esimerkiksi tapahtumakuvasarjat ja kuvavertailut. Juttutyypiluokittelussa valokuvia ja muita graafisia esityksiä ei luokitella erikseen.
- 13. Mielipidejuttu:** Luokkaan on määritetty kaikki ne mielipidejutut, jotka eivät ole journalistisia televisioarvosteluja tai reportaaseja. Mielipidejutuiksi luokiteltavia sisältöjä ovat kolumnit, kommentit, kronikat, pakinat ja arvostelut.
- 14. Palvelu- ja ajanvieteaineisto:** Luokkaan on määritetty kisaohjelmaoppaat, vedonlyöntivihjeet ja tietovisat. Kisaohjelmaoppaiden ohessa julkaistavat television ja radion ohjelmalistaukset sijoittuvat tähän luokkaan.
- 15. Raportti:** Luokkaan on määritetty jutut, jotka ovat uutisraportteja, ennakko- ja tapahtumajuttuja sekä ennakko- ja tapahtumahaastatteluja vähemmän ajankohtaisia, laajamittaisempia sekä voimakkaammin toimittajan omiin havaintoihin pohjautuvia. Suhteessa reportaaseihin raportit ovat laajuudeltaan suppeampia, kieli vähemmän kertomuksellista ja kannanotot eivät niin personoituja. Raporteissa tyypillisesti käsiteltäviä aihealueita ovat esimerkiksi kisajärjestelyt ja kisojen seuraaminen.
- 16. Reportaasi:** Luokkaan on määritetty jutut, jotka ovat raportteja laajamittaisempia ja personoidumpia. Reportaaseille on usein tyypillistä kertomuksellinen ote, monilähteisyys ja läsnäolon tuntu. Henkilöitä käsittelevät reportaasit on määritetty tähän luokkaan sen sijaan, että ne luokiteltaisiin henkilökuvaksi. Myös laajat, reportaaseille tyypillisiä elementtejä sisältävät mielipidejutut luokitellaan reportaaseiksi. Kaikki arviot ja analyysit sen sijaan

luokitellaan niiden omaan luokkaan, vaikka ne sisältäisivätkin reportaaseille tyypillisiä elementtejä.

- 17. Tapahtumajuttu:** Luokkaan on määritetty jutut, joissa käsitellään menneitä tapahtumia ilman, että juttujen keskeinen sisältö muodostuu haastattelusitaateista. Tapahtumajutut eivät ole sisällöllisesti niin faktapainotteisia ja aiheeltaan niin yllättäviä kuin uutisraportit. Tapahtumajuttujen tyypillinen aihealue on kisa- ja ottelutapahtumat. Erillisen menneiden kisa- ja ottelutapahtumien käsittelyn juttutyypin muodostavat tapahtumareferaattit.
- 18. Tapahtumahaastattelu:** Luokkaan on määritetty sellaiset haastattelusitaattien pohjalta rakentuvat tapahtumajutut, joissa sitaattien pääasiallinen esittäjä on sama kuin jutussa ensisijaisesti käsiteltävä henkilötoimija tai kiinteästi kyseiseen henkilötoimijaryhmään liittyvä henkilötoimija (esim. joukkueen valmentaja). Poikkeuksen muodostavat uutissähkeet, uutisraportit, raportit ja reportaasit, jotka on määritetty niitä koskevaan luokkaan, vaikka ne sisältäisivätkin runsaasti haastattelusitaatteja.
- 19. Tapahtumareferaatti:** Luokkaan on määritetty jutut, joissa esitetään referaatti ottelu- ja kilpailutapahtumien kulusta.
- 20. Taustajuttu:** Luokkaan on määritetty jutut, joissa keskitytään muissa jutuissa käsiteltävien tapahtumien kertausnomaiseen taustoittamiseen tai lisäinformaation tuottamiseen ilman, että juttu esitetään tiivistetyssä faktalaatikkomuodossa. Tyypillisesti taustajutut ovat kooltaan faktalaatikoita laajempia.
- 21. Television/radion ohjelmalistaus:** Luokkaan on määritetty kisaohjelmaoppaita lukuun ottamatta kaikki urheilusivuilla julkaistavat television ja radion ohjelmalistaukset sekä muu niiden oheen sisällytetty informaatio (esim. televisio-ottelun ennakoidut kokoonpanot). Kisaohjelmaoppaiden ohessa julkaistavien televisio- ja radiosisältöjen juttutyypin on palvelu- ja ajanvieteaineisto.
- 22. Tiivistys muista medioista:** Luokkaan on määritetty jutut, joiden keskiössä ovat muiden medioiden käsittelemät sisällöt, esimerkiksi toisen lehden julkaisemat jutut.

- 23. Tulokset, tilastot ja taulukot:** Luokkaan on määritetty erillisinä kokonaisuuksina julkaistavat tulospörssit, tilastot ja taulukot. Muiden juttujen ohessa julkaistavia tulosmainintoja (esim. Suomi-Ruotsi 2–3) ei ole luokiteltu erikseen, mutta yksityiskohtaisemmat kokonaisuudet, esimerkiksi yksittäisen ottelun tarkat tilastot, on, vaikka ne julkaistaisiinkin erillään varsinaisista tulos- ja tilastopörsseistä. Kisaohjelmaoppaiden ohessa julkaistavien mitalitaulukoiden juttutyypin on palvelu- ja ajanvietteenaineisto.
- 24. Uutisraportti:** Luokkaan on määritetty jutut, joille on tyypillistä faktapohjaisuus, ajankohtaisuus ja aiheen yllättävyys. Luokkaan määriteltävät jutut eivät sisällä toimittajan omia mielipiteitä vaan lähestymistapa on neutraali. Tyypillisiä uutisraporttiluokkaan sijoitettavia sisältöjä ovat väärinkäytöksistä, loukkaantumisista, konflikteista ja dopingista uutisointi. Kilpailu- ja ottelutapahtumiin liittyviä ennako- ja tapahtumajuttuja, haastattelujuttuja tai tapahtumareferaatteja ei luokitella uutisraporteiksi vaan ne sijoitetaan niiden ensisijaisiin juttutyypiluokkiin.
- 25. Uutissähke:** Luokkaan on määritetty jutut, joissa uutissisällöt esitetään yhteenvetomaisen tiivistetysti.
- 26. Valinnat ja rankinglistat:** Luokkaan on määritetty jutut, joissa esitetään erilaisia valintoja (esim. päivän leijona ja päivän lammas) tai urheilijoita sekä tapahtumia asetetaan paremmuusjärjestykseen. Myös tietynlaisten vinjettien (esim. Päivän sankarit) alla julkaistavat jutut on määritetty tähän luokkaan, vaikka ne olisivatkin sisällöllisesti esimerkiksi tapahtumajuttuja.
- 27. Viittaus verkkolehden/mobiiliviestintään:** Luokkaan on määritetty jutut, joissa viitataan verkkolehden sisältöihin tai mobiiliviestintään.
- 28. Vinkki-juttu:** Luokkaan on määritetty jutut, joissa viitataan muualla lehdessä oleviin sisältöihin. Suurin osa näistä on lehden tai urheilulehden etusivulle sijoitettavia vinkkejä sisäsivuilla julkaistavista sisällöistä. Kaikki urheilulehden etusivun pelkästä kuvasta (ja jutun otsikosta/ kuvatekstistä) koostuvat jutut, joita käsitellään lehden sisäsivuilla, on määritetty vinkki-jutuiksi, vaikka niissä ei olisikaan sisäsivuilla opastavia sivumerkintöjä.

- 29. Sekalainen:** Luokkaan on määritetty jutut, joissa selkeästi yhdistyy vähintään kaksi eri juttutyyppiä ja mikään yksittäisistä juttutyypeistä ei nouse siinä selkeästi hallitsevassa asemassa.
- 30. Muu:** Luokkaan on määritetty kaikki ne juttutyypit, jotka eivät sijoitu muihin juttutyypiluokkiin.



**Liite 2. SATU MÄKELÄ-NUMMELAN TEEMAHAASTATTELU**

## 1. (Pohjateema:) Urheilu-uran alkuvaiheet ja kohti huippua

- Ammunnan valikoituminen lajiksi, systemaattisen harjoittelun aloittaminen jne.
- Miten Pekingin olympia-kulta muutti urheilu-uraasi?
- Mitkä ovat tulevat urheilu-/ kilpailutavoitteesi?

Päätteemat:

## 2. Mediaseuranta

- Miten media on seurannut urheilu-uraasi? (jatkumo)
- Miten olet kokenut olympiavoiton jälkeisen julkisuuden? (muutos)
- Millainen on suhteesi mediaan?

## 3. Millaiseksi koet suomalaisen urheilujournalismin? (erityisesti sanomalehtien)

- Millainen on mielestäsi naisurheilun asema suomalaisessa urheilujournalismissa?

## 4. Millaisen näet ampumaurheilun aseman mediassa?

## 5. Millaisen julkisuuskuvan Satu Mäkelä-Nummelasta median kautta saa?

- Oletko lukenut ja/tai säästänyt sinua koskevia juttuja?
- (Media pitää sinua rempseänä, päämäärätietoisena ja temperamenttisenä. Tunnistatko itsesi näistä?)

## 6. Millaisena näet ampumaurheilun aseman mediassa? Miksi?