

**Kultapoikia, pilkkuvirheitä ja Suomi-teemaa:
Jääkiekon maailmanmestaruuskisojen 2012
mediajulkisuus Helsingin Sanomissa**

Elina Penttinen
Pro gradu -tutkielma
Yhteisöviestintä
Viestintätieteiden laitos
Jyväskylän yliopisto
Kevät 2013

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistinen	Laitos Viestintätieteiden
Tekijä Elina Maria Penttinen	
Työn nimi Kultapoikia, pilkkuvirheitä ja Suomi-teemaa: Jääkiekon maailmanmestaruuskisojen 2012 mediajulkisuus Helsingin Sanomissa	
Oppiaine Yhteisöviestintä	Työn laji Pro gradu -tutkielma
Aika Tammikuu 2013	Sivumäärä 95+6
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän tutkimuksen tavoitteena oli tarkastella jääkiekon maailmanmestaruuskisojen 2012 Helsingin Sanomissa ajalla 2.1.-30.6.2012 saamaa mediajulkisuutta ja tämän julkisuuden piirteitä. Tavoitteena oli selvittää, kuinka paljon ja millaista julkisuutta kyseinen vuosittainen urheilutapahtuma valitussa mediassa sai. Lisäksi haluttiin selvittää, miten eri Suomen joukkueen pelaajat nousivat teksteissä esille.</p> <p>Tutkimuksen aiheeseen johdattavassa teoriaosuudessa kuvailtiin aluksi medioitumisen sekä julkisuuden käsitteitä sekä esiteltiin mediavälitteistä julkisuuden ilmiötä agenda setting -teorian sekä kehystämisen käsitteen kautta. Lisäksi tarkasteltiin huippu-urheilun tuotteistuneisuutta, avattiin huippu-urheilun, median ja markkinoiden kiinteää suhdetta toisiinsa sekä esiteltiin urheilumedian ja urheilutapahtumien erityispiirteitä. Tutkimusaineisto koostui 243:sta Helsingissä järjestettävien jääkiekon maailmanmestaruuskisoja käsittelevästä lehtijutusta. Menetelminä työssä käytettiin sisällön erittelyä ja sisällönanalyysiä, joiden avulla aineisto analysoitiin ja luokiteltiin määrällisesti ja laadullisesti.</p> <p>Jääkiekon maailmanmestaruuskisojen saama mediajulkisuus sijoittui lähinnä aikaan juuri ennen turnausta sekä aikaan varsinaisen turnauksen ollessa käynnissä. Aineistosta nousivat esille vahvasti Suomen näkökulma, Suomen joukkueen kokoamiseen liittyvät tekstit, turnauksen kannalta tärkeimpien otteluiden painottuminen, kritiikki tapahtuman pääsylippujen hinnoittelua kohtaan ja käytännön ohjeiden antaminen turnauksen seuraamiseen. Lisäksi teksteissä pyrittiin välittämään kisatunnelmaa sekä kirjoitettiin viihteellisesti jääkiekkoilijoitten yksityiselämästä. Suomen joukkueen pelaajista esille nousivat lähinnä jo etukäteen ennen turnausta joukkueen tähdiksi nostetut pelaajat. Poikkeuksellisesti paljon huomiota sai myös eräs neloskentän hyökkääjä yhden ottelun tapahtumien vuoksi.</p>	
Asiasanat mediajulkisuus, huippu-urheilu, jääkiekko	
Säilytyspaikka Viestintätieteiden laitos	
Muita tietoja	

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	1
2 MEDIAJULKISUUS	4
2.1 Medioitunut maailma	4
2.2 Julkisuuden käsitteestä	7
2.3 Mediavälitteinen julkisuus	10
2.3.1 Media sidosryhmänä	12
2.3.2 Agenda setting -teoria	14
2.3.3 Kehystämisen käsite	15
3 HUIPPU-URHEILUN JULKISUUS	20
3.1 Tuotteistunut huippu-urheilu	20
3.2 Huippu-urheilu, media ja sponsorointi.....	22
3.3 Urheilumedian ja mediatapahtumien luonteista.....	26
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	30
4.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymykset	30
4.2 Tutkimuksen lähestymistapa	31
4.3 Sisällönanalyysi ja sisällön erittely	31
4.4 Tutkimusaineisto	36
5 TULOKSET	39
5.1 Julkisuuden määrä	39
5.1.1 Tapahtumaa ennakoivan julkisuuden määrä.....	39
5.1.2 Julkisuuden määrä turnauksen aikana ja sen jälkeen.....	42
5.2 Julkisuus aihepiireittäin.....	45
5.2.1 Suomi ja muut turnaukseen osallistuneet maat	46
5.2.2 Suomen maajoukkueen kokoaminen.....	50
5.2.3 Leijonien tärkeimpien otteluiden painottaminen	53
5.2.4 Kritiikki pääsylippuhinnoittelua kohtaan	57
5.2.5 Käytännön kisajärjestelyt katsojille	60
5.2.6 Kisatunnelmaa kuvaavat lehtijutut.....	62

5.2.7 Viihteellisen sisällön jutut	63
5.3 Julkisuudessa esiin nousseet Suomen pelaajat	65
5.3.1 Mikael Granlund.....	67
5.3.2 Mikko Koivu	69
5.3.3 Valtteri Filppula.....	72
5.3.4 Jesse Joensuu	73
6 POHDINTA	77
6.1 Mediajulkisuuden määrä.....	78
6.2 Esiin nousseet aihekokonaisuudet.....	81
6.3 Esiin nousseet yksittäiset pelaajat.....	84
6.4 Tutkimuksen arviointi	86
6.5 Jatkotutkimusaiheita	87
KIRJALLISUUS	88
LIITE.....	96

1 JOHDANTO

Media on tänä päivänä olennainen sidosryhmä mille tahansa organisaatiolle. Sidosryhmäajattelun mukaan organisaation menestys on riippuvainen sidosryhmien luottamuksesta ja hyväksynnästä. Yhteisöviestinnän näkökulmasta media on olennainen ja erityinen sidosryhmä sen kaksijakoisen roolin vuoksi. Tämä tarkoittaa, että media itsessään on sidosryhmä ja median kautta tavoitellaan myös muita sidosryhmiä. (Juholin 2006, 230.) Tämä kaksoisrooli tekee mediasta sekä itsenäisen toimijan että foorumin ja kanavan, jonka kautta organisaatio ja sen viestit voivat välittyä yleisöille (Juholin & Kuutti 2003, 12).

Huippu-urheilun parissa toimiva organisaatio tarvitsee urheilijoista ja urheilun tapahtumista raportoivaa mediaa kuitenkin erityisesti, sillä medioituneessa yhteiskunnassa enemmistö yleisöstä seuraa urheilun tapahtumia paikalla olemisen sijaan jonkin median, kuten esimerkiksi television tai sanomalehtien, kautta. Median läsnäolon avulla saavutettu taloudellinen hyöty on myös muodostunut yhä useammalle urheiluorganisaatiolle lähes elinehdoksi. (Jhally 1989, 77–78.) Median, sponsoroinnin ja tuotteistetun huippu-urheilun voidaan nähdä muodostavan kiinteän vuorovaikutussuhteen, jossa media, markkinat ja urheilutuote ovat toisilleen hyödyllisiä ja jopa välttämättömiä (Itkonen, Ilmanen & Matilainen 2007).

Huippu-urheilun parissa toimivan organisaation on pidettävä yllä erityisen tiiviitä suhteita avainsidosryhmiinsä ja toteutettava viestinnässään proaktiivista ja strategista otetta (Shilbury & Rowe 2012, 51). Tämä suhdetoiminnallinen elementti tuo huippu-urheilun myös yhteisöviestinnän tutkimuksen ytimeen. Huippu-urheilun tutkiminen yhteisöviestinnän kentällä on ollut vielä kuitenkin kovin hajanaista ja satunnaista, vaikka yhteisöviestinnän käsitteet limittyvät usein urheilun tutkimukseen ja esimerkiksi urheilumarkkinointiin ja

tapahtumien järjestämiseen (L'Etang & Hopwood 2008, 87). Mediajulkisuutta on puolestaan perinteisesti tutkittu lähinnä eri organisaatioiden eri ajanjaksoina saaman julkisuuden näkökulmasta eikä niinkään yksittäisten ja suhteellisten lyhytkestoisten tapahtumien näkökulmasta.

Urheilun julkisuuskuva on tutkittu Suomessa jonkin verran (ks. esim. Iltanen, Iltanen, Matilainen & Vuolle 2004). Suomen ensimmäisestä vuonna 1995 saavutetusta jääkiekon maailmanmestaruudesta seurannut kansallinen mediakarnevaali on niin ikään noussut tutkimuksen kohteeksi (ks. Virtapohja 1995). Suomalaisten suhtautumista eri urheilulajeihin on puolestaan tutkittu vuosittain, ja jääkiekko on noussut arvostetuimmaksi urheilulajiksi useana vuonna. Jääkiekko on parantanut sijoitustaan myös lajien seuraamista tutkittaessa. Aiempina vuosina ykkössijaa pitänyt mäkihyppy joutui väistymään, kun jääkiekko nousi vuoden 2011 seuratuimmaksi urheilulajiksi. Tuolloin jopa 71 % vastaajista ilmoitti seuraavansa jääkiekkoa ainakin silloin tällöin. (Taloustutkimus 2011.)

Myös vuonna 2007 urheilutoimittajille tehdyn kyselytutkimuksen tulosten perusteella jääkiekko on lajina suomalaisessa mediassa erityisasemassa. Lähes kaksi kolmasosaa toimittajista nimesi jääkiekon oman mediansa kannalta kolmen kiinnostavimman lajin joukkoon. Urheilutapahtumista kiinnostavimmiksi nousivat kesä- ja talviolympialaisten jälkeen jääkiekon maailmanmestaruuskisat sekä kotimainen SM-liiga. Tällä hetkellä jääkiekon lajina MM-turnauksineen ja liigoineen voidaan siis sanoa olevan Suomen urheilumediakentällä hallitsevassa asemassa. (Iltanen, Iltanen, Matilainen & Jaskari 2008, 63, 71.)

Tämän työn tarkoitus on kartoittaa vuoden 2012 jääkiekon maailmanmestaruuskilpailuiden saamaa mediajulkisuutta Helsingin Sanomissa. Vuosittain järjestettävät jääkiekon maailmanmestaruuskilpailut järjestettiin keväällä 2012 Helsingissä, mikä osaltaan innoitti tutkimaan kyseisen urheilun

suur tapahtuman saamaa mediajulkisuutta juuri tuona keväänä. Työn tarkoituksena on tutkia mediateksteistä koostuvan aineiston pohjalta sitä, kuinka paljon ja millaista mediajulkisuutta valitussa mediassa kyseinen lähes kolmiviikkoinen urheilutapahtuma saa ennen varsinaisen turnauksen alkamista, sen aikana ja tapahtuman jälkeen. Tarkastelun kohteena ovat myös yksittäiset suomalaiset jääkiekkoilijat ja heidän saamansa mediahuomio.

2 MEDIAJULKISUUS

Tässä luvussa kuvataan ensin yhteiskunnan medioitumisen ilmiötä ja avataan julkisuuden ja mediavälitteisen julkisuuden käsitteitä. Lisäksi tarkastellaan mediaa sidosryhmänä sekä pohditaan median roolia viestien välittäjänä agenda setting -teorian ja kehystämisen käsitteen kautta.

2.1 Medioitunut maailma

Median nykyistä yhteyttä kulttuuriin ja vallitsevaan yhteiskuntaan voidaan kuvata medioitumisen käsitteen kautta. Englanninkielisessä kirjallisuudessa ilmiöstä käytetään hieman näkökulmasta riippuen termejä *mediation* tai *mediatization*, mutta tässä tutkimuksessa ilmiöstä puhuttaessa käytetään ainoastaan suomenkielistä termiä *medioituminen* ja pyritään ottamaan termin erilaiset ulottuvuudet huomioon.

Yhteiskunnan medioitumisella tarkoitetaan sitä, että ihmisten tiedot, havainnot ja kokemukset ympäröivästä maailmasta ovat yhä enemmän mediavälitteisiä. Medioituneessa yhteiskunnassa ovat vahvasti läsnä erilaisten viestintävälineiden kautta välittyneet sanomat ja näiden sanomien vaikutus. Samalla omaan välittömään kokemukseen perustuvan tiedon määrä on vähentynyt. (Nieminen & Pantti 2009, 16.) Medioituminen kuvaa myös sitä, miten yhteiskunta on yhä enenevässä määrin tullut riippuvaiseksi mediasta ja median toimintalogiikasta. Medioitumisen kaksipuoleisessa prosessissa media on toisaalta nivoutunut osaksi toisten sosiaalisten instituutioiden toimintoja, mutta toisaalta myös itsenäistynyt omana sosiaalisena instituutionaan. Seurauksena tästä niin instituutioiden sisäinen kuin instituutioiden välinen viestintä sekä yhteiskunnassa yleisesti käytävä vuorovaikutus tapahtuvat

nimenomaan median välityksellä. (Hjarvard 2008, 113.) Vuorovaikutuksessa median kanssa tapahtuva instituutioiden välinen kanssakäyminen tarkoittaa myös sitä, että mediaympäristö vaikuttaa jo lähtökohtaisesti viestien sisältöön ja rakenteeseen. Näin ollen viestintä tulee väistämättä riippuvaiseksi vallitsevista mediaympäristöistä ja niiden toimintalogiikoista.

Median tarjoamien sisältöjen laajentuminen sekä toisaalta eri medioiden seuraamiseen käytetyn ajan kasvaminen ovat johtaneet siihen, että maailma tapahtumineen välittyy yhä useammin jonkin median kautta. Näin ollen median voidaan sanoa myös osaltaan rakentavan ja muokkaavan yhteiskuntaa. Yhteiskunnalliset instituutiot joutuvat myös muokkaamaan toimintatapojaan ja ottamaan median entistä tarkemmin huomioon. Medioitumisen voidaankin sanoa lisäävän median vaikutusmahdollisuuksia ja vahvistavan median roolia niin yhteiskunnallisessa toiminnassa kuin kansalaisten arjessa. (Wiio 2006, 34–35.)

Toisaalta mediamaiseman kehitystä leimaa journalismin tietynlainen pyrkimys irtautua niistä instituutioista, joiden toiminnasta media viestii. Samalla journalistinen media näyttää muuttuneen aiempaa itsenäisemmäksi ja instituutioista riippumattomaksi. Selvimmin tämä itsenäistymisen kehitys on näkynyt politiikan journalismissa, mutta saman muutostrendin voi havaita myös talousjournalismissa, kulttuurijournalismissa ja urheilujournalismissakin. (Kunelius, Noppari & Reunanen 2009, 60.)

Yhteiskunnan medioitumisessa voidaan siis nähdä neljä samanaikaisesti tapahtuvaa ilmiötä. Ensinnäkin mediateknologioiden määrä on lisääntynyt valtavasti ja median volyymit kasvavat jatkuvasti. Toisekseen ihmisten tapa kokea ympäröivä maailma on muuttunut entistä enemmän mediavälitteiseksi. Kolmanneksi viestintäinstituutiot ovat asettuneet korvaamaan perinteisiä yhteiskunnallisia instituutioita ja neljänneksi yhteiskunnalliset instituutiot puolestaan toimivat enenevässä määrin median kautta ja median ehdoilla.

(Wiio 2006, 34–35). Näiden neljän edellä kuvatun ilmiön lisäksi medioitumisen käsitteeseen voidaan liittää myös viihteellisten mediasisältöjen lisääntyminen.

Median perinteisen valtaapitävän vahtikoiran roolin lisäksi medialla on tänä päivänä myös toinen olennainen rooli: yleisöjen viihdyttäminen. Tässä roolissa joukkotiedotusvälineet tarjoavat viihteellistä sisältöä suurelle joukolle ihmisiä. Median tarjotessa viihdykettä yleisöjen ei enää tarvitse mennä tilaisuuteen paikan päälle päästäkseen siitä osalliseksi. (Rowe 2004 28.) Median viihteellistymisen taustalla voidaan nähdä vaikuttavan markkinaehtoistumisen trendi, joka vaatii, että ei-kaupallistenkin medioiden on vähintään jossain määrin otettava markkina-ajattelu huomioon toiminnassaan. Toisaalta esimerkiksi julkisen palvelun yleisradiotoiminnan avulla pyritään kuitenkin takaamaan, että mediakenttä kokonaisuudessaan ei toimi ainoastaan markkinaperusteisesti. (Wiio 2006, 32–33.)

Viihteellistymisen seurauksena asiajournalismin suhteellinen osuus pienenee ja viihteen osuus kasvaa. Tällöin myös asiajournalismin ja viihdejournalismin välinen raja mediasisällöissä saattaa hämärtyä. Median sisäisen rakenteen muutoksesta kertoo myös, että suuri osa etenkin television mediasisällöistä on jo nyt suunniteltu viihteen näkökulmasta. Markkinaehtoistumisen ja viihteellistymisen trendit saattavat pitkään jatkuessaan kuitenkin saada aikaan myös vastareaktion, jolloin kiinnostus ensisijaisesti asiapitoisiin ja yhteiskuntaa kehittäviin mediasisältöihin kasvaa. (Wiio 2006, 32–34.) Tällä hetkellä medioitumisen ilmiö voidaan kuitenkin väittää johtaneen jopa siihen, että median ja yleisöjenkin mielestä jokin asia ei ole huomionarvoinen, ellei se ole ollut mediassa esillä (Wiio 2006, 36; Merten 1994, 154).

Medioituminen on eittämättä monimutkaistanut ja hämärtänyt todellisuuden ja median välittämän todellisuuden rajoja. Kuitenkaan ilmiötä ei pidä ymmärtää muutokseksi, jossa mediavälitteinen todellisuus syrjäyttäisi kokemuksenvaraisen todellisuuden tai jossa perinteiset rajat faktan ja fiktion

välillä katoaisivat kokonaan. Median välittämää todellisuutta ei myöskään tule käsittää täysin vallitsevana ja ylivoimaisena, vaan enemmän eri viestintämahdollisuuksien laajenemisena ja ihmisten todellisuuden kokemisen erilaistumisena. (Hjarvard 2008, 111.) Näin ollen yhteiskunnan ja median suhdetta tarkastellessa olisikin kuvaavampaa yksiselitteisen median roolin *vahvistumisen* sijaan puhua enemmän *muutoksesta* median ja yhteiskunnan suhteessa. Tämä suhde ei myöskään ole staattinen tila, vaan yhteiskunnalle ja kulttuurille tyypillisesti jatkuvasti muutoksessa.

2.2 Julkisuuden käsitteestä

Julkisuuden käsitteen yksiselitteinen määrittely on monimutkaista, sillä käsitteellä on erilaisia käyttötapoja käytetystä näkökulmasta riippuen. Julkisuus voidaan nähdä pelkistetyksi *toimintaympäristönä*, joka asettaa toiveita ja odotuksia organisaation toiminnalle ja jonka eri osapuolet voivat toisistaan havaita (Lehtonen 2002, 5). Julkisuuden käsitettä voidaan lähestyä lähtökohtaisesti myös kriittisestä näkökulmasta. Jürgen Habermasin (1989) muotoileman ihanteellisen julkisuuden sisältönä on avoin kriittinen keskustelu, joka muodostaa perustan demokratialle. Kellä tahansa on oikeus ottaa kantaa keskusteluun ja nostaa julkisuuteen tärkeiksi näkemiään asioita. Ihanteellisessa julkisuudessa kaikki keskustelijat ovat tasa-arvoisia eikä ketään suljeta ulkopuolelle. Tällainen käsitys julkisuudesta on kuitenkin ensisijaisesti idealistinen (Nieminen & Pantti 2009, 33).

Julkisuus organisaation toimintaympäristön näkyvänä osana ja demokratian perustana ovat kuitenkin ainoastaan osa julkisuuden käsitteen ulottuvuuksista. Julkisuuden käsitettä voidaan tarkastella myös kolmesta muusta näkökulmasta. Ensiksi julkisuus on demokraattisen yhteiskunnan *perusta*, sillä yhteiskunnallisesti merkittävien tietojen tulee olla yleisesti saatavilla. Toiseksi

julkisuus voidaan nähdä *tilana* tai *alueena*, joka on vastakohta yksityisyydelle, jonka suojaan on oikeus tietyssä määrin vetäytyä. Kolmanneksi julkisuus on julkiseksi tulemista erityisesti tiedotusvälineiden tuottaman *mediajulkisuuden* kautta. (Juholin & Kuutti 2003,16.)

Lisäksi julkisuuden käsite voidaan nähdä taloudellisesta näkökulmasta. Julkisuus voidaan käsittää *markkinapaikkana*, jossa myyjä ja ostaja kohtaavat. Julkisuudessa vallitsevat tämän näkemyksen mukaan kysynnän ja tarjonnan laki, jolloin julkisuudessa esiintyvien asioiden arvo määräytyy suhteessa kysyntään: mitä enemmän kysyntää, sitä arvokkaampi asia on. Pelkästään julkisuudessa näkyminen ei kuitenkaan tarkoita automaattisesti menestymistä, vaan käytettävissä oleva ja saavutettu julkisuus on kyettävä maksimoimaan. Julkisuutta voidaan siis ajatella eräänlaisena markkinakilpailuna, jossa parhaiten menestyy se, joka kykenee käyttämään julkisuutta tehokkaimmin hyväkseen eli vetoamaan potentiaalsiin asiakkaisiin. (Nieminen & Pantti 2009, 31–32.) Organisaatio voikin hyödyntää julkisuutta aktiivisesti markkinakilpailussa vastaamalla kattavasti toimintaympäristönsä toiveisiin ja odotuksiin (Lehtonen 2002, 5).

Markkinoiden näkökulman lisäksi julkisuus voidaan nähdä myös epävakaina *kenttinä*, joilla organisaatiot ja yhteisöt toimivat. Yhteisö voi myös omalla toiminnallaan luoda uusia julkisuuksia, jotka vaikuttavat yhteisön toimintaan. Tässä ajattelussa julkisuus on alati liikkeessä ja julkisuuden rajapinnoilla on entistä enemmän organisaation toimintaan mahdollisesti vaikuttavia osapuolia. Tämä julkisuuden moninaisuuden lisääntyminen asettaa yhä enemmän haasteita viestinnälle, kun organisaatiota koskevien teemojen määrän kasvaessa ja kytkeytyessä toisiinsa pienikin ja irralliselta tuntuva tapahtuma saattaa leimahtaa moninkertaisiin seurauksiin. (Aula & Åberg 2012, 204–205.)

Julkisuuskenttä-ajattelun mukaisesti julkisuutta voidaan tarkastella eräänlaisina intressien sovittelun *areenoina*. Areena-ajattelussa julkisuuden areenoita on

useita ja kullakin niistä on omat sääntönsä: esimerkiksi poliittisen julkisuuden areenalla vallitsevat erilaiset säännöt ja lainalaisuudet kuin esimerkiksi taiteen ja kulttuurin areenalla. (Nieminen & Pantti 2009, 32.)

Areena-ajattelussa organisaation on perinteisesti ajateltu olevan julkisen keskustelun ytimessä ja pystyvän enemmän tai vähemmän kontrolloimaan siitä eri areenoilla käytävää keskustelua. Kuitenkin asian voidaan ajatella olevan tänä päivänä ennemminkin päinvastoin, sillä sidosryhmien kanssa käytävä keskustelu siirtyy teknologioiden, esimerkiksi sosiaalisen median, yleistyessä ja kehittyessä yhä enemmän organisaation hallitsemattomiin. Näin ollen julkisuuden areenoiden keskiöihin nousevat ennemminkin käsitellyt puheenaiheet organisaatioiden sijaan. (Luoma-aho & Vos 2010, 315–316.)

Julkisten ja organisaatiota koskettavien keskusteluiden areenoiden (issue arenas) voidaan nähdä olevan fyysisiä tai virtuaalisia paikkoja, joissa organisaatiolla ja sen yleisöillä tulisi olla yhtäläiset intressit käydä keskustelua. Organisaation taas tulee valita, millä areenoilla käytäviin keskusteluihin se ottaa osaa. Usein organisaatioille merkityksellisiä areenoita on useita ja niiden luonne on dynaaminen. Areenan osanottajien roolit voivat siis aktivoitua ja vaihtua nopeasti. Organisaation taas voidaan ajatella olevan yksi keskusteluun osallistuja eikä niinkään keskustelun keskipiste. Tässä mielessä keskusteluareenoiden käsite heijastelee viestinnän paradigmaattista muutosta, kun organisaatiokeskeisyyden korostamisesta siirrytään kohti keskusteluareenoiden monitoroinnin ja dialogisuuden periaatteita. (Luoma-aho & Vos 2010, 319–322.)

2.3 Mediavälitteinen julkisuus

Uutiskynnyksen ylittävän materiaalin tuottaminen ja esittäminen medialle ja medianäkyvyyden monitoroiminen ovat olennaisia suhdetoiminnan (PR, Public Relations) osa-alueita (Pincus, Rimmer, Rayfield & Cropp 1993, 28; Vos & Schomaker 2006, 8, 89). Organisaatio voi saada tuotteensa esille mediassa ensisijaisesti joko julkisuuden tai mainonnan kautta. Yhteisöviestinnän alalla julkisuuden ja toimituksellisen näkyvyyden saamista voidaan pitää erityisen tehokkaana, sillä uutisteksteihin sekä kiinnitetään eri tavalla huomiota että luotetaan lähtökohtaisesti enemmän kuin mainosteksteihin. On myös olennaista huomata, että ihmiset altistuvat sekä mainonnalle että julkisuudelle osana jokapäiväistä elämäänsä, mutta mediauutisten pariin ihmiset hakeutuvat itse hankkiakseen tietoa tai saadakseen ajanvietettä. (Hallahan 1999, 293–295.)

Tässä tutkimuksessa analysoidaan nimenomaan toimituksellisia tekstejä ja tarkastellaan niistä muodostuvaa mediajulkisuutta. Media käsitetään Juholinin & Kuutin (2003, 9) määritelmän mukaisesti perinteisiksi joukkoviestimiksi, eli lehdeksi, radioksi ja televisioksi, joiden lisäksi median käsitteeseen kuuluviksi voidaan liittää myös esimerkiksi internet, elokuvat, kirjat ja ääni- ja kuvatallenteet. Tässä tutkimuksessa sanaa *media* käytetään kuitenkin synonyyminä perinteisille joukkoviestimille.

Yhteiskunnan voidaan ajatella muodostuvan vaihtosuhteista, joissa ihmiset ja yhteisöt ovat alati riippuvaisia toistensa tarjoamista ja hallitsemista hyödykkeistä. Jotta vaihtosuhde toteutuisi, toisella osapuolella täytyy olla jotain sellaista arvokasta, johon toinen on valmis oman hyödykkeensä vaihtamaan. Myös mediajulkisuus voidaan nähdä julkisuuteen pyrkijän ja median välisenä eräänlaisena symbioottisena vaihtosuhteena, joka hyödyttää molempia osapuolia. Julkisuuteen pyrkijä tarjoaa medialle kiinnostavia juttuaiheita, ja vastineeksi siitä media tarjoaa julkisuuteen pyrkijälle julkisuutta.

Samantyyppinen vaihtosuhde voidaan nähdä myös median ja yleisöjen välillä: media tarjoaa käyttäjilleen tietoa ja viihdykettä, ja yleisöt puolestaan esittävät tilauksia medialle mediasisältöjen suhteen. (Karvonen 2000, 60–63.) Tätä julkisuuteen pyrkijän, median ja yleisöjen hyöty- ja vaihtosuhdetta voidaan kuvata seuraavalla kuviolla:



KUVIO 1. Julkisuuteen pyrkijän, median ja yleisön välinen vaihtosuhde (Karvonen 2000, 62, kuvio mukailtu alkuperäisestä).

Mediavälitteistä julkisuutta tarkastellessa tulee kuitenkin ottaa huomioon se, että mediavälitteiset viestit joutuvat käymään läpi eräänlaisen journalistisen myllyn matkallaan yleisölle. Lähtökohtaisesti medialla on edelleen valta esimerkiksi valikoida ja rajata välittämänsä viestit. Myös median välittämä tieto muokkautuu neljän voiman ristipaineessa: niin journalistilla, jutun kohteella, yleisöllä kuin toimittajan edustamalla mediayrityksellä on omat intressinsä ja odotuksensa lopullisen mediajutun suhteen. Journalistin toimintaa ohjaavat ammatti-identiteetin ja -etiikan lisäksi hänen henkilökohtaiset motiivinsa. Jutun kohteella puolestaan on omat tavoitteensa jutun suhteen, samoin kuin yleisöllä on omat odotuksensa itse mediatuotetta ja -sisältöä kohtaan. Mediayritys taas toimii väistämättä esimerkiksi toimialansa kulttuurin sekä liiketaloudellisten tavoitteidensa puitteissa. (Lehtonen 2002, 62–63.)

Aiemmin kappaleessa 2.2 kuvatun *julkisuuden areena* -metaforan innoittamana mediajulkisuutta ja median pelisääntöjä voidaan kuvata myös erilaisina *näyttämöinä*. Median kuvaannollinen *suuri näyttämö* hallitsee suomalaista julkisuutta ja tarjoaa merkittäviä mediasisältöjä ja esittämiensä tarinoiden kautta puhuttelee median seuraajia. Median suurella näyttämöllä valtamedia

esittää kaikkein suurimmat ja kiinnostavimmat näytelmänsä, joiden kautta määritetään samalla myös se, mikä yhteiskunnassa on milläkin hetkellä huomionarvoista ja tärkeää. (Wiio 2006, 47.)

Tänä päivänä median suurta näyttämöä voidaan katsoa pitävän yllä ennen kaikkea valtakunnallisesti vaikuttavat lehdet, kuten Helsingin Sanomat, iltapäivälehdet sekä osittain myös suuret taloussanomalehdet, suurimmat valtakunnalliset televisio- ja radiokanavat sekä suuret valtakunnalliset aikakauslehdet. Verkkomedia voidaan nähdä suuren näyttämön merkityksellisenä tukijana, sillä sen tarjonta on usein valjastettu tukemaan näyttämön perustarjontaa. (Wiio 2006, 49.)

Suuren näyttämön on lisäksi olemassa joukko median *pieniä näyttämöitä*. Pienet näyttämöt tarjoavat lähinnä suuren näyttämön antia täydentäviä ja huomioarvoltaan vaatimattomampia mediasisältöjä. Pienet näyttämöt rakentuvat käytännössä suuren näyttämön toimijoiden ulkopuolelle jäävien viestimien, kuten esimerkiksi maakuntalehtien ja paikallisten radiokanavien varaan. Pienten näyttämöiden tavoittamat yleisöt ovat siis aina enemmän tai vähemmän rajattuja ja lähtökohtaisesti marginaalisempia kuin ne yleisöt, joita suuren näyttämön tarinoiden on mahdollista tavoittaa. (Wiio 2006, 52.)

2.3.1 Media sidosryhmänä

Kuten myöhemmin luvussa 3 tuodaan ilmi, media on erityisen tärkeä sidosryhmä huippu-urheiluorganisaatiolle. Tässä työssä organisaation sidosryhmällä tarkoitetaan Juholinin (2006, 88) määritelmän mukaisesti tahoja, jotka voi vaikuttaa organisaation toimintaan ja johon organisaatio voi pyrkiä vaikuttamaan. Sidoryhmäajattelun mukaan organisaation menestys on riippuvainen sidosryhmien luottamuksesta ja hyväksynnästä. Media on

olennainen ja erityinen sidosryhmä, sillä media itsessään on sidosryhmä ja median kautta tavoitellaan myös muita sidosryhmiä. (Juholin 2006, 230.)

Mediaa ei kuitenkaan tule yksiulotteisesti käsittää ainoastaan tuotetun tiedon välittäjäksi, vaan ennemmin joukoksi toimijoita, joita silmällä pitäen tulee räätälöidä erillisiä ja yksilöllisiä viestinnällisiä mediastrategioita (Pincus ym. 1993, 43). Medioita ei myöskään tule ajatella pelkästään viestintäkanavina, joita yhteisö voi oman halunsa mukaan päättää käyttävänsä tai olevansa käyttämättä. Merkittävä osa median käytössä olevista vaikutusmahdollisuuksista liittyy ennemmin siihen, että mediasta on tullut erottamaton osa muiden tahojen toimintaa samalla kun media itse on säilyttänyt oman itsenäisyytensä ja auktoriteettinsa. (Hjarvard 2008, 106.)

Julkisuuden hallinnan käsite kuvaa osuvasti sitä, miten yhteiskunnan eri toimijat yrittävät yhä määrätietoisemmin ja ammattitaitoisemmin vaikuttaa joukkotiedotuksen luomaan julkisuuteen. Julkisuuden hallinnan päämääränä on tavallisesti myönteisen julkisuuden hankkiminen, mutta sen lisäksi voidaan keskittyä myös kielteisen julkisuuden estämiseen tai tiedotusvälineissä käytävän keskustelun aihevalintoihin ja painotuksiin vaikuttamiseen. Yhtä hyvin julkisuuden hallinnan päämääränä voi olla myös passiivinen pysytteleminen kokonaan poissa median valokeilasta. (Luostarinen 1998, 189.)

Viestintäammattilaisten tulee lähtökohtaisesti toimia siitä näkökulmasta, että heillä on mahdollisuuksia vaikuttaa joukkotiedotusvälineiden sisältöihin. Tällöin toimitaan tietyn yhteisön edustajana ja noudatetaan tiettyä julkisuusstrategiaa, jolla voidaan suotuisasti vaikuttaa tavoiteltuun kohdeyleisöön. (Fortunato 2000, 482.) Median ei siis pidä ajatella olevan ainoastaan julkisuuteen pyrkivän tahon tuottamien viestien välittäjä, sillä Kyseessä on monimutkaisempi prosessi, jossa kaikilla toimijoilla on omat intressinsä ja odotuksensa mahdollista saavutettua julkisuutta kohtaan.

2.3.2 Agenda setting -teoria

Agenda setting -teorian juuret voidaan johtaa Lippmannin (1922) ajatukseen siitä, että ympäröivä maailma on liian monimutkainen ja niin ulottumattomissa, että tämän seurauksena joudumme turvautumaan mediaan ymmärtääksemme maailmaa. Varsinaiseksi agendaksi kutsutaan listaa teemoista ja keskustelunaiheista, jotka on listattu tärkeytensä perusteella. Agenda setting - eli päiväjärjestysteorian mukaan median esille nostamat ja käsittelemät teemat ja aiheet voivat suurten yleisöjen silmissä nousta muita tärkeämmiksi. (Meriläinen & Vos 2011, 295.)

Agenda setting -teorian mukaan joukkoviestimet vaikuttavat eri teemojen saamaan medianäkyvyyteen kiinnittämällä huomiota tiettyihin teemoihin ja jättämällä toiset joko vähemmälle huomiolle tai kokonaan huomiotta. Media valitsee tietyt teemat ja esittää ne toisia teemoja laajemmin, voimakkaammin ja useammin. Tämä johtaa siihen, että yleisö myös kokee nämä median päiväjärjestykseen eli agendalle nostamat teemat muita tärkeämpinä. (McCombs & Shaw 1972).

Eri teemat myös kilpailevat jatkuvasti pääsystä median agendalle ja eri aikoina eri teemojen painotus agendalla vaihtelee. Toisaalta yhtä aikaa agendalla olevien asioiden määrä on rajallinen johtuen median resursseista, kuten vaikkapa sanomalehdessä käytössä olevasta sivumäärästä. Myös mediaa seuraava yleisö luo omat rajoitteensa agendalle ja teemojen määrälle, sillä lukijan median seuraamiseen käytettävissä oleva aika sekä hänen keskittymiskykynsä ovat lopulta rajallisia. (McCombs 2004, 37–38.)

Yksinkertaistetusti käsitetty päiväjärjestysteoria saattaa johtaa kuitenkin median vaikuttamismahdollisuuksien yliarvioimiseen. Lähtökohtaisesti teoriassa ajatellaan, että media asettaa agendan yleisöilleen, mutta on olennaista

huomata, että joissain tapauksissa tämä asetelma voi kääntyä myös pääläelleen. Median laatiman päiväjärjestyksen ohella tulisikin ottaa huomioon myös yleisöistä lähtevä agendan asettaminen, jossa yleisöt odottavat median ottavan tietyt teemat agendalleen. Tällaisessa tapauksessa yleisöjen keskuudessa keskeisiksi nousseet teemat johtavat siihen, että media joutuu sopeuttamaan agendaansa yleisöidensä odotuksiin ja vaatimuksiin. (Uscinski 2009, 797.) Median käyttäjien lisäksi myös erilaiset organisaatiot lukuisine intresseineen pyrkivät vaikuttamaan median agendaan. Eri tahojen pyrkimykset osallistua agendan luomiseen monimutkaistavat aina osaltaan prosessia. (Meriläinen & Vos 2011, 269.)

Agenda setting -teorian kritiikiksi voidaan myös esittää sen sopivuus lähinnä tutkimuksiin, jossa agendoja tutkitaan tietyllä yksittäisellä hetkellä eikä mahdollisia olennaisia lineaarisia syy-seuraussuhteita löydetä. Toisekseen agenda setting -tutkimukset usein jättävät ottamatta huomioon ihmisten suorat ja välittömät kokemukset agendalla esitettäviin teemoihin ja tapahtumiin ja keskittyvät ainoastaan median välityksellä saatuihin epäsuoriin kokemuksiin. (Sheafer & Weimann 2005, 349.)

2.3.3 Kehystämisen käsite

Median vaikutusmahdollisuudet eivät kuitenkaan ole rajoittuneet vain eri teemojen agendalle nostamiseen, vaan media vaikuttaa käsiteltäviin teemoihin myös niitä kehystämällä (Thøgersen 2006, 149). Agenda setting -teorian mukaan medially on vaikutusvaltaa siihen, *mistä* ihmiset puhuvat, mutta ei siihen, *miten* he näistä asioista puhuvat. Kehystämällä media vaikuttaa median käyttäjien käsityksiin esillä olevista aiheista. Kehystämisen teoria (framing) ei oleta kaikkien median käyttäjien vaikuttuvan kehyksistä samalla lailla, mutta vie osaltaan silti agenda setting -teoriaa askeleen pidemmälle. (Falkheimer 2007, 84.)

Frame-käsitteen luojana pidetään kanadalaissyntyistä Erving Goffmania (1974, 1986) ja hänen ajatustaan tulkintakehikoista, joiden avulla jäsenämme ja järkeistämme kokemuksemme maailmasta. Tulkintakehikot auttavat osaltaan hahmottamaan, miten todellisuus on rakentunut sekä ymmärtämään, mikä todellisuudessa on lopulta merkittävää. Tässä ajattelussa kehikot pyrkivät siis korostamaan joitakin puolia todellisuudesta ja jättämään toiset vähemmälle huomiolle tai kokonaan huomiotta. (Goffman 1986.)

Kehystämisen keskiössä on siis ajattelu, jossa tietyn teeman esittäminen tietyllä tavalla voi vaikuttaa siihen, miten yleisöt suhtautuvat teemaan ja ymmärtävät sen. Näin ollen kehystämisen käsite eroaa päiväjärjestysteorian lisäksi esimerkiksi priming-teoriasta, jotka molemmat perustuvat eri aiheiden pääsyyille median asialistalle. (Scheufele & Tewksbury 2007, 11.) Tapa, jolla asia tuodaan mediassa esille sekä käytetyt kehykset ovat osa journalistista valintaa ja median toimintalogiikkaa. Uutiseen valitut kehykset kuvastavat siis vahvasti sitä, miten media haluaa järjestää ja esittää tiettyjä asioita. (Wiio 2006, 58.)

Kehystämisestä ja kehyksistä puhuttaessa on tärkeää tunnustaa, että suomen kielen sanan *kehys* sijaan voitaisiin käyttää myös esimerkiksi sanoja *kehikko* tai *runko*. Kehyksiä ei tule ajatella niinkään konkreettisina ja näkyvinä maalauksen tai taulun kehysten eikä tiettyjen raamien soveltamisen merkityksessä. Kehyksiä tulisi ajatella metaforisesti enemmän piilevinä ja tiedostamattomina rakenteina ja tulkintakehikoina. Tässä tutkimuksessa kehystämisen ilmiön yhteydessä päädyttiin kuitenkin selvyuden vuoksi käyttämään ainoastaan sanaa *kehys* ja tuomaan esille suomenkielisen käännökseen rajoitteet.

Kehykset korostavat joitakin osia kyseessä olevasta teemasta, jolloin kyseiset osat muuttuvat muita osia keskeisimmiksi. Keskeisyys puolestaan voidaan määritellä tiettyjen osien nostamiseksi muita merkityksellisemmiksi tai enemmän yleisöjen mieliin jääviksi. (Entman 1993, 53.) Toisaalta yleisöjä ei

kuitenkaan pidä ajatella yhtenäisenä joukkona, vaan eri ihmiset voivat pitää tiettyjä teemoja ja annettuja kehyksiä muita keskeisempinä ja tärkeämpinä omien kokemustensa perusteella. Teorian lähtökohta onkin, että teemoja voidaan tarkastella lukuisista eri näkökulmista ja niiden voidaan tulkita sisältävän useita arvoja. Valittu kehys kuitenkin vaikuttaa tiettyjen käsitysten muodostumiseen ja sitä kautta ihmisten ajattelun suuntautumiseen ja muokkautumiseen. (Chong & Druckman 2007, 104.)

Joukkotiedotusvälineiden kehystämistä kuvaa Entmanin (1993) mukaan neljä piirrettä. Ensimmäiseksi kehykset määrittelevät ongelmat ja toisekseen taustoittavat korrelaatioita. Kolmanneksi kehykset esittävät moraalisia kannanottoja ja neljänneksi tarjoavat mahdollisia ratkaisuita. Kaikki neljä piirrettä saattavat käydä ilmi jo yhdessä lauseessa, mutta toisaalta yksikään kehystämisen funktio ei välttämättä esiinny pitkässäkään tekstissä. Neljä eri funktiota ovat myös osin limittäin toisiinsa nähden. Ongelmien määrittelyyn liittyy luontevasti myös syy-seuraussuhteiden tutkiminen, kausaalisuhteiden osoittamiseen taas moraalisten huomioiden tekeminen ja ratkaisuiden löytämiseen niiden tarjoamisen lisäksi mahdollisten jälkiseuraamusten arvioiminen. (Entman 1993, 52.)

Kehykset toimivat myös korvaamattomina työkaluina monimutkaisia teemoja käsiteltäessä. Laajoja ja kompleksisia kokonaisuuksia on usein kannattavaa lähestyä asioita kehystäen ja siten tehdä niistä ymmärrettäviä ja selkeitä yleisöille. Näin kehystämällä otetaan huomioon myös ihmisten olemassa olevat kognitiiviset ajattelumallit sekä tavat, joilla ihmiset käyttävät tietoa käsitysten muodostamisessa. (Scheufele & Tewksbury 2007, 12.)

Erilaiset mediassa käytetyt teemat ja niiden kehykset joutuvat kuitenkin kamppailemaan keskenään yleisöjen huomiosta. Jotkin yhteiskunnalliset teemat saattavat säilyttää paikkansa julkisen keskustelun keskiössä useiden vuosienkin ajan ennen kuin siirtyvät hiljalleen sivuun. Toiset teemat taas nousevat

leimahtaan esille ja katoavat hyvinkin nopeasti. Tämä jatkuva sykli nostaa ja laskee eri teemoja ja kehyksiä esille, jolloin ne saattavat saada hyvin vaihtelevasti yleisön huomiota osakseen. (Hilgartner & Bosk 1988, 57.)

Päiväjärjestysajattelun lisäksi myös kehystämistä leimaa siis tietynlainen nollasumma-ajattelu, jossa yhden aiheen noustessa toisen on laskettava. Näin ollen yhtä aihetta kohti osoitettu mielenkiinto laskee väistämättä toisen aiheen saamaa huomion määrää. Ihmisten henkilökohtaiset mielenkiinnonkohteet sekä heidän rajallinen kykynsä pitää yhtäjaksoisesti mielessään eri aiheita vaikuttavat siihen, kuinka monta keskeistä teemakokonaisuutta voi yhdellä kertaa olla esillä. (Zhu 1992, 825; 829)

Toisaalta kehystämisen lisäksi ihmisten eri aiheista luomiin käsityksiin vaikuttaa myös ihmisten tapa tulkita median välittämää tietoa. Hallin (1980) mukaan mediatekstejä voidaan tulkita kolmella eri tavalla: hallitsevalla (dominant), neuvotellulla (negotiated) ja vastustavalla (oppositional) suhtautumisella. Hallitsevassa tavassa viesti tulkitaan lähettäjän antaman merkityksen mukaisesti ja lukija hyväksyy tekstissä annetun kuvan todellisuudesta. Neuvoteltu tapa puolestaan tarkoittaa, että jotkin tekstin osista hyväksytään ja tulkitaan lähettäjän tarkoittamalla tavalla, mutta jotkin tekstin näkemykset kyseenalaistetaan. Vastustavalla tavalla vastaanotetun tekstin annetut merkitykset taas lähtökohtaisesti hylätään ja koodataan kokonaan uudelleen. (Hall 1980, 136–138.) Jokaisessa edellä mainitussa tavassa pääosassa on kuitenkin pääosassa tekstien käsittelemien aiheitten työstäminen ja sitä kautta käsitysten ja mielipiteiden muodostaminen. Täten yleisöillä on prosessissa passiivisen vastaanottajan roolin sijaan ennemminkin aktiivinen merkityksen antajan rooli.

Lisäksi kehystämisen käsitteestä puhuttaessa on olennaista huomata, että eri tahot voivat pyrkiä vaikuttamaan median kehystämisprosessiin. Kehyminen voidaan siis nähdä organisaatioiden tasolla myös ilmiönä, jossa eri

organisaatiot pyrkivät vaikuttamaan siihen, mitkä käsiteltävän teeman puolet nousevat keskeisiksi. Kehystämällä voidaan pyrkiä vaikuttamaan esimerkiksi yleisöjen arvoihin ja käsityksiin tai päätöksentekoon ja käyttäytymiseen. Arvot, käsitykset, päätöksenteko ja käyttäytyminen ovat taas luonnollisesti liitoksissa toisiinsa, sillä esimerkiksi arvojen muuttuminen on yhteydessä käyttäytymisen muutokseen ja päinvastoin. (Meriläinen & Vos 2012, 3-4.)

3 HUIPPU-URHEILUN JULKISUUS

Tässä luvussa käsitellään aluksi huippu-urheilun tuotteistumisen ilmiötä sekä huippu-urheilun, median ja markkinoiden kiinteää vuorovaikutussuhdetta. Lisäksi tarkastellaan urheilumedian erityispiirteitä sekä avataan mediassa laajasti esillä olevien urheilun suur tapahtumien luonnetta.

3.1 Tuotteistunut huippu-urheilu

Koska urheilu ja liikunta ovat yhteiskunnallista ja sosiaalista toimintaa, ne ovat väistämättä alttiita myös yhteiskunnassa tapahtuville muutoksille. Etenkin viimeisten vuosikymmenten aikana myös urheilukulttuuri on pirstaloitunut muun kulttuurin tavoin. Perinteinen kansalaistoimintalähtöinen kilpaurheilu ja ammattimaiseksi ja yhä enemmän muun yritystoiminnan kaltaiseksi muuttunut huippu-urheilu ovat tänä päivänä erkaantuneet selvästi omille urilleen. (Ilmanen ym. 2004, 15-16.) Tässä tutkimuksessa keskitytään tarkastelemaan mediavälitteistä julkisuutta nimenomaan huippu-urheilun näkökulmasta. On kuitenkin tärkeää huomata, että näkyvyydestään ja suosioistaan huolimatta huippu-urheilu kattaa lopulta vain pienen osan koko liikuntakulttuurin kirjosta (Ilmanen ym. 2004, 15).

Huippu-urheilu voidaan katsoa viimeisen kolmenkymmenen vuoden aikana muuttuneen kulutushyödykkeeksi, johon pätevät samat kysynnän ja tarjonnan lait ja markkinavoimien lainalaisuudet kuin mihin tahansa muuhunkin tuotteeseen. Mainosala ja erilaiset sponsorisopimukset ovat tänä päivänä yhä vahvemmin näkyvillä urheiluun ja urheilijoihin liittyvissä yhteyksissä, ja esimerkiksi erinäisten urheilutapahtumien ja areenoiden nimet ovat muuttuneet kulloistenkin yhteistyökumppaneiden mukaan. (Walsh &

Giulianotti, 2007, 1.) Käänteisesti asiaa katsottaessa tuotteistumisen merkitys nousee vielä vahvemmin esiin, sillä on lähes mahdotonta kuvitella nykyisen huippu-urheilun olevan edes mahdollista ilman toimivia sponsoriverkostoja (Itkonen ym. 2007, 16).

Kuten perinteisesti ymmärretty tuote, myös urheilutuote on suunniteltu tyydyttämään käyttäjänsä perustarpeita joko suoraan paikan päällä tai epäsuorasti median välityksellä (Gladden, Milne & Sutton 1998, 4). Arvostettujen ja suosittujen lajien huipulla urheilevat urheilijat saavat myös suorituksistaan huomattavia rahallisia korvauksia, joita voidaan osin pitää jopa liioitellun suurina. Nykyisessä huippu-urheilussa liikkuvat rahasummat kuitenkin mahdollistavat täysipainoisen harjoitteluympäristön ja ammattiuurheilijaksi siirtymisen. Tuotteistuminen onkin mahdollistanut huippu-urheilun muuttumisen sellaiseksi ammattimaiseksi toiminnaksi ja kovatasoiseksi kilpailuksi, joita urheilusta kiinnostuneet yleisöt ovat tämän päivän kansainvälisillä urheiluareenoilla tottuneet näkemään. (Walsh & Giulianotti, 2007, 6-7.)

Huippu-urheilutuotteen menestyksen kannalta olennaista on useiden eri tahojen onnistunut houkuttelu lajin pariin. Luonnollisesti lajilla täytyy olla kiinnostuneita ja sitoutuneita harrastajia. Lisäksi yleisön tulee olla innostunut lajista ja seurata sitä paikan päällä. Täydet katsomot puolestaan houkuttavat sponsoreita ja mediaa, joiden huomiosta käydään jatkuvaa kamppailua eri lajien kesken. (Itkonen ym. 2007, 15.) Urheiluorganisaation näkökulmasta on ehdottoman tärkeää, että katsojat, yhteistyökumppanit sekä median edustajat pitävät lähtökohtaisesti tuotetta houkuttelevana, sillä ainoastaan heidän mukanaolonsa avulla voidaan varmistaa varsinaisen tuotteen olemassaolon jatkuminen sekä kehittäminen entistä laadukkaammaksi ja kiinnostavammaksi.

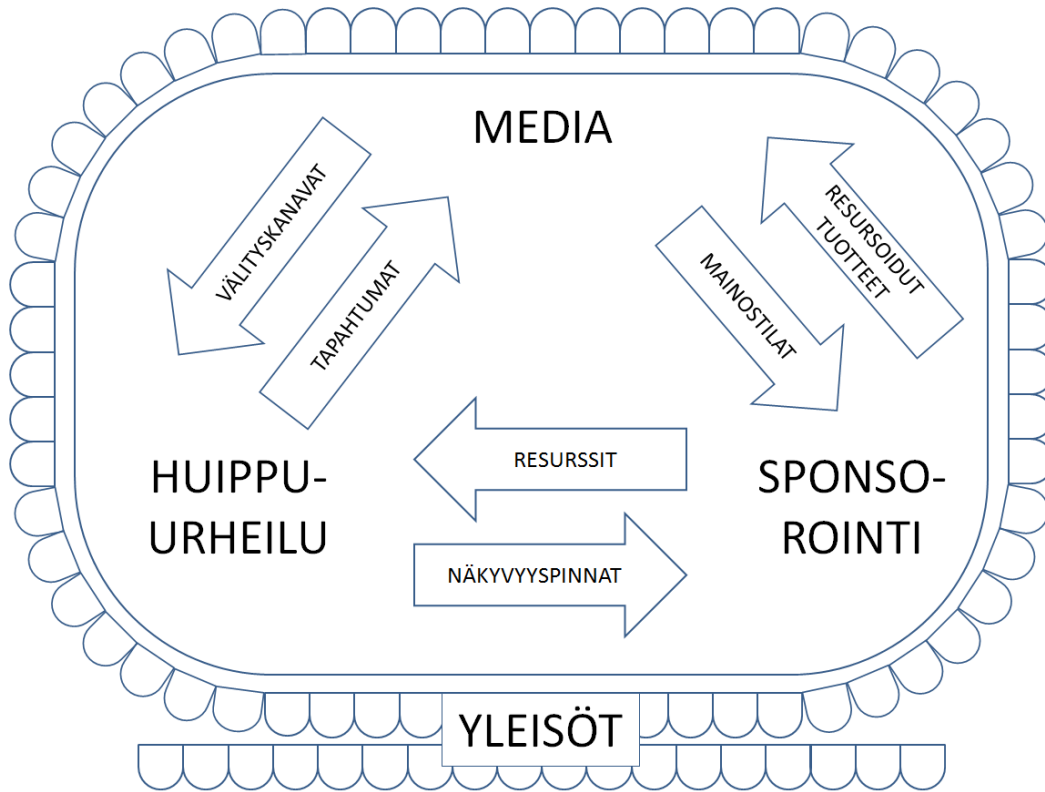
Tämän päivän huippu-urheilusta on siis tullut suuren luokan viihdebisnestä, jossa urheilutuote yhdessä median ja markkinoiden kanssa muodostavat tiiviin

kolmiyhteyden. Urheilun viihteellistymisen ja ammattimaistumisen voidaan katsoa kasvattaneen urheilujulkisuuden merkitystä entisestään. Huippu-urheilusta onkin rakennettu yleisöjä ja yhteistyökumppaneita houkuttelevaa tuotetta, josta media synnyttää omia viihdepakettejaan. (Itkonen ym. 2008, 9-10.) Seuraavassa kappaleessa tarkastellaan lähemmin tätä huippu-urheilun, median ja markkinoiden kiinteää suhdetta.

3.2 Huippu-urheilu, media ja sponsorointi

Huippu-urheilun, median ja taloudellisten markkinoiden voidaan nähdä muodostavan kiinteän, lähes symbioottisen kolmiyhteyden, jossa jokaisella osapuolella on omat odotuksensa toistensa suhteen. Huippu-urheilu ja urheilutoiminnan yhtiöittäminen ovat riippuvaisia mediassa näkymisestä, sillä ilman urheilutapahtumista raportoivaa mediaa urheilu ei saisi riittävästi julkisuutta hallien ja stadionien ulkopuolella. Median huomio on myös olennainen osa yhteistyökumppaneiden houkuttelua ja sponsorisopimusten syntymistä. Sopimuksista saadut taloudelliset resurssit ja lisääntynyt liikevaihto vaikuttavat edelleen urheilun ammattilaistumiseen, mikä tekee urheilusta tasokkaampaa. Kovatasoinen ja vaikuttava urheilu puolestaan kiinnostaa isompia yleisöjä, mikä taas osaltaan jälleen madaltaa median kynnystä raportoida tapahtumista. (Miller, Lawrence, McKay & Rowe 2001, 68.)

Nykypäivänä huippu-urheilu, media ja sponsorointi siis ovat kiinteästi sidoksissa toisiinsa. Tämän kolmiyhteyden sisäisiä suhteita ja velvoitteita voidaan havainnollistaa seuraavalla kuviolla:



KUVIO 2. Huippu-urheilutuotteen, median ja sponsoroinnin vuorovaikutussuhteet (Itkonen ym. 2007, 22, kuvio mukailtu alkuperäisestä).

Huippu-urheilun ja sponsoroinnin suhteessa olennaista on, että urheilu tarvitsee sponsorien myöntämiä taloudellisia resursseja. Hyvin rakennettu urheilutuote tarjoaa sponsoriosapuolelle mahdollisuuden näkyvyysspintoihin, joihin sponsoritaho ei muulla tavoin välttämättä pääsisi käsiksi. Sponsorisopimuksissa voidaan määritellä esimerkiksi logon tietynlainen näkyvyys peliasuissa ja -välineissä tai urheiluareenan laidalla. (Itkonen ym. 2007, 22.) Edellä kuvatut sopimuksenvaraiset näkyvyysspinnat ovat yksi elementti, joka erottaa sponsoroinnin esimerkiksi pyyteettömästä hyväntekeväisyydestä. Sponsoroinnilla voidaankin ajatella tarkoitettavan ennen kaikkea yhteistyökumppanuutta, jossa eri osapuolet (sponsoritaho, sponsoroinnin kohde että kohdeyleisö) hyötyvät suhteesta ja saavat siitä itselleen lisäarvoa (Valanko 2009, 60–61).

Sponsoroinnin ja median välinen suhde on luonteeltaan välillisempi. Sponsorit tarjoavat medialle resursoituja tuotteita, jolloin oletetaan, että sponsoroidut urheilutuotteet ovat jo lähtökohtaisesti yleisön silmissä kiinnostavia. Media puolestaan tarjoaa sponsoreille välillisiä mainostiloja raportoidessaan sponsoroiduista urheilulajeista ja yksittäisistä urheilijoista. (Ilmanen ym. 2007, 23.) Tällaisiksi mainostiloiksi voidaan ajatella esimerkiksi urheilijasta sanomalehteen otettu valokuva, jossa näkyy yhteistyökumppaneiden logoja urheilijan peliasussa tai urheilijan televisiolähetykseen antama haastattelu, joka tehdään usein sponsorilogojen peittämän seinän edessä.

Huippu-urheilun ja median välisessä suhteessa taas on kyse urheilun tarjoamista tapahtumista ja uutisaineuksista, joita media voi muokata ja välittää. Media puolestaan tarjoaa urheilulle sen kaipaaman välityskanavan, jonka avulla voidaan tavoitella lajin pariin niin uusia faneja, harrastajia kuin yhteistyökumppaneitakin. (Itkonen ym. 2007, 22; Horne 2006, 42.) Myös urheilumarkkinoinnissa esimerkiksi yksittäisen joukkueen tasolla brändipääoman luominen ja kasvattaminen vaativat itse joukkueen lisäksi markkinoiden ja median tarjoamia edellytyksiä (Gladden ym. 1998, 6-10).

Jotta huippu-urheilun ja median suhde olisi median näkökulmasta tasapainoinen, urheilutuotteen tulee olla median näkökulmasta uskottava. Median luottamusta ja kiinnostusta herättää ensinnäkin urheilullinen menestys. Kansallisella tai kansainvälisellä tasolla menestyminen madaltaa median kynnystä viestiä urheilullisista tuloksista tai saavutuksista. Toiseksi urheilutuotteen tulee kiinnostaa muutoinkin kuin mediavälitteisesti eli urheilutapahtumassa tulee olla yleisöä myös paikan päällä. Kolmanneksi tulee ottaa huomioon median omista lähtökohdistaan tekemät valinnat. Medioissa saatetaan tietoisesti korostetusti tuoda esille tiettyjen kohderyhmien suosimia urheilulajeja, jolloin ensisijaisesti tavoitellaan näiden kohderyhmien edustajia. (Ilmanen ym. 2008, 10-11.)

Huippu-urheilun ja median välinen symbioottista suhdetta voidaan selittää myös sillä, että urheilu tarjoaa medialle ainekset kiinnostaviin uutisjuttuihin, sillä selkeistä lähtöasetelmista huolimatta urheilusuorituksen lopputulos on aina jokseenkin arvaamaton ja riippuvainen useista, usein satunnaisistakin, tekijöistä. (Horne 2006, 42–43.) Median konventioihin kuuluu myös asioiden esittäminen pelkistyksinä ja mieluiten vastakkaisina asetelmina, jolloin mukana ovat yleensä ”hyvä kaveri” ja ”paha taho” (Wiiio 2006, 50). Tällaiseen vastakkainasettelun muodostamiseen urheilu tarjoaa jo lähtökohtaisesti puitteet, kun yksilöt ja joukkueet kilpailevat toisiaan vastaan eri urheiluareenoilla.

Mediatuotteeksi muuttuminen on myös vaikuttanut urheilun sisältöihin. Esimerkiksi jääkiekon näytösluonteiset tappelut voidaan tulkita suuren yleisön ja median kosiskeluksi. Myös uudet lajit voidaan suunnitella jännitystä ja riskinottoa sisältäviksi viihdetuotteiksi, toisin sanoen siis ensisijaisesti median näkökulmasta mielenkiintoisiksi. (Ilmanen ym. 2004, 12–13.) Mediatuotteistuminen on vaikuttanut suoraan myös urheilun käytäntöihin. Urheiluun suoraan liittymättömät ulkoiset markkina- ja mediatoimijat ovat pitkään vaikuttaneet esimerkiksi kilpailujärjestelmiä tai -aikatauluja koskeviin päätöksiin. (Walsh & Giulianotti, 2007, 2.)

Edellä esitettyyn kuvioon on lisätty yleisöt, joilla viitataan sekä paikan päällä että median kautta urheilua seuraaviin yleisöihin. Yleisöillä on olennainen rooli urheilutuotteen, urheilumedian ja urheilusponsoroinnin suhteessa, sillä lopulta sekä urheiluorganisaatio-, media- että yhteistyökumppanitahot ovat kiinnostuneita juuri yleisöjen tavoittamisesta. Yleisöjen rooli on myös luonteeltaan aktiivinen, sillä yleisöillä on aina omat odotuksensa seuraamansa urheilutuotteen suhteen. Yleisöt ja erilaiset sidosryhmät ja niiden merkitys urheilutuotteen menestykselle tuovatkin huippu-urheilun yhteisöviestinnän ytimeen.

Vaikka modernit urheilutuotteet eittämättä toimivatkin muiden tuotteiden tapaan haastavassa markkinaympäristössä, niiden esille tuomista ei välttämättä tule lähestyä perinteisen tuotemarkkinoinnin näkökulmasta. Ihmiset kehittävät seuraamaansa lajiin, joukkueeseen tai jopa yksittäiseen urheilijaan usein vahvan ja mahdollisesti elinikäisenkin suhteen ja käyttävät urheilun seuraamiseen paljon aikaa ja emotionaalista sekä taloudellista pääomaa. Yleisöt seuraavat urheilua myös saavuttaakseen sellaisia elämyksiä ja tunteita, joita he eivät välttämättä tavoittaisi ilman urheilutuotetta. Olennainen kysymys huippu-urheilun markkinoinnin ja viestinnän näkökulmasta onkin, tulisiko urheilutuotteista viestiä ja niitä markkinoida ensisijaisesti suhteiden rakentamisen ja ylläpitämisen näkökulmasta. (Hopwood 2012, 56–57.)

Kuten sanottua, urheiluorganisaatioiden tulee erityisesti ymmärtää sidosryhmäsuhteidensa arvo sekä ylläpitää ja luoda niitä huolellisesti. Strategisen PR-työn toteuttaminen esimerkiksi säännöllisine sidosryhmätutkimuksineen, tavoitteiden asettamisineen yhdistettynä toimintaympäristön monitorointiin sekä ajatteluun viestinnästä kaksisuuntaisena prosessina mahdollistavat menestyksekkäät ja eri osapuolille antoisat sidosryhmäsuhteet. (Shilbury & Rowe 2012, 51.)

3.3 Urheilumedian ja mediatapahtumien luonteista

Urheilumedian agendoilla painottuu vahvasti nimenomaan huippu-urheilu, mikä johtuu osaltaan edellä kuvatusta urheilutuotteen, median ja sponsoreiden muodostamasta kolmiyhteydestä: menestyvän urheilutuotteen uskotaan kiinnostavan suurta yleisöä. Huippu-urheilusta uutisoidessaan mediatoimijat asemoivat itseään kyseiseen kolmiyhteyteen ja houkuttelevat katsojien ja lukijoiden lisäksi myös maksullista mainostilaa mediasta ostavia yritystoimijoita. (Itkonen ym. 2008, 36.)

Nykypäivän urheilu-uutisointi ei myöskään keskity pelkästään tulosten kertomiseen ja urheilutapahtumien sääntilliseen raportoimiseen, vaan erilaiset ennakoinnit, taustoittelut ja teemoittelut sekä pohdinnat ovat nousseet olennaiseksi osaksi urheilumediaa (Itkonen ym. 2008, 11). Nykyisiä huippu-urheilijoita voidaan myös pitää urheilujulkisuuden uutena sukupolvena ja median taitajina. Ammattimaisessa ja kaupallistuneessa urheilujulkisuudessa urheilijoiden on hallittava lajinsa lisäksi koko mediapeli esiintymisineen ja tuotteiden mainostamisineen. (Itkonen ym. 2008, 35.)

Yhtenä nykyisen urheilumedian piirteenä voidaankin erottaa yksilöllistymisen trendi. Yksilöllistymisellä tarkoitetaan sitä, että mediassa urheilua tarkastellaan nimenomaan yksilöiden tasolta. Media kiinnostuu myös huippu-urheilusta kirjoittaessaan ihmiskohtaloista ja pyrkii löytämään tarinoiden sankarit ja konnat. (Itkonen 1996, 246–248.) Yksilöllistymiseen voidaan nähdä liittyvän myös urheilutähtien lisääntynyt julkisuus eri medioissa (Klemm 2007, 326).

Urheilutähtien ja urheilujulkisten lisäksi voidaan puhua jopa varsinaisista urheilusankareista. Urheilusankareiden synnyssä medially on olennainen rooli, sillä urheilijan tekemistä urhoollisiksi leimatuista teoista media työstää edelleen omia, dramatisoituja sankarikertomuksiaan (Virtapohja 1998, 19). Median sankareiden voidaan ajatella syntyvät prosessissa, jossa ensin ansioitunut urheilija saatellaan kohti tärkeää suoritusta, jossa häneltä odotetaan huomattavan paljon. Urheilija lähestyy sankaruutta täyttäessään tai jopa ylittäessään hänelle annetut korkeat odotukset. Odotusten lunastaminen ei kuitenkaan vielä sinällään riitä, koska yleisöjen tulee saada tieto menestyksestä. Tässä vaiheessa median rooli tiedonvälittäjänä ja -muokkaajana korostuu. Urheilusankarin asema saavutetaan siis ennen kaikkea sillä, että media välittää tietoa ja yhdessä yleisöjen kanssa myöntää kyseiselle urheilijalle sankariarvon. (Virtapohja 1998, 48–49).

Vaikka huippu-urheilun uutisoinnilla on vahva ja perusteltu jalansija mediassa, itse urheilutoimittajien voidaan katsoa olevan esimerkiksi ulkomaan- tai taloustoimittajia alemmalla hierarkian tasolla (L'Etang 2006, 387). Vuonna 2007 huomattavalla osalla suomalaisista urheilutoimittajista todettiin olevan aiempaa kilpaurheilutaustaa (Itkonen ym. 2008, 42–43), mikä saattaa vaikuttaa heidän mielenkiintoonsa tiettyjä lajeja kohtaan. Urheilusta kirjoittavan toimittajan aiempi kilpaurheilutausta tai se, että hän on tietyn lajin kannattaja, saattaa luonnollisesti tehdä kriittisen etäisyyden ja ammatillisen päätösvallan säilyttämisestä entistä haastavampaa (L'Etang 2006, 387). Toisaalta heillä saattaa kuitenkin olla tietystä lajista myös sellaista näkemystä ja kokemusta, jota täysin ilman urheilutaustaa olisi hankala saavuttaa.

Tämän päivän urheilumediasta puhuttaessa olennaista on myös se, että mediat käsittelevät urheilua suurimmalta osin miehisestä näkökulmasta. Miesten suorittama huippu-urheilu dominoi julkisuutta ja tuottaa enemmän rahakkaita sponsorintisopimuksia samalla kun naisten ja erityisryhmien jäävät media- ja sponsorihuomiossa mitattuna taka-alalle. (L'Etang 2006, 389.) Miesten huippu-urheilu ja huippu-urheilu ylipäätään kiinnostavat pääasiassa miespuolista yleisöä. Miespuolinen yleisö puolestaan on taho, joka on suhteellisen hankalasti tavoitettavissa, mutta jota kaupalliset mediat usein erityisesti pyrkivät saamaan katsoja- ja lukijakunnakseen. (Horne 2006, 43.)

Huippu-urheilun ja urheilumedian saralla on totuttu erilaisiin huippu-urheiluturnauksiin ja -tapahtumiin, jotka kasvattavat volyymeitaan vuosi vuodelta ja rytmittävät urheilua seuraavien yleisöjen elämää. Suur tapahtumia ylipäätään voidaan pitää yhtenä modernin ajan tunnusmerkkinä ja niiden juuret voidaan johtaa 1800-luvulla alkaneisiin maailmannäyttelyihin. Voidaan myös todeta, että kyseisten aikansa suur tapahtumien suosion väheneminen ja urheilun megatapahtumien suosion kasvaminen ovat kulkeneet käsi kädessä. Urheilun megatapahtumien lisääntymisen taustalla ovat myös muutokset niin median globalisoitumisessa, teknologian kehityksessä kuin urheilutapahtumien

kaupallistumisessa. Enää tapahtumapaikalle ei välttämättä tarvitse matkustaa paikan päälle, vaan tapahtuman voi kokea reaaliaikaisesti median välityksellä missä päin maailmaa tahansa. (Hall 2006, 59-60.)

Tässä tutkimuksessa urheilun suur tapahtumalla tarkoitetaan suuren luokan kulttuurista, kaupallista ja urheiluun liittyvää tapahtumaa, joka on luonteeltaan dramaattinen, houkuttelee suurta yleisöä ja vetää puoleensa kansainvälistä huomiota (Roche, 2000, 1). Lisäksi nykypäivän suur tapahtumien erityispiirteisiin kuuluu, että ne vaikuttavat väistämättä isäntäkaupungin tai -maan arkeen. Toisekseen suur tapahtumat saavat myös huomattavaa mediahuomiota osakseen. Tähän määritelmään liittyy siis ajatus siitä, että suur tapahtuman ei ole mahdollista olla olemassa ilman, että media olisi tapahtumassa läsnä ja siitä kiinnostunut. (Horne 2007, 81-82.) Välitön seuraus mediahuomiosta on, että kyseinen tapahtuma sekä kisaisäntä ovat tapahtuman ajan kansallisen ja kansainvälisen median huomion keskiössä. Tapahtumien täytyy kuitenkin olla entistä uniikimpia ja vuosi vuodelta mahtavampia saavuttaakseen yhä uudelleen median mielenkiinnon (Getz 1997, 33-34).

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tässä luvussa esitellään asetetut tutkimuskysymykset, tutkimuksen lähestymistapa sekä esitellään sisällönanalyysi ja sisällön erittely aineiston analysoinnin työkaluina.

4.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymykset

Tämän työn tarkoitus on tutkia vuoden 2012 jääkiekon MM-kisojen mediajulkisuutta Helsingin Sanomissa julkaistujen mediatekstien analysoinnin avulla sekä pyrkiä kuvailemaan tämän julkisuuden keskeisiä ja kiinnostavia piirteitä. Tutkimuksen tavoite on saada kokonaiskäsitys tapahtumaa käsittelevien ja lehdessä tietyllä aikavälillä julkaistujen mediatekstien määrästä ja niiden olennaisista sisällöistä. Tutkimuskysymyksiä on asetettu kolme:

- 1) Kuinka paljon kevään 2012 jääkiekon MM-kisat saavat mediajulkisuutta Helsingin Sanomissa?
- 2) Mitkä aiheet nousevat teksteissä eniten esille?
- 3) Miten yksittäiset pelaajat Suomen joukkueesta nousevat teksteissä esille?

Tutkimuskysymyksiin pyritään vastaamaan analysoimalla Helsingin Sanomissa kuuden kuukauden aikana julkaistuja tekstejä, jotka käsittelevät suorasti tai epäsuorasti vuoden 2012 jääkiekon MM-kisoja. Ennen tutkimuksen tulosten esittelyä esitellään tutkimuksen lähestymistapa, käytetyt tutkimusmenetelmät sekä tutkimuksen empiirinen aineisto.

4.2 Tutkimuksen lähestymistapa

Tutkimuksen lähestymistapa on ensisijaisesti laadullinen eli kvalitatiivinen. Kvalitatiivinen lähestymistapa mahdollistaa tutkittavien mediatekstien syvällisen analysoinnin, jonka päämääränä on luoda sanallinen ja selkeä kuvaus kyseisestä ilmiöstä. Hajanainen aineisto pyritään siis järjestämään tiiviiseen ja mielekkääseen sanalliseen muotoon kadottamatta kuitenkaan aineiston sisältämää informaatiota. (Eskola & Suoranta 2008, 137.) Mediatekstien sisältämää sanallista informaatiota on myös luontevaa kuvailla käyttämällä ensisijaisesti laadullista tutkimusotetta.

Koska tutkimuksen tarkoitus on perehtyä kattavasti kiekkokisojen Helsingin Sanomissa saamaan julkisuuteen ja tuottaa tästä ilmiöstä mahdollisimman monipuolista tietoa, mediatekstejä jaotellaan ja arvioidaan laadullisen lähestymistavan lisäksi tutkimuksessa osittain myös määrällisesti. Tutkimuksessa päädyttiin käyttämään sekä laadullista että määrällistä tutkimusotetta, sillä lähestymistapojen todettiin ennen kaikkea täydentävän toisiaan. Pelkästään laadullisella tai pelkästään määrällisellä tutkimuksella ei oltaisi välttämättä päädytty riittävän selkeään kuvaukseen tutkittavan urheilutapahtuman julkisuudesta. Myös tutkimuskysymysten luonne vaatii suhteellisen laajan aineiston, jonka luotettava esittäminen ja analysointi ilman minkäänlaista tilastollista luokittelua olisi ollut haastavaa.

4.3 Sisällönanalyysi ja sisällön erittely

Tutkimuksen analyysimenetelmänä käytetään sisällönanalyysia, sillä se vaikuttaa hyvin monipuoliselta menetelmältä käsitellä mediateksteistä koostuvaa tutkimusaineistoa. Sisällönanalyysia voidaankin pitää käyttökelpoisena tapana kokonaiskuvan luomiseen suhteellisen laajasta

dokumenttiaineistosta (Väliverronen 1998, 16). Menetelmäkirjallisuudessa käytetään sisällönanalyysin rinnalla myös käsitettä sisällön erittely, joka on Bernard Berelsonin vuonna 1952 esittämän klassisen määritelmän mukaan ”viestinnän ilmissisällön objektiivista, systemaattista ja määrällistä kuvailua varten sopiva tutkimustekniikka” (ks. esim. Väliverronen 1998, 15; Tuomi & Sarajärvi 2009, 105).

Vaikka sisällönanalyysistä ja sisällön erittelystä puhutaankin usein toistensa synonyymeinä, sisällönanalyysistä on mielekästä erottaa käsitteen kaksi eri merkitystä. Sisällönanalyysin tekemisestä voidaan puhua tarkoittaen niin sisällön erittelyä (tekstin sisällön kuvaaminen kvantitatiivisesti) kuin sisällönanalyysia (dokumenttien sisällön kuvaaminen sanallisesti). (Tuomi & Sarajärvi 2009, 105–106). Sisällön erittelystä on siis kyse asetettuihin tutkimuskysymyksiin vastaamisesta kvantitatiivisten mittausten avulla. Menetelmä soveltuu oivallisesti tutkimuksiin, joissa halutaan frekvenssien mittaamisella selvittää, mistä mediassa lopulta keskustellaan. (Eskola & Suoranta 2008,185.)

Tässä tutkimuksessa tullaan käyttämään sisällönanalyysiä sekä sisällön erittelyn näkökulmasta (kuinka paljon MM-kisat saivat lehdessä palstatilaa ja mitkä sanat toistuivat teksteissä) että sisällön analysoinnin näkökulmasta (millaiset teemat jääkiekkotapahtumasta kirjoitettaessa nousivat esiin ja miten niistä kirjoitettiin). Yksinkertaistettuna voidaan sanoa, että tässä tutkimuksessa sisällön erittelyn piiriin kuuluu artikkeleiden julkaisutiheyden sekä yksittäisten sanojen toistumisen mittaaminen aineistossa, sisällönanalyysiä puolestaan on artikkeleiden aiheiden ryhmittely ja sanallinen kuvaaminen.

Aineiston sisällönanalyysi voidaan jakaa teorialähtöiseen, aineistolähtöiseen ja teoriaohjaavaan analyysiin. Teorialähtöisessä sisällönanalyysissä teoria ohjaa vahvasti aineiston analyysiä, kun tutkittava ilmiö määritellään jonkin tunnetun mallin mukaisesti. Näin ollen tässä lähestymistavassa kyseessä on useimmiten

aiemman tiedon testaaminen uudessa kontekstissa ja käytetyt analyysiyksiköt ja kategoriat ovat täten ennalta määrättyjä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 95, 97–98.)

Aineistolähtöisessä analyysissä pyritään puolestaan luomaan aineistosta itsenäinen teoreettinen kokonaisuus, jossa analyysiyksiköt eivät ole ennalta sovittuja, vaan ne valitaan aineistosta tutkimusasetelman mukaisesti. Aiempien teorioiden, havaintojen tai tietojen ei oleteta vaikuttavan analyysin etenemiseen, vaan analyysiä ohjaavat ainoastaan tietyt metodologiset valinnat. Vaikka aineistolliset lähtökohdat otetaan väistämättä jossain määrin huomioon kaikessa tutkimuksessa, käytännössä tutkijan on kuitenkin hyvin hankalaa, ellei jopa mahdotonta, analysoida aineistoaan ilman aikaisimpien teorioiden vaikutusta. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 95–96.)

Aineistolähtöisen ja teorialähtöisen sisällönanalyysin välimaastoon sijoittuu teoriaohjaava analyysi. Teoriaohjaavassa lähestymistavassa teoreettiset kytkennät ovat havaittavissa analyysin taustalla, mutta analyysi ei suoraan perustu teoriaan. Näin ollen analysointiprosessin aikana aineistosta nousseille havainnoille etsitään teoriasta vahvistusta tai selitystä. (Eskola 2010, 182–183.) Kuten aineistolähtöisessä sisällönanalyysissä, myös teoriaohjaavassa analyysissä käytettävät analyysiyksiköt nousevat aineistosta. Aiempi tieto tutkittavasta ilmiöstä kuitenkin ohjaa yksiköiden valintaa. Tällöin analyysin tarkoitus ei ole kuitenkaan testata aiempaa teoriaa, vaan ennemmin luoda uusia ajattelutapoja kyseistä ilmiötä kohtaan. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 96–97.)

Tässä tutkimuksessa toteutetaan teoriaohjaavaa lähestymistapaa aineiston analysointiin. Teoriaohjaava sisällönanalyysi etenee siis aineistolähtöisesti ja teoriatausta toimii ohjaavana elementtinä analyysissä. Myös tutkimuksen tulokset peilautuvat tutkimuksen teoriaosaan. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 96–97.) Varsinaisen sisällönanalyysin työstäminen alkaa tutkimusaineiston valinnalla ja tutkittavaan aineistoon perehtymällä. Aineistosta etsitään tutkimustehtävän kannalta olennaiset ilmaiset, jotka pelkistetään ja listataan. Pelkistetyistä

ilmaisuista etsitään samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia, joiden perusteella ilmaisuista voidaan muodostaa alaluokkia. Alaluokat yhdistetään yläluokiksi ja edelleen kokoaviksi pääluokiksi. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 110–111.) Tämän tutkimuksen aineiston analyysiä ja luokittelutapaa kuvataan seuraavassa taulukossa.

TAULUKKO 1. Esimerkki aineiston luokittelusta.

Alkuperäisilmaus	Pelkistetty ilmaus	Alaluokka	Yläluokka	Pääluokka
"NHL:n runkosarja päättyy 7. huhtikuuta. Ensimmäiset jatkopeleistä karsiutuneet maajoukkuepelaajat liittyvät Leijoniin kymmenkunta päivää myöhemmin."	Mahdolliset MM-pelaajat NHL:stä	Joukkueen kokoonpanon kokoaminen eri kiekkosarjoista	Suomen joukkueen kokoonpanon spekulointi	Suomen joukkueen kokoaminen
"KHL:n kovasta tasosta kertoo parhaiten, että vakavasti otettavia MM-ehdokkaita pelaa Venäjällä noin 15."	Mahdolliset MM-pelaajat KHL:stä			
"Mestaruutta puolustavan Helsingin IFK:n kausi käärrittiin pakettiin ja liuta maajoukkuepelaajia vapautuu MM-leirille."	Mahdolliset MM-pelaajat SM-liigasta			

Tässä tutkimuksessa analyysissä edetään siis kolmen vaiheen, pelkistämisen, ryhmittelyn ja abstrahoinnin, kautta. Ensimmäisessä pelkistämisvaiheessa aineisto pelkistetään, toisessa ryhmitellään ja kolmannessa aineistosta luodaan teoreettisia käsitteitä. Nämä vaiheet tulevat ohjaamaan myös tämän tutkimuksen aineiston analysointiprosessia. Määriteltyjä analysointiyksiköitä (yksittäisiä sanoja, lauseita tai ajatuskokonaisuuksia) käyttämällä tekstien sisältö kategorisoidaan ja teksteissä esiintyvistä teemoista muodostetaan ala ja -yläluokkia, joiden perusteella empiirisestä aineistosta edetään kohti

käsitteellisempää näkemystä tutkittavasta ilmiöstä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 108–113.)

Edellä kuvatun sisällönanalyysin ohella aineisto jaotellaan myös käyttämällä analyysiyksikkönä yksittäisiä sanoja. Toisin sanoen aineisto järjestetään siinä useimmin esiintyvien sanojen mukaan. Tällä tavoin voidaan tarkastella esimerkiksi turnauksessa pelaavien eri joukkueiden tai yksittäisten pelaajien saamien mainintojen määrää. Näiden sanamäärien mittaamisessa jouduttiin kuitenkin tekemään muutamia tarkennuksia tutkimuksen kannalta olennaisen tiedon saavuttamiseksi. Esimerkiksi Suomen joukkueessa pelaavien Mikko Koivun ja Jussi Jokisen sekä Suomen päävalmentaja Jukka Jalosen tapauksissa lopullisista sanamääristä on vähennetty maininnat, joissa viitataan turnauksen ulkopuolelle jääneisiin pelaajiin, joilla on edellä mainittujen henkilöiden kanssa sama sukunimi. Näin ollen aineiston ryhmittelyssä sanamääristä vähennettiin esimerkiksi Saku Koivuun ja Olli Jokiseen viittaavat maininnat. Samalla periaatteella vähennettiin myös yksi SM-liigavalmentaja Kari Jaloseen viittanut osuma. Aineiston tällaista jaottelua ja eri sanamuotojen ja samaa tarkoittavien ilmaisujuen yhdistämistä on kuvattu taulukossa 2.

TAULUKKO 2. Esimerkki usein toistuvien sanojen ryhmittelystä.

Alkuperäisilmaus	Pelkistetty ilmaisu
Leijonat (106) Leijonien (104) Leijonissa (11) Leijoniin (10) Leijonille (10) Leijonia (9) Leijonista (5) Leijonilla (5) Kiekkoleijonien (3) leijonista (2)	Leijonat (265)
Koivu (79) Koivun (42) Koivusta (5) Koivulle (3) Koivua (2) Koivulta (2) Koivukin (2)	[Mikko] Koivu (124) (lopullisesta mainintojen määrästä vähennetty 11 Saku Koivuun viittaavaa mainintaa)

Sisällönanalyysissä tutkimusmenetelmänä on olemassa se riski, että analyysin abstrahointi jää puutteelliseksi ja luokiteltu ja uudelleen järjestelty aineisto saatetaan esittää varsinaisina tuloksina (Tuomi & Sarajärvi 2009, 103). Tämä riski on pidetty tiukasti mielessä aineistoa analysoidessa ja johtopäätöksiä tehtäessä. Riskiä on pyritty välttämään myös nivomalla tulokset tutkimuksen

teoriaosuuteen ja sitä kautta luomalla tuloksista uutta tietoa huippu-urheilutapahtuman julkisuuden piirteistä.

4.4 Tutkimusaineisto

Perinteisesti vuosittain touko-kesäkuussa järjestettävät jääkiekon MM-kilpailut ovat yksi suurimmista vuosittain järjestettävistä talviurheilutapahtumista. Turnaus kokoaa yhteen maailman 16 parasta jääkiekkomaata, jotka tavoittelevat maailmanmestaruutta reilun kahden viikon pituisen turnauksen aikana. Kisat järjestettiin keväällä 2012 poikkeuksellisesti kahdessa kisakaupungissa: Helsingissä ja Tukholmassa. Helsinki oli kuitenkin turnauksen päätapahtumapaikka, jossa pelattiin esimerkiksi turnauksen mitaliottelut. (Infront Sports & Media 2012.)

Tutkimusaineisto koostui laadullisesta dokumenttiaineistosta eli alkuvuoden 2012 jääkiekon MM-kisoja käsittelevistä mediateksteistä Helsingin Sanomissa 2.1.2012–30.6.2012 välisenä aikana. Tutkimusaineisto kattoi näin ollen käytännössä puolen vuoden ajanjakson. Aineiston otannan valinnassa pyrittiin siihen, että aineisto olisi sekä tuore että riittävän laaja, jotta sen perusteella voitiin muodostaa kokonaiskuva siitä, miten kisoja käsiteltiin Helsingin Sanomissa ennen kisoja, kisojen aikana ja kisojen jälkeen.

Helsingin Sanomat valittiin tutkimusaineiston lähteeksi kolmesta eri syystä. Ensinnäkin aineiston keräämiseen lähteeksi haluttiin valita nimenomaan päivälehti esimerkiksi jääkiekkoon keskittyvien viikko- ja aikakauslehtien sijaan. Toinen syy oli valita valtakunnallisesti ilmestyvä ja Suomen suurin sanomalehti Helsingin Sanomat, jonka voidaan lisäksi katsoa toimivan myös eräänlaisena mielipidevaikuttajana ja keskustelun herättäjänä (Suhonen 1994, 70–71). Kolmanneksi Helsingin Sanomat valtakunnallisuutensa lisäksi painottaa

nimenomaan pääkaupunkiseudun ajankohtaisia tapahtumia, joten lehden voitiin olettaa olevan Helsingissä järjestettävän jääkiekkoturnauksen ytimessä.

Aineisto rajattiin koskemaan toimittajien tuottamia ja journalistisen prosessin läpikäyneitä tekstejä, jolloin pääosassa olivat lehdessä julkaistut kisoja suorasti tai epäsuorasti käsittelevät tekstit, kuten esimerkiksi uutiset, kolumnit ja pääkirjoitukset. Aineistoa ei rajattu käsittämään ainoastaan urheiluosastolla julkaistuja tekstejä, vaan mukaan valittiin kaikki aiheita käsittelevät lehtijutut, sillä tapahtumaa käsiteltiin urheilusivujen lisäksi lehden muillakin osastoilla.

Aineiston ulkopuolelle rajattiin kuitenkin Helsingin Sanomien viikko- ja kuukausiliitteissä esiintyneet jutut sekä yleisönosastolla julkaistut lukijoiden mielipidekirjoitukset. Analysoinnin ulkopuolelle päätettiin jättää myös artikkelit, joissa Suomen Jääkiekkoliiton kanta mainittiin, mutta jotka eivät liittyneet kevään 2012 maailmanmestaruuskisoihin. Näin ollen esimerkiksi Valko-Venäjän vuoden 2014 kisaisännyyttä kritisoivat jutut jätettiin aineiston ulkopuolelle. Samalla perusteella myöskään urheilun alkoholimainontaa käsitteleviä juttuja ei otettu aineistoon.

Tutkimusaineisto kerättiin kahdessa vaiheessa. Ensin Helsingin Sanomien sähköisestä arkistosta tehtiin vapaa tekstihaku olennaisia hakusanoja käyttäen. Näiden tekstien pohjalta tehtiin alustava kartoitus aineistosta ja tämän jälkeen kaikki ajanjakson lehdet käytiin läpi digitaalisina näköislehtinä. Samalla oli mahdollista tarkastella myös kisoja koskevassa uutisoinnissa käytettyä kuvitusta. Aineisto käytiin läpi ja siitä nousevat teemat kirjattiin etukäteen laaditulle sähköiselle lomakkeelle, johon merkittiin ylös myös olennaiset lainaukset ja muut aineistosta nousevat huomiot.

Ennen tulosten esittelyä on kuitenkin olennaista muistaa, että Helsingin Sanomat oli vain yksi toimija MM-turnauksesta raportoivassa urheilumediakentässä. Pelkästään televisiolähetysten kautta turnausta

seurattiin yli sadassa maassa ja kisojen kumulatiivinen tv-katsojien määrä liikkui sadoissa miljoonissa (Infront Sports & Media 2012). Tässä tutkimuksessa päädyttiin kuitenkin nostamaan keskiöön nimenomaan yhden perinteistä suomalaista printtimediaa edustavan tahon tapa käsitellä kyseistä turnausta.

5 TULOKSET

Tässä luvussa tutkimusaineisto analysoidaan kahdessa vaiheessa: aluksi tarkastellaan lehtijuttujen määrää ennen turnausta, turnauksen aikana ja turnauksen jälkeen sekä käsitellään julkaistujen juttujen määrää lehden eri osastoilla. Tämän jälkeen perehdytään olennaisiksi nousseisiin aihepiireihin ja annetaan näistä aiheista esimerkkejä. Lopuksi analysoidaan eniten mainintoja saaneiden pelaajien julkisuutta niin ikään alkuperäisilmausten avulla.

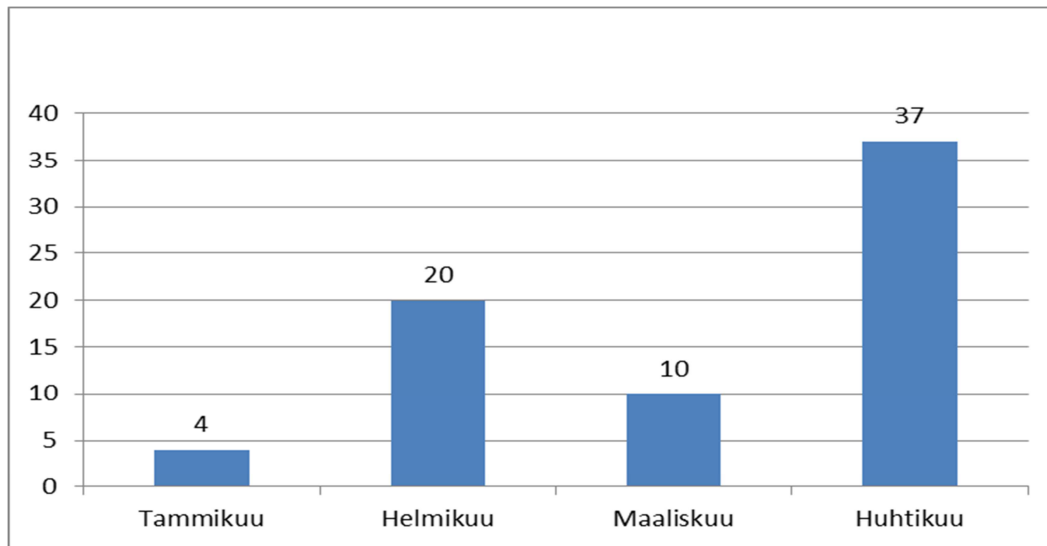
5.1 Julkisuuden määrä

Yhteensä kevään 2012 jääkiekon MM-kisoja käsiteltiin 243 lehtijutussa. Aineisto on seuraavaksi lajiteltu turnausta edeltävien kuukausien, turnauksen aikaisten päivien sekä turnauksen jälkeisen kuukauden mukaan.

5.1.1 Tapahtumaa ennakoivan julkisuuden määrä

Joukkoviestimet ovat ennen tapahtuman alkamista olennaisessa ja kiintoisassa viestinnällisessä roolissa, sillä tapahtumasta etukäteen kirjoittava media tuo osaltaan tapahtuman eri yleisöjen tietoisuuteen sekä toisaalta muovaa tapahtuman saamaa merkitystä yleisöjen mielissä. Urheilun suurtapahtumat eivät koskaan ala niin sanotusti tyhjästä, vaan tapahtumia ennakoidaan mediassa usein huomattavan paljon etukäteen. Esimerkiksi varsinaista päätapahtumaa ennakoivat turnaukset ja yksittäiset kilpailut kuuluvat olennaisesti varsinaiseen tapahtumaan valmistautumiseen.

MM-kisoja käsitteleviä artikkeleita julkaistiin Helsingin Sanomissa hyvissä ajoin ennen varsinaisen turnauksen alkamista toukokuussa. Kuviossa 3 esitetään julkaistujen lehtijuttujen määrä turnausta edeltävien kuukausien aikana.



KUVIO 3. Lehtijuttujen määrä lajiteltuna kuukausien mukaan ennen turnauksen alkamista.

Ennen turnauksen alkamista MM-kisoja käsiteltiin tammi-, helmi-, maaliskuu- ja huhtikuun aikana yhteensä 71 lehtijutussa. Tammikuun aikana MM-kisoja käsiteltiin neljässä eri lehtijutussa, helmikuussa määrä nousi kahteenkymmeneen ja maaliskuussa putosi kymmeneen. Huhtikuussa kisoja käsittelevien juttujen määrä lisääntyi huomattavasti, kun MM-kisoista kirjoitettiin peräti 37 eri lehtijutussa.

Lehtijuttujen määrän vaihtelun taustalla voidaan nähdä erilaisia syitä. Tammikuussa tulevista kisoista kirjoitettiin vain vähän, sillä turnaus ei ollut vielä juurikaan ajankohtainen eikä tuolloin pelattu turnaukseen valmistavia harjoituspelejä. Helmikuun julkisuuden lisääntyntä määrää selittääkin kotimaisen SM-liigan maajoukkuetauko 5.-13. helmikuuta. Tuolloin Suomen maajoukkue alkoi syyskauden jälkeen jälleen pelata harjoituspelejä ja rakentaa sitä kautta lopullista joukkuetta tulevaa MM-turnausta varten. Helmikuussa Leijonat pelasi yhden EM-harjoitusturnauksen kuuluvan näytösluonteisen ulkoilmaottelun Venäjää vastaan Helsingin Olympiastadionilla, mistä kirjoitettiin yhteensä kahdeksassa lehtijutussa. EM-harjoitusturnaus jatkui edelleen Tukholmassa, missä pelattuja otteluita uutisoitiin ja analysoitiin

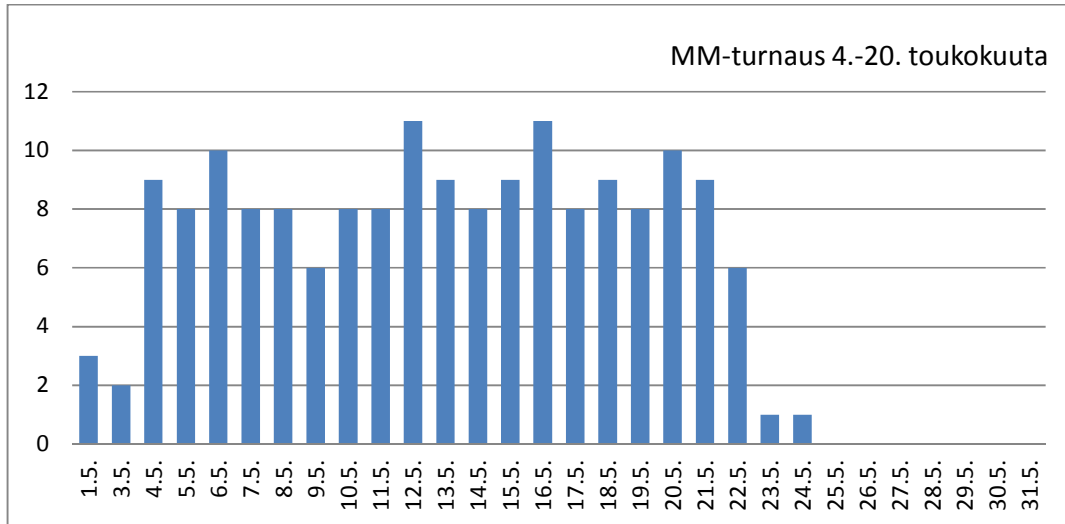
lehdessä myös ahkerasti. Maaliskuussa SM-liigan taas jatkuessa MM-turnausta edeltävään harjoitusotteluiden pelaamiseen tuli taukoa, ja lehtijuttujen määrä putosi kymmeneen.

Huhtikuussa julkaistujen lehtijuttujen määrän yli kolminkertaistumisen taustalla voidaan nähdä vaikuttavan MM-kisojen alkamisajankohdan lähenemisen lisäksi kaksi syytä. Huhtikuun aikana Suomen jääkiekkomaajoukkue pelasi harjoitusturnauksia sekä yksittäisiä harjoitusotteluita, jotka valmistivat joukkuetta tuleviin MM-kisoihin. Näiden otteluiden tuloksista sekä yksittäisten pelaajien mahdollisuuksista nousta lopulliseen MM-kisaryhmään kirjoitettiin huhtikuun aikana 23 juttua.

Toisena syynä lehtijuttujen määrän ripeään kasvuun voidaan nähdä eri jääkiekkoliigojen päättyminen. Tulevan MM-kisajoukkueen mahdollisista pelaajakokoonpanoista kirjoitettiin sitä mukaa, kun Pohjois-Amerikan NHL-liigan ja Venäjän KHL-liigan pudotuspelit etenivät ja jatkopeleistä tippuneista joukkueista vapautui suomalaispelaajia maajoukkueen käyttöön. Myös kotimaisen jääkiekon pääsarjan SM-liigan päättyminen 23. huhtikuuta mahdollisti maajoukkuekiekon lisääntyneen julkisuuden lehden urheilusivuilla. Huhtikuussa SM-liigan päättyminen jälkeiseen aikaan sijoittui koko kuukauden MM-kiekkoa koskevista jutuista lähes puolet: vajaan viikon aikana 24.-30. huhtikuuta lehden urheilusivuilla julkaistiin yhteensä 14 juttua, jotka käsittelivät tulevia MM-kisoja.

5.1.2 Julkisuuden määrä turnauksen aikana ja sen jälkeen

Toukokuun aikana MM-kisoista kirjoitettiin yhteensä 170 lehtijutussa. Seuraavassa kuviossa on esitetty julkaistujen juttujen määrä päivää kohti toukokuussa.



KUVIO 4. Lehtijuttujen määrä lajiteltuna päivien mukaan toukokuussa. (Lehti ei ilmestynyt 2.5.2012.)

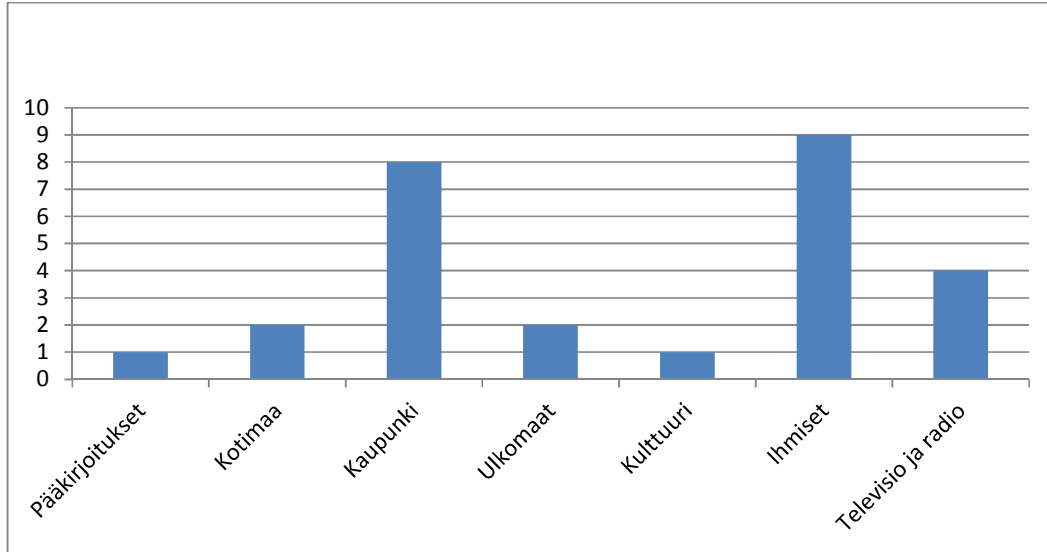
Kisat käytiin ajalla 4.-20. toukokuuta ja kisojen alkaminen näkyy selvästi lisääntyneenä juttujen määränä. Turnauksen aikana MM-kisoista kirjoitettiin päivittäin 6-11 artikkelin verran. Huomattavaa on myös, että turnauksessa vietettiin välipäiviä 15. ja 17. toukokuuta, mutta pelattujen otteluiden puute ei ilmene kuviossa juttumäärien minkäänlaisena notkahduksena. MM-jääkiekkoturnaus oli eittämättä lehden urheiluosaston keskeisin uutisaihe koko reilun kaksiviikkoisen kestoensa ajan, sillä urheiluosasto oli ajanjaksolla 3.-22.5.2012 jaettu ”Jääkiekon MM-kisat 2012” -sivuihin ja -aukeamiin, joilla ei käsitelty muita urheiluaiheita kuin MM-jääkiekkoa. Kokonaisuudessaan urheiluosastolla kisoista kirjoitettiin toukokuussa 133 uutisessa tai kolumnissa.

17-päiväisen turnauksen aikana MM-jääkiekko oli nostettu etusivulle yhteensä 19 kertaa, joista 5 kertaa turnauksen tapahtumat olivat esillä lehden etusivulla näyttävästi pääuutisena. Pääuutisiksi nousivat turnauksen alkaminen, Suomen joukkueen ensimmäisen pelin tulos sekä kolmen Leijonien kannalta tärkeän ottelun tulokset. Tärkeiden otteluiden painottumisen ilmiötä tarkastellaan myöhemmin lähemmin luvussa 5.2.3.



KUVA 1. Esimerkkejä etusivun pääuutiseksi nostetusta MM-turnauksesta.

MM-kisat eivät kuitenkaan rajoittuneet pelkästään etusivun ja urheiluosaston uutisiksi, vaan tapahtuma näkyi kuuden kuukauden tutkimusajanjaksona myös muilla lehden osastoilla. Ajanjaksolla ainoastaan Talous-osasto ei huomionnut kiekkokisoja lainkaan. Kuviossa 5 esitetään tutkimusjakson aikana julkaistujen lehtijuttujen määrän jakautuminen muiden kuin urheiluosaston ja etusivun kesken.



KUVIO 5. Lehtijuttujen määrä eri osastoilla poislukien etusivun ja urheiluosaston uutiset 2.1.2012–30.6.2012.

Kuviosta käy ilmi, että eniten kisoista kirjoitettiin urheilusivujen ulkopuolella lehden Kaupunki- ja Ihmiset -osioissa. Kaupunki-sivuilla kirjoitettiin lähinnä tapahtuman vaikutuksista kaupunkilaisten arkeen ja kerrottiin esimerkiksi muuttuneista liikennejärjestelyistä. Ihmiset-sivuilla taas julkaistiin paljon kolumneja ja pakinoita ajankohtaisista aiheista ja MM-turnaus nousi useasti tämäntyyppisten kirjoitusten aiheeksi.

Kisojen päättymisen jälkeen kirjoitettiin mitalipelien tuloksista ja analysoitiin kisoja kokonaisuudessaan. Myös maailmanmestaruuden voittaneen Venäjän jääkiekkokulttuuri ja junioritoiminta nousivat turnauksen jälkeisen julkisuuden keskiöön. Kuitenkin kisojen jälkeen turnauksesta kirjoittaminen hiipui hyvin nopeasti, eikä 22. toukokuuta jälkeen kisoja mainittu kuin yksittäisissä tapauksissa. Kesäkuussa MM-turnaus mainittiin epäsuorasti vain kaksi kertaa.

5.2 Julkisuus aihepiireittäin

Seuraavaksi aineisto luokitellaan jutuissa käsiteltyjen aihepiirien kautta. Kaikki esimerkkilainaukset ovat aineiston analyysiä varten teksteistä kerättyjä alkuperäisilmauksia. Esimerkeissä on käytetty hakasulkuja, jos on koettu tarpeelliseksi täsmentää tekstin kirjoittajan alkuperäistä ajatusta, joka ei esimerkiksiin valikoituneesta kohdasta muuten käy ilmi. Lainausten jälkeen ilmoitetaan jutun tekstityyppi ja jutun julkaisupäivämäärä.

Aineistosta pelkistetyt useimmin toistuneet ja tutkimuksen kannalta relevantit yksittäiset sanat on kerätty kuvioon 3. Kuviossa sanojen koko vaihtelee sen mukaan, mitä useammin ne ilmenivät aineistossa. Kuvio on luotu internetselainpohjaisella Wordle-sovelluksella.



KUVIO 3. MM-kisojen julkisuudessa useimmin toistuneet yksittäiset sanat.

Suomen maajoukkueen näkökulma nousi suomalaisessa sanomalehdessä luonnollisesti eniten esille, ja Suomi mainittiinkin teksteissä useimmin: 423 kertaa. Muita yllätyksettömiä useasti toistuneita sanoja olivat muun muassa MM-kisat (359), ottelu (277), joukkue (264) ja pelata (251). Näissä sanoissa tiivistyykin kyseisen jääkiekkoturnauksen ydin: MM-kisojen otteluiden pelaaminen joukkueittain.

Suomen näkökulman lisäksi etenkin ennen turnauksen alkua laajasti uutisoiduksi teemaksi nousivat Suomen joukkueen kokoamiseen liittyvät kirjoitukset. Lisäksi kisojen pääsylippujen hinnoista kirjoitettiin huomattavan paljon. Suomen joukkueen tärkeitä otteluita pohjustettiin ja analysoitiin tiiviisti sekä katsojia opastettiin kisojen seuraamiseen liittyvistä käytännön asioissa. Lisäksi vallitsevaa kiekkohuumaa pyrittiin välittämään lukijoille ja MM-turnauksen pelaajista sekä turnaukseen suoraan liittymättömistä ilmiöistä kirjoitettiin huomattavan viihteelliseen sävyyn. Seuraavaksi näitä seitsemää aihekokonaisuutta tarkastellaan lähemmin.

5.2.1 Suomi ja muut turnaukseen osallistuneet maat

Helsingin Sanomissa kisoja käsiteltiin ensisijaisesti Suomen joukkueen näkökulmasta ja Suomi mainittiinkin tutkitussa aineistossa yhteensä 423 kertaa. Sanalla viitattiin Suomen jääkiekkomaajoukkueeseen sekä Suomeen maana ja kulttuurina.

Torstaina Venäjälle kärsityn 0-2-tappion jälkeen Suomi mätti lauantaina 7-0 (3-0, 2-0, 2-0) -voiton Tšekistä. (Utinen 12.2.2012)

Suomi ja Ruotsi järjestävät jääkiekon MM-kisat yhdessä vuonna 2012 ja 2013. (Utinen 27.2.2012)

Suomi on kiekkohullu maa, joten Leijonien pelit myydään joka tapauksessa loppuun. (Kolumni 6.3.2012)

Suomen ohella maajoukkueeseen viitattiin yleiseksi kutsumanimeksi ja tavaramerkiksi vakiintuneella Leijonat-sanalla, joka toistui aineistossa 265 kertaa. Suomen jääkiekkomaajoukkuetta ja Leijonat-käsitetä voidaankin todeta käytetyn toistensa synonyymeinä.

Kiekkoleijonien esitys [harjoitusottelussa] Olympiastadionilla toi kauden kolmannen tappion Venäjää vastaan (0-2). (Utinen 10.2.2012)

Leijonien avausmaali syntyi keskialueen kiekonriistosta, kun avausräätä oli pelaamatta 42 sekuntia. (Uutinen 5.5.2012)

Leijonien on otettava kiekko haltuun saadakseen vastustajan heikkous esille. (Kolumni 13.5.2012)

Vuodesta 2007 Suomen maajoukkueen valmennustiimissä toiminut Leijonien nykyinen päävalmentaja Jukka Jalonen mainittiin aineistossa 140 kertaa. Jalosen rooli korostui etenkin joukkuetta koottaessa ja hänen pelaajavalintoihin spekuloidiin ennen Suomen lopullisen joukkueen nimeämistä. Suomen maajoukkueen on perinteisesti koonnut nimenomaan joukkueen päävalmentaja, mikä myös tuli aineistossa esille.

Leijonien päävalmentaja Jukka Jalonen saa koota MM-joukkueen rungon [KHL-liigan] ruplamiehistä jo toisena keväänä peräkkäin. (Uutisanalyysi 25.2.2012)

Jääkiekkomaajoukkueen manageri Kurri ja päävalmentaja Jukka Jalonen matkustavat perjantaina kiertämään Pohjois-Amerikkaa, jossa he aikovat kartoittaa NHL-pelaajien halukkuutta MM-kotikisoihin. (Uutinen 7.3.2012)

Leijonien päävalmentaja Jukka Jalonen löi eilen tiskiä 25 pelaajanimeä, joita Suomen kansa seuraa herkeämättä seuraavat kolme viikkoa. (Kolumni 30.4.2012)

Jalosta myös pidettiin vastuullisena Leijonien peliesityksistä, sillä päävalmentaja vastaa totutusti joukkueen lopullisesta pelistrategiasta. Teksteissä puhuttiinkin usein nimenomaan *Jalosen joukkueesta*. Jalosen lanseeraaman pelitavan toimivuutta sekä hänen tekemiään pelaajakohtaisia valintoja kuitenkin myös kritisoitiin.

Jalosen viisikkojen on oltava yhtenäisiä ja toimivia hyökkäys- sekä puolustusosuuksia. Karvauspelissä kannustetaan rohkeuteen, muttei uhkarohkeuteen. (Kolumni 13.2.2012)

Kanadaa ja USA:ta vastaan ei kadonnut pelistä latautuminen tai itseluottamus, vaan koko Jukka Jalosen rakentama Meidän peli. USA iski niin

ahnaasti Leijonien puolustajiin kiinni, ettei ajatus kiekon siirtelystä tai hallitusta pelin-rakentelusta toiminut ollenkaan. (Kolumni, 14.5.2012)

Jalonen ratsasti Janne Pesosen, Jarkko Immosen ja Granlundin ketjulla liian pitkään. Palapeli olisi pitänyt purkaa aikaisemmin alkutekijöihin, kun peli pätki. (Utinen 21.5.2012)

Lisäksi Jalosen rooli joukkueen lopullisen menestyksen vastuunkantajana tuli esille hänen kommentoidessaan joukkueen esityksiä turnaukseen valmistavissa otteluissa sekä varsinaisissa MM-otteluissa. Kommentit ja analyysit yksittäisten pelien jälkeen kysyttiin ensisijaisesti Jaloselta.

Jalonen piti Ruotsi-ottelua heikkona esityksenä, johon mahtui vain muutama hyvä hetki. "Aina, kun pelejä häviää, pitää olla huolestunut", sanoi Jalonen. (Utinen 13.2.2012)

Päävalmentaja Jukka Jalonen on huolissaan ylivoimapelistä. Leijonat on pelannut kisoissa yli erän ylivoimaa osumatta kertaakaan. (Utinen 7.5.2012)

Suomen joukkueen lisäksi eniten mainintoja saivat ylivoimaisesti Kanada (163 mainintaa) ja Venäjä (161 mainintaa). Kyseisiä maita pidetään kiekkohistoriansa ja arvoturnausmenestyksensä perusteella eräänlaisina jääkiekon suurmaina, joiden joukkueet ja suoritukset ovat jo lähtökohtaisesti kiinnostavia. Myös hieman yllättäen finaaliin edennyt Slovakia (122) ja kisojen toinen isäntämaa, Suomen naapurimaa Ruotsi (107) sekä Pohjois-Amerikan toinen kiekkomaa USA (97) keräsivät huomattavan määrän mainintoja. Muista maista ja joukkueista eniten mainintoja saivat Sveitsi (83), Tšekki (67), Valko-Venäjä (62) ja Kazakstan (40).

Kanadan tuleva MM-joukkue kiinnosti pelaajalistallaan jo ennen turnauksen alkamista. Toisaalta aineistossa annettiin viitteitä siitä, että keväinen MM-turnaus olisi Kanadan joukkueelle ennen kaikkea tulevia vuoden 2014 Sotšin talviolympialaisiin valmistava turnaus. Kanadan joukkueen todettiin kuitenkin olevan erityisen vahva myös MM-turnauksessa ja joukkueen vahvuuksia

verrattiin teksteissä myös Suomen joukkueeseen. Yksilötaitojen tasolla Kanadan joukkuetta Suomen joukkueeseen verrattaessa suomalaiset jäivät auttamatta alakynteen.

Kanada havittelee toukokuussa käytäviin MM-kisoihin useita NHL:n huippupelaajia. Pelaajia yritetään houkutella muun muassa olympiaporkkanalla: Sotšin kisoja varten voi jo antaa näyttöjä. (Utinen 7.4.2012)

Kanadalla on taas nimekäs joukkue, jonka iskukykyä voi esitellä vaikka näin: Kanadan huonoiten palkattu kenttäpelaaja Jamie Benn (Dallas Stars) teki kuluvalle NHL-kaudella 26+37=63 pistettä runkosarjassa. Eli vain kolme pistettä vähemmän kuin Suomen ykkösketjun hyökkääjä Valtteri Filppula, joka teki oman piste-ennätyksensä Detroitissa. (Utinen 4.5.2012)

Kanadalaisten koko näkyy jäällä, mutta yhtä vahvasti heistä erottuvat taidot. Yhdistelmä on kovaa tavaraa tämän päivän jääkiekossa. (Utinen 13.5.2012)

Venäjän mainintojen määrän taustalla olivat luonnollisesti kovatasoinen joukkue NHL-tähtineen sekä turnauksessa vuoden 2012 maailmanmestaruuden voittaminen. Lisäksi Suomi pelasi useita harjoitusotteluita Venäjää vastaan, joista yksi pelattiin speaktaakkelimaisesti ulkoilmaotteluna Helsingin Olympiastadionilla, mikä lisäsi Venäjän mainintojen määrää. Venäjän kiinnostavuutta lisäsivät myös yhä merkittävämmäksi kiekkoliigaksi nouseva Venäjän KHL-liiga ja sen useat KHL-pelaajat.

Pittsburgh Penguinsin venäläistaituri Jevgeni Malkin on luvannut pelata MM-kisoissa. [...] Myös Detroitin Pavel Datsjuk saapuu MM-kisoihin. (Utinen 26.4.2012)

Jääkiekon SM-liigan Talviklassikko oli ja meni, mutta tällä viikolla Olympiastadionin pakkaskaukalossa pelataan uudelleen. Torstaina siellä kohtaavat Suomen ja Venäjän maajoukkueet ottelussa, joka kuuluu epävirallisen EM-sarjan Ruotsin-turnaukseen. (Utinen 8.2.2012)

[KHL-joukkue Moskovon] Dinamossa [leijonahyökkääjä Leo] Komarov pelasi ykkösketjussa ja kello tikitti isoja minuutteja jääaika. KHL:n finaaliotteluissa

hän piti kiekkoa vähintään yhtä paljon kuin rakensi maskia Karri Rämön eteen. (Utinen 8.5.2012)

5.2.2 Suomen maajoukkueen kokoaminen

Suomen MM-kisajoukkueen kokoamiseen ja pelaajavalintoihin liittyvät kirjoitukset olivat aihekokonaisuus, joka erottui selkeästi omaksi teemakseen ennen turnauksen alkamista. Joukkueen kokoamisesta kirjoitettiin useassa tapauksessa pelattujen harjoitusotteluiden kautta, kun yksittäisten pelaajien pääsyä lopulliseen joukkueeseen arvioitiin harjoitusotteluiden peliesitysten perusteella.

Rohkeasta pelistä voi antaa kiitosta puolustaja Mikko Kousalle. Tukholmassa IFK:n pakki osoitti soturin elkeitä ja avasi oven enemmän kuin raolleen MM-kisoihin. Kysymys kuuluu: Mikko Kousa vai Sami Vatanen? (Kolumni 13.2.2012)

Maalivahti Kari Lehtonen, 28, palasi huikeasti jääkiekkomaajoukkueeseen viiden vuoden tauon jälkeen. Lehtonen pysäytti torjunnoillaan Venäjän Pietarissa, eikä sitä herkkua ole kovin usein tarjoilla. (Utinen 27.4.2012)

Tulevan MM-joukkueen pelaajavalintoja spekulointiin pelattujen harjoitusotteluiden lisäksi myös eri jääkiekkoliigojen näkökulmasta. Pelaajien ennustettiin saapuvan kisoihin Pohjois-Amerikan NHL-liigan ja Venäjän KHL-liigan lisäksi myös kotoisesta SM-liigasta.

Leijonien päävalmentaja Jukka Jalonen saa koota MM-joukkueen rungon ruplamiehistä jo toisena keväänä peräkkäin. [...] KHL:n kovasta tasosta kertoo parhaiten, että vakavasti otettavia MM-ehdokkaita pelaa Venäjällä noin 15. Jopa varmoja kotikisoihin lähtijöitä riittää lähes kymmenen. (Utinen 25.2.2012)

NHL:n runkosarja päättyy 7. huhtikuuta. Ensimmäiset jatkopeleistä karsiutuneet maajoukkuepelaajat liittyvät Leijoniin kymmenkunta päivää myöhemmin. (Utinen 28.3.2012)

Jääkiekkomaajoukkueen hiljaiset rukoukset on kuultu. Mestaruutta puolustavan Helsingin IFK:n kausi käärrittiin pakettiin ja liuta maajoukkuepelaajia vapautuu MM-leirille. Ei niin, ettei Jokereista mahtuisi

kukaan kotikisojen joukkueeseen, mutta IFK:sta tunkua riittää vähän enemmän. (Kolumni 29.3.2012)

Joukkueen kokoonpanoa ennakoivissa kirjoituksissa huomiota saivat myös tutut ja menestyneet suomalaiset jääkiekkoilijat. Esimerkiksi Suomen menestyneimmän NHL-pelaajan Teemu Selänteen mahdollista osallistumista kotikisoihin seurattiin erityisen tiiviisti. Selänteen kiinnostavuudesta kertoi osaltaan myös se, että hänen päätöksensä olla lopulta osallistumatta turnaukseen sai lehdessä huomattavan palstatilan.

Jari Kurri, mitkä olivat Teemu Selänteen maajoukkueterveiset? "Sovittiin, että palaamme asiaan Anaheimin pelien loppuessa. Nyt Teemulla on päässään mietintämyssy." (Utinen 28.3.2012)

MM-kisoja pelataan Helsingissä jo kuukauden päästä. Selänne ei ole vielä MM-aikeistaan selvillä. "Siihen MM-kisarumbaankin pitää olla todella valmis, koska kyse ei ole ihan normaaleista MM-kisoista", Selänne sanoi HS:lle Vancouverissa viime viikolla. (Utinen 10.4.2012)

Jääkiekkoliitto tiedotti Selänteen, 41, poisjäännistä niukkasanaisesti maanantai-iltana. Tiedotteen mukaan "mahdollisuus pukeutua leijonapaitaan vielä kerran kotikisoissa houkutti Selännettä", mutta kielteinen päätös kypsyi viikonlopun aikana. (Utinen 17.4.2012)

Turnauksen aikana Suomen joukkueen kokoonpanon ja yksittäisten pelaajien toimia jäällä tarkasteltiin kriittisesti. Vaikka lyhyessä MM-turnauksessa pelaajilla on sopeutumisaikaa niukasti, jokaiselta pelaajalta odotettiin onnistumisia. Jos pelaaja ei jostain syystä täyttänyt hänelle asetettuja odotuksia, hän sai osakseen toimittajien kritiikkiä. Myös yksittäiset pelitilanteet ja pelaajien tekemät ratkaisut jäällä saatettiin suorastaan tuomita, jos ne koettiin Suomen joukkueen kannalta erityisen epäedullisiksi.

Jussi Jokisen paikkaa Suomen ykköskentällisessä ehdittiin mediassa spekuloida heti MM-turnauksen alkumetreillä. Carolina Hurricanesin laituri pelasi vaisuhkon kauden NHL:ssä, eivätkä otteet olleet heti sähköitä myöskään Helsingissä. (Utinen 11.5.2012)

Turhautuneen pelaajan typerä liike, josta mätkähti kolmen ottelun pelikielto. Anssi Salmela oli muun joukkueen lailla hukassa suurimman osan USA-ottelua, ja viimeisessä erässä Salmelalle tuli pimeä hetki. Poikittainen maila jenkkipuolustaja Alex Goligoskin niskaan oli ruma ja vaarallinen teko, joita jääkiekossa silloin tällöin sattuu. (Utinen 15.5.2012)

Kiekko pomppi ottelussa ihmeellisesti ja erityisen kummallisesti se hyppi Suomen maaliin. Vehaselle ei kertynyt loistopelastuksia, mutta useita puhetta herättäviä päästettyjä maaleja. (Utinen 20.5.2012)

Myös leijonajoukkueen esityksiä jäällä kritisoitiin tarpeen tullen hyvinkin voimakkaasti. Valmennusjohdon ketjumuutoksia ja peluutuskokeiluja arvioitiin myös kriittisesti. Esille nousi myös toimittajien omia näkemyksiä joukkueen ketjukokoonpanoista ja niiden muuttamisesta.

Muutoksia ehdotellaan monelta taholta, mutta on muistettava ketjujen ja pakkiparien kemian paranevan yhteisten kokemusten lisääntyessä. Lisäksi vaihdoissa on riskinä, että tyytymättömyys joukkueessa lisääntyy. (Kolumni 7.5.2012)

Viihteeksi sitä ei voinut kutsua, mitä Leijonat tarjosi täydessä Hartwall-areenassa. Se oli jotain haluttomuuden ja jääkiekon irvikuvan välimaastosta. (Kolumni 14.5.2012)

Pronssiottelussa Granlund sai kokeilla muutamia vaihtoja Mikko Koivun ja Valtteri Filppulan ketjun kolmantena pelaajana. Hyvä kokeilu, mutta liian lyhyt. (Utinen 21.5.2012)

Joukkueen kokoonpanon arviointi ja spekulointi jatkui turnauksen jälkeen. Keskustelua Suomen kiekkoilun tulevaisuudesta käytiin tuolloin lähinnä yleisemmällä tasolla. Maalien tekeminen koettiin Suomen joukkueen suurimmaksi kompastuskiveksi turnauksen aikana, ja tulevaisuuden maalintekijöiden tuottamisen haaste painottui kisojen päätyttyä teksteissä voimakkaasti.

Suomalainen kiekkoilu tuottaa niin vähän hyviä maalintekijöitä ja taitavia pelaajia, että voittavan joukkueen kokoaminen vaatii ajoitusta ja onnea. Pari ratkaisevaa palasta puuttui. Olisivatko he olleet Tuomo Ruutu ja

Sami Vatanen? Hyviä arvauksia, mutta eivät tyhjentäviä vastauksia. (Uutinen 21.5.2012)

Turnauksen viesti Suomi-kiekon kehittäjille on selkeä. Maalinteko treenilistan kärkeen ja puolustajien kokonaisvaltainen pelaaminen arvoon. (Kolumni 21.5.2012)

Uusi haaste on [päätyneen turnauksen tuotoilla] kouluttaa ja palkata 20 ex-pelaajaa ohjaamaan pikkujunnujen valtakunnallista harjoittelua. Tämä on Jääkiekkosäätiön vastaus päävalmentaja Jukka Jalosen hätähuutoon maalintekijöiden puutteesta maajoukkueessa. (Uutinen 22.5.2012)

5.2.3 Leijonien tärkeimpien otteluiden painottaminen

MM-turnauksen julkisuudessa kolmantena olennaisena elementtinä erottui Suomen joukkueen merkittävimpien otteluiden korostaminen. Arvoturnausten alkusarjojen peleissä vastustajiksi asettuu usein kohtalaisen pieniä kiekkomaita, joita vastaan pelatessa Suomen joukkueen panokset ovat usein niin ikään pienet. Leijonien ensimmäisistä alkusarjan peleistä ja vastustajista kirjoitettiin jopa vähättelevään sävyyn ja mielenkiintoisten otteluiden todettiin olevan vasta edessä.

Peli ei vakuuttanut, muttei saanut hälytyskelloja soimaan. Turnausten ensimmäiset ottelut vain tuppaaavat olemaan tällaisia. Hienoudet, komeat hyökkäyskuviot, parhaat taklaukset ja oivallukset tulevat, kunhan turnaus etenee ja päiviä vierii. (Kolumni 5.5.2012)

Kaksi ottelua toi kaksi osumaa, ja kolmannessa Sveitsi osoittautui Leijonille suupalaksi viiden maalin illassa. [...] Leijonat lähtee alkusarjan loppusuoralle kohtaamalla Ranskan. Se on suupala ja varma kolmen pisteen kaappaus. Kiekkokuume nousee Hartwall-areenassa ensimmäisen kerran punaisen puolelle, kun peräkkäin tulevat Kanada perjantaina ja USA äitienpäivänä. (Kolumni 9.5.2012)

Viikonlopun herkkupaloissa on sellainen henki, että Jukka Jalosen Suomi vastaan NHL. Hallitseva maailmanmestari vastaan oikeat kiekkomaat. [...] Näissä ottelupareissa punnitaan ensimmäisen kerran Leijonien pelin toimivuus

tai toimimattomuus. Kaikki siihen mennessä tapahtunut voidaan laskea harjoitteluksi. (Kolumni 9.5.2012)

Suomen alkusarjan viides peli Kanadaa vastaan oli ensimmäinen peli jääkiekon suurmaata vastaan, mikä sai etukäteen huomattavan paljon palstatilaa urheilusivuilla. Kanada on yksi jääkiekon ehdottomista suurmaista, ja lehden peliennakoissa Suomi asetettiin peliin lähdetessä selkeäksi altavastaajaksi. Ennakkoasetelmia otteluun haettiin myös aiemmista Suomen ja Kanadan välisistä arvokisakohtaamisista.

Kanada on takapihan suurin ja ilkein jätkä, jota kukaan ei halua suututtaa. Se ei piittaa mistään eikä kenestäkään. ... Miten kiusaajia vastaan pelataan? Joukkueena. (Uutinen 11.5.2012)

Kanada on edelleen monella mittarilla ylivoimainen Suomeen verrattuna. Kova vastus helpottaa peliin valmistautumista. David vastaan Goljat -asetelma on Leijonille otollinen. Rohkea ei muserru suuren ja mahtavan edessä, vaan pienemmän kiukulla ja sitkeydellä kellistää jätin häpeämään. (Kolumni 11.5.2012)

Suomella on Kanadasta karmeita kokemuksia. Lillehammerin olympialaisten välierätappio 1994. Milanon finaalitappio samana keväänä. Wienin puolivälierä 1996. Prahan puolivälierä 2004. World Cupin finaalitappio 2004. Moskovan finaali-tappio 2007. (Uutinen 11.5.2012)

Ennen peliä aloitettu tunnelman luominen jatkui seuraavana päivänä ottelun tuloksen ja siihen johtaneiden tapahtumien yksityiskohtaisena analysointina. Suomen joukkue hävisi Kanada-pelin maalein 3-5, ja peliä seuraavan päivän lehti uutisoi tappion näyttävästi etusivullaan. Urheilusivulla hävittyä ottelua analysoitiin syvemmin sekä kuvailtiin kielikuvien avulla.

Kanada jyräsi Leijonien ohi ja hiljensi Areenan (Etusivu 12.5.2012)

Kanada käänsi turboruuvia juuri silloin, kun piti. Alussa silmille hyppineet Leijonat kesyyntyivät ottelun jälkipuoliskolla liian kehrääviksi kissoiksi. (Kolumni 12.5.2012)

Suomi-USA-puolivälieräpelä 17. toukokuuta oli Suomen joukkueelle ensimmäinen peli, jossa oli kyse turnauksen jatkumisesta tai katkeamisesta. Kyseiseen kamppailuun lähdettiin vaisusti altavastajan asemasta, sillä Suomi oli hävinnyt Yhdysvalloille jo kertaalleen alkusarjan ottelussa selvin numeroin 0-5. Ennakoasetelmissa huokui lähes pessimistinen suhtautuminen Suomen mahdollisuuksiin.

Leijonat aloitti turnauksen hyvin, mutta on ihan eri asia pelata näyttävää kiekkoa kakkosluokan lätkämaita vastaan kuin hakea voittoa huippuryhmistä. (Kolumni 14.5.2012)

Nyt kysytään, voiko Leijonat hävitä Yhdysvalloille kaksi kertaa peräkkäin, ensin alkusarjassa ja sitten puolivälierissä. Vastaus kuuluu, että kyllä voi. (Utinen 17.5.2012)

Rakennettu ennakoasetelma otteluun ei kuitenkaan toteutunut, ja Suomen voitto USA:sta maalein 2-3 oli etusivun pääuutinen ottelun jälkeisenä päivänä. Ottelua kuvattiin dramaattiseksi ja toimittajat joutuivat perumaan aiempia sanomisiaan. Suomen joukkueen sankariksi nousi kaksi maalia ottelussa tehnyt laitahyökkääjä Jesse Joensuu, jonka mediajulkisuutta arvioidaan lähemmin kappaleessa 5.3.3.

Jesse Joensuu räjäytti Areenan riemuun (Etusivu 18.5.2012)

Tuntuu aika hyvältä olla väärässä. Analysoin Leijonien pelin ennen ottelua Yhdysvaltoja vastaan sellaiseksi, ettei sillä mennä välieriin. Vaan menttiin sillä, vaikka vähän rimaa hipoen. (Kolumni 18.5.2012)

Neljännän ketjun laitahyökkääjä Jesse Joensuu villisti Areenan yleisön huutoon ja riemuun vain yhdeksän sekuntia ennen USA-ottelun loppua. Joensuu survoi kiekon maaliin Jimmy Howardin silmien alta. Petri Kontiola syötti, Joensuu teki ja yleisö alkoi hyppiä ja pomppia. (Utinen 18.5.2012)

Voitetun USA-ottelun jälkeen vuorossa oli välieräpelä Venäjää vastaan, jossa panoksena oli pääsy turnauksen mitaliotteluihin. Välieräkamppailun lopputuloksen spekulointia pyrittiin välttelemään yllätyksellisen USA-ottelun

voiton jälkeen. Pelistä ennakoitiin tulevan tasainen ja kyseessä todettiin olevan Suomen joukkueena pelaaminen vastaan Venäjän huipputaitavat yksilöt.

Historia kertoo, että Leijonat menee tästä parista finaaliin. Järki sanoo muuta, mutta mitä kertoo tulostaulu ottelun jälkeen? [...] HS-arvio: Voittaja menee loppuotteluun. (Utinen 19.5.2012)

Yksilövertailussa pesee Leijonat mennen tullen. Suomi on viime vuosina vienyt peliä kypärän alla. Venäjän karhu on kerta toisensa jälkeen turhautunut sinivalkoisten virheettömyyteen. Punakone on taas saatava sahaamaan omaa oksaansa. (Kolumni 19.5.2012)

Ottelussa Venäjä voitti Leijonat suurinumeroisesti 6-2, ja ottelun tulos nousi etusivun pääuutiseksi. Kolme maalia tehnyt Venäjän tähtihyökkääjä Jevgeni Malkin nousi ottelun ratkaisijaksi, ja ottelun todettiin olleen yhden pelaajan taidonnäytös. Suomen joukkueen pelistä ei löydetty juuri valopilkkuja.

Tähtihyökkääjä Jevgeni Malkin lamaanutti Kiekkoleijonat hattutempullaan, kun Venäjä voitti Suomen 6-2 jääkiekon maailmanmestaruuskisojen välierässä. Suomi kohtaa pronssiottelussa Tšekin tänään iltapäivällä. (Etusivu 20.5.2012)

Laskutoimitus Jevgeni Malkin kertaa kolme on yhtä kuin jääkiekon MM-turnauksen loppuottelupaikka. Venäjä pelaa kullasta ja pronssia olisi tarjolla Leijonille, jos mitali sytyttää rökäletappion jälkeen. (Kolumni 20.5.2012)

Laiha lohtu on käytännössä tätä: Mikael Granlund teki pitkästä aikaa maalin. "En muista, koska tein edellisen kerran maalin, mutta eipä sillä ole tällaisen pelin jälkeen merkitystä." (Utinen 20.5.2012)

Pronssiottelu pelattiin seuraavana päivänä sanomalehden vielä uutisoidessa edellisen illan hävittyä Venäjä-ottelua. Näin ollen pronssiottelun pelipäivänä teksteissä oli pääosassa vielä otteluun valmistautuminen. Koska sanomalehti ei mediana ole reaaliaikainen painoaikataulujensa takia, lehdessä oli mahdollista vain spekuloida tätä ottelua. Pronssiottelusta odotettiin Leijonilta selkeää tason nostoa ja sitä kautta kuvaannollista kasvojen pesemistä.

Tänään Leijonilla on mahdollisuus panna paremmaksi voittamalla pronssiottelu. "Onhan tässä olo, että into on vähän piukassa, mutta on kotikisat, eikä kenelläkään ole liikaa mitaleita. Eiköhän me se hoideta jo yleisönkin takia." (Uutinen 20.5.2012)

Pronssipeli on aina sytyttänyt Suomen. Viime vuosien menestys on saattanut muuttaa tilannetta. Erityisesti viime vuoden maailmanmestareilla saattaa olla vaikeuksia kiihottua kolmospallista. Kausi päättyy joka tapauksessa saunanlauteille, ja on huomattavasti mukavampi löylytellä, kun kaulassa riippuu mitali. (Kolumni 20.5.2012)

Suomen joukkue hävisi kuitenkin pronssipelin Tšekkiä vastaan. Ottelua käsiteltiin pelin jälkeisenä päivänä kohtalaisen lyhyesti, sillä molemmat mitalipelit pelattiin samana päivänä ja maailmanmestaruuden ratkaisseesta kultaottelusta uutisointi vei luonnollisesti osan palstatilasta. Uutisanalyysi ja kolumni käsittelivät Leijonien turnausta kokonaisuutena, yksi uutinen oli kirjoitettu Suomen joukkueen kapteeni Mikko Koivun näkökulmasta ja toiseen oli haastateltu myös muita leijonapelaajia sekä päävalmentaja Jukka Jalosta.

Leijonat haki kotiturnauksessaan kultaa, pelasi täydet kymmenen ottelua, mutta jäi ilman mitalia. Isoja voitojakaan ei tullut kuin vaivaiset kaksi. (Uutisanalyysi 21.5.2012)

"Liian aikaista summata, tunteet liian pinnassa. Liian aikaista tässä tunnetilassa. Nukutaan pari yötä niin ajatus on kirkkaampi", sanaili Leijonien kapteeni Mikko Koivu. (Uutinen 21.5.2012)

"Jos neljän joukkoon pääsee, se on ihan ok, mutta neljäs sija ei tyydytä", Jalonen sanoi. (Uutinen 21.5.2012)

5.2.4 Kritiikki pääsylippuhinnoittelua kohtaan

Suoraan jääkiekkoilijoihin ja otteluihin liittymätön aihepiiri, jonka kautta Helsingin MM-kisat saivat huomattavan paljon palstatilaa, oli kisojen pääsylippujen hinnoittelu. Lippujen hinnoittelusta kirjoitettiin suorasti ja

epäsuorasti huomattavan paljon ja hintoja kritisoitiin kalliiksi tutkimusjakson alusta asti.

Toukokuussa pelattavan jääkiekon MM-turnauksen ottelukohtaiset liput tulevat myyntiin tammikuun lopussa. Suomen peliin haluava joutuu kaivamaan kuvettaan, sillä tiketin hinta on 155–195 euroa. (Utinen 18.1.2012)

Jääkiekon MM-turnauksen yksittäiset liput alkoivat käydä vilkkaasti kaupaksi, kun myynti käynnistyi maanantaina. Suomen otteluiden hinnat ovat herättäneet paljon närää hallien käytävillä, mutta vilkas irtolippumyynti kertoo turnauksella olevan kiinnostavuutta. (Utinen 31.1.2012)

Ensi kevään MM-kotikisojen kiekkoliput käyvät kovista hinnoista huolimatta hyvin kaupaksi. (Utinen 4.2.2012)

Suomi ja Ruotsi järjestävät jääkiekon MM-kisat yhdessä vuosina 2012 ja 2013. Ensimmäisenä vuonna päävastuun järjestelyistä kantaa Suomi, jälkimmäisenä Ruotsi. Pääsylippujen hintoja kritisoitaessa Helsingin kiekkolippujen hintatasoa verrattiin Tukholman lohkon MM-otteluiden hintoihin sekä myös muiden urheilutapahtumien lippujen hintoihin.

Halvimmillaan nelihenkinen perhe näkee Tre Kronorin ottelun 1600 kruunulla eli noin 180 eurolla. Ero Suomen hintoihin on melkoinen. Halvimmat yksittäiset liput Leijonien peleihin maksavat 156 euroa henkilöltä, eli nelihenkinen perhe joutuu pulittamaan 600 euroa nähdäkseen Leijonien ottelun. (Utinen 27.2.2012)

Toukokuussa Münchenissä pelattavaan [eurooppalaisen jalkapallon Mestarien liigan] finaaliin pääsee halvimmillaan 70 eurolla. Lisäksi on alennuksia. Aikuinen ja lapsi voivat katsoa ottelun stadionin toiseksi parhailta paikoilta 140 euron yhteishintaan. Suomi-Kazakstan-otteluun vastaava paketti maksaa 300–400 euroa. (Kolumni 6.3.2012)

Pääsylippujen hinnoittelun kovin kritisointi laantui hetkeksi lähellä turnauksen alkamista. Lippumyynnin etenemistä seurattiin kuitenkin lehden urheilusivuilla kisojen alkamiseen saakka.

Kahden viikon päästä alkavien MM-kisojen Helsingin-peleihin on jäljellä vielä runsaasti vapaita paikkoja. Kisojen pääsihteerin Mika Sulinin mukaan 70

prosenttia lipuista on myyty eli lähes kolmannes paikoista on yhä myymättä. (Utinen 19.4.2012)

Torstaina puolen päivän aikoihin Helsingissä pelattavista otteluista oli loppuunmyyty vain alkusarjan Suomi-Kanada ja finaali. Esimerkiksi illalla pelattavaan Leijonien avausotteluun Valko-Venäjää vastaan oli lippuja saatavissa kaikissa hintaryhmissä. (Utinen 4.5.2012)

Kisojen alkamisen jälkeen lippujen hintojen todettiin vaikuttaneen jääkiekkohallien tunnelmaan. Varsinkin alkusarjan otteluissa vähäisiksi jääneet katsojaluvut ja vaisu tunnelma katsomossa noteerattiin lehdessä painokkaasti ja lippujen korkeilla hinnoilla arveltiin olevan vaikutusta otteluiden yleisömääriin. Lippujen hinnoittelun ja otteluiden vähäisten katsojalukujen kirjoitettiin olevan lähes skandaalimaista.

Hartwall-areena ei ollut [Suomen avausottelussa] täynnä. Kansa äänesti jaloillaan pääsylippujen hinnoittelua vastaan. (Utinen 5.5.2012)

Hockey Bird -maskotti paukuttaa käsiään, ja Rednexin ysärihitti Cotton Eye Joe pauhaa kaiuttimissa, mutta ketään ei kiinnosta. Hartwall-areenan hallitseva väri on tyhjä sininen penkki. (Utinen 9.5.2012)

Jääkiekon MM-kisojen järjestäjät ovat saaneet viime viikkoina sankokaupalla kuraa niskaansa ja aiheesta. Tyhjät katsomot ja törkyhintaisten lippujen dumppaaminen on ollut suurin kisaskandaali vuosikausiin. (Kolumni 15.5.2012)

Lippujen hinnoittelun kovin kritiikki kohdistui kisat järjestävään Suomen Jääkiekkoliittoon. Erityisesti liiton pitkäaikaista puheenjohtajaa Kalervo Kummolaa syytettiin ahneudesta ja suoranaisestä rahastuksesta.

Jääkiekkoliitto on kuitenkin pahasti hakoteillä, jos se perustelee lippujen kalleutta niiden kovalla menekillä. Kysehän on fanien laskelmoidusta rahastuksesta. (Kolumni 6.3.2012)

Onko herra Kummolalle tullut pilkkuvirhe? Hänkö määrää kuinka paljon ihmisen pitää köyhtyä? Luuleeko, että kaikilla on varaa sisävileeseen, kermakastikkeeseen ja turhuuteen, koska itsellään on? (Kolumni 5.5.2012)

Aika moni jääkiekkofani on erittäin tuhtunut Jääkiekkoliiton puheenjohtaja Kalervo Kummolaan. [...] Kummolaa kirotaan internetissä, vapaa-ajalla ja työpaikoilla. (Kolumni 7.5.2012)

Kummolan yhteydessä esille nousivat myös hänen persoonansa ja suhtautumisensa saamaansa kritiikkiin. Lisäksi urheiluministeri Paavo Arhinmäki otti kantaa lippujen hintoihin ja kritisoi niiden hinnoittelua poliittisen asemansa kautta.

Jääkiekkoliiton puheenjohtajaa, murisevaa mogulia Kalervo Kummolaa ei ole juuri kiinnostanut se, että jääkiekon MM-kisojen pääsylippuja on arvosteltu liian kalliiksi. Erityisen ankaraa kritiikki on ollut sosiaalisessa mediassa. Siitä Kummola ei ole välittänyt lainkaan. "Ei ole mitään kommentoitavaa, koska en seurustele sosiaalisessa mediassa", hän murjaisi STT:lle. (Pakina 12.5.2012)

Urheiluministeri [Paavo Arhinmäki] pani Jääkiekkoliiton puheenjohtajan Kalervo Kummolan aikamoiseen mankeliin kevään kotikisojen aikana. Arhinmäki moitti ankarasti MM-lippujen hinnoittelua. (Kolumni 9.6.2012)

5.2.5 Käytännön kisajärjestelyt katsojille

Viidentenä kokonaisuutena aineistosta nousivat kirjoitukset kisojen käytännön järjestelyistä ja vinkeistä kisojen seuraamiseen. Helsingin Sanomien lähtökohtainen oletus vaikutti olevan, että lukijat seuraavat turnauksen pelejä ja tapahtumia myös muiden medioiden, esimerkiksi television kautta, tai menemällä paikan päälle jäähallille. Jutuissa tiedotettiin muun muassa Hartwall-areenan edustalle rakennetusta fanialueesta sekä poikkeuksellisista liikennejärjestelyistä turnauksen aikana.

Hartwall Areenan kupeessa Hockey Gardenissa voi katsoa ilmaiseksi kaikki pelit Helsingistä ja Tukholmasta. "Sinne tulee useita kymmeniä isoja teräväpiirtotelevisioita ja pari isoa laajakangasta", tuottaja Ossi Luoto kertoo. (Uutinen 21.4.2012)

Pasilan aseman ja Hartwall-areenan välisen kevyen liikenteen reitin rakennustyöt ovat yhä kesken, joten ensi viikolla alkavissa jääkiekon MM-kisoissa areenalle kuljetaan väliaikaisia reittejä pitkin. (Utinen 27.4.2012)

MM-kisojen päähallille Hartwall-areenalle on helpointa mennä julkisilla kulkuvälineillä. Juna on varmasti kätevin. (Utinen 4.5.2012)

Myös kisojen seuraamisesta television kautta kirjoitettiin ennen turnauksen alkamista sekä turnauksen aikana. Lukijoita ohjeistettiin MM-kiekon muuttuneista televisiointioikeuksista ja neuvottiin, miten jääkiekkopelejä voi seurata televisiosta tai ulkomailla videopalvelu YouTubesta.

Keväisten MM-kotikisojen ottelutarjonnasta vajaa viidennes televisioidaan vapaasti näkyvillä kanavilla. Jääkiekon MM-kisojen oikeuksia hallitseva MTV Media tiedotti keskiviikkona, että kisojen 64 ottelusta 12 näkyy vapaasti katsottavissa olevilla kanavilla. (Utinen 9.2.2012)

MM-kisat näkyvät joissakin maissa myös ilmaiseksi internetissä. Kansainvälinen jääkiekkoliitto IIHF tiedotti torstaina näyttävänsä suorana kaikki 64 ottelua YouTuben lätkäkanavan välityksellä. (Utinen 4.5.2012)

Jos AVA ei televisiossasi näy, alkuun kannattaa päivittää kanavalista uudelleen. Kanavalistan päivityksen jälkeen AVA:n pitäisi näkyä normaalisti. Mikäli näin ei kuitenkaan ole, seuraavaksi paras vaihtoehto on palauttaa tehdasasetukset. (Utinen 5.5.2012)

Televisioinnin yhteydessä puitiin MM-jääkiekkoa perinteisesti selostaneen Antero Mertarannan roolia kevään 2012 kisoissa. Mertaranta ei kisoissa selostanut kaikkia Suomen joukkueen pelejä maksuttomilla kanavilla televisiointioikeuksien muuttumisen myötä, ja uuden selostajan taitojen ei todettu nousevan Mertarannan aiemmin asettamalle tasolle.

Mertarannan kielikylypyä on tarjolla AVA-kanavalla Suomen avausottelussa Valko-Venäjää vastaan 4. toukokuuta. Yhdeksän päivää myöhemmin Mertaranta selostaa MTV3:lla Leijonien ottelun USA:ta vastaan. (Utinen 22.3.2012)

MTV Median ansaintalogiikan mukaan konsernin kassaan virtaa sitä vuolaammin rahaa, mitä enemmän [selostaja Mika] Saukkosen selostukset

saavat kansan kaipaamaan Antero Mertarantaa, joka selostaa samaa ottelua samaan aikaan maksukanavalla. (Kolumni 8.5.2012)

Lisäksi turnauksen etenemisen seuraamista oli helpotettu erilaisten otteluohjelmien ja -kaavioiden julkaisemisella. Myös Suomen joukkue esiteltiin kisojen avauspäivänä sekä listattiin muiden joukkueiden nimekkäimmät pelaajat. Näin myös jääkiekon seuraamiseen tottumattomiakin lukijoita kannustettiin seuraamaan kisoja.

Jääkiekon MM-kisojen otteluohjelma 4.-20.5. (Utinen 3.5.2012)

Näillä Leijonat aloittaa (Utinen 4.5.2012)

MM-jäällä monta supertähteä (Utinen 4.5.2012)

Näin MM-turnaus jatkuu torstaina (Utinen 16.5.2012)

5.2.6 Kisatunnelmaa kuvaavat lehtijutut

Yhtenä kiinnostavana elementtinä MM-kisojen saamassa julkisuudessa esille nousivat lehtijutut, joissa kisahuumaa pyrittiin välittämään lukijoille. Lehden Tulevat kisat mainittiin muun muassa yleisöluistelutapahtuman yhteydessä. Lisäksi lukijoita kehoitettiin kertomaan omista kiekkokokemuksistaan ja julkaistiin kisakolumni varsin innokkaaseen sävyyn.

Rautatientorin Jääpuisto virittäytyy lätkähuumaan tulevien MM-kotikisojen kunniaksi. (Utinen 2.1.2012)

Missä on sinun kisakatsomosi? Millä porukalla matsit katsotaan ja mitä ruudun ääressä nautitaan? Missä on tekeillä kisojen komein fianasu, kasvomaalaus tai kisakampaus? (Kysely lukijoille 18.4.2012)

Hiljaisen kansan juroimmat jässikät maalaavat naamansa, pukeutuvat omituisesti, halaavat toisiaan ja heiluttavat loppuja pikkupoikien innolla, kurkku suorana karjuen. [...] Karnevaali päättyy voitonjuhliin torille, jos ei sitten tappioon, kypärä kallellaan, itkuisena mailan tupen puremiseen. Joka tapauksessa lopuksi saunotaan. (Kolumni 30.4.2012)

Lisäksi turnauksen ensimmäisenä päivänä 4. toukokuuta koko lehden etusivun pääuutinen oli kisojen alkaminen. Pelaajalta, selostajalta ja jääkiekkofanilta pyydyt kommentit kuvien kera välittivät omalta osaltaan innostusta tapahtumaa kohtaan.

"Fiilis on loistava!"

"Pöytä on nyt katettu. Tunnelma on hyvä, samoin joukkue."

"Kaksi viikkoa on jo odoteltu aivan tulesa. Nyt ne alkaa."

(Etusivun pääuutinen 4.5.2012)

Teksteissä tuli esille myös kotikisojen poikkeuksellisuus ja se, että turnaus vaikuttaa suomalaisten arkeen ja aikatauluihin. Innokkaimmat kommentit vallitsevasta kisahuumasta saatiin turnauksen aikana kuitenkin erilaisilla gallupeilla, joissa kysyttiin kisapaikalla olevilta faneilta tunnelmia otteluiden alla.

"En seuraa mitään muuta urheilua, mutta lätkän MM-kisojen Suomen pelit katson aina." (Uutinen 4.5.2012)

"Alushousuista lähtien Suomi-teema. Eri versioita löytyy, nyt on tämä."

"Olen fanaattinen jääkiekon ja Suomen kannattaja, siitä pitää ottaa kaikki irti."

(Uutinen 12.5.2012)

Liput olivat kalliit, mutta kyllähän rahaa menee kaikkeen muuhunkin. [...] Nämä ovat kuitenkin speaktaakkeli, jollaisia harvoin saadaan. (Uutinen 22.5.2012)

5.2.7 Viihteellisen sisällön jutut

Suoraan jääkiekkoon liittymättömiä aiheita nousi myös esiin aineiston tarkastelussa. Pelaajien yksityiselämään ja persoonaan liittyvää uutisointia oli aineistosta löydettävissä jonkin verran. Esimerkiksi leijonapuolustaja Anssi Salmelan värikkäästä urasta ja hänen käytöksestään edelliskevään kultajuhlissa aiheutunutta kohua käsiteltiin uutisartikkelissa turnauksen ensimmäisenä

välipäivänä, jolloin ei pelattu lainkaan otteluita. Välipäivän jälkeisenä päivänä nuoren hyökkääjän Mikael Granlundin huhuttu rakkaussuhde suomalaiseseen missiin nousi myös lehden sivuille kolumnin muodossa. Tällaiset tekstit luokiteltiin viihteellisiksi sisällöiksi.

Valtakunnanjulkkis Salmelasta tuli viime keväänä, kun hän antoi MM-kultajuhlissa osan lennokkaimmista ja sekavimmista lausunnoista. Hän pyöri nuuska huulella ja kaappasi Kauppatorin lavalla tasavallan presidentin Tarja Halosen tymäkkään halaukseen. Itsenäisyyspäivänä Linnan juhlissa unohtui kätellä presidentin puolisoa Pentti Arajärveä, ja taas oli otsikko valmis. (Utinen 15.5.2012)

Kanadalaiset löivät ensin Suomen kaukalossa ja pitivät sen jälkeen yöelämässä seuraa entiselle Miss Suomelle Sara Siepille, joka on muuten vetänyt erinomaisesti Viidakon tähtöset -ohjelman kilpailuissa. Vielä viime keväänä Sara Sieppi yhdistettiin romanttisesti Mikael Granlundin, joka oli maailmanmestarijoukkueen juhlituin sankari. (Kolumni 16.5.2012)

Myös Helsingin Sanomissa uutisoitiin Kanadan joukkueen tähtipelaajien railakas illanvietto helsinkiläisessä ravintolassa. Uutisen yhteydessä kerrottiin yleisesti Suomen joukkueen vapaa-ajasta MM-otteluiden ulkopuolella ja kysyttiin päävalmentaja Jukka Jaloselta mielipidettä pelaajien alkoholinkäytöstä. Kanadalaisten ravintolaillasta seuranneen kohun todettiin olleen myös yksi turnauksen puheenaiheista turnauksen päättymisen jälkeen.

Kanadalaiset kiekkomiljonäärit Ryan Getzlaf ja Corey Perry saivat räihin aikaan yökerhon edustalla pikkutunneilla. [...] Millä mielellä olisit, jos yökerhon edessä olisivat hilluneet Mikko Koivu ja Valtteri Filppula? "Olisin ollut aika pettynyt, jos Suomi-poika olisi siellä ollut", Jalonen sanoi. (Utinen 8.5.2012)

Hyökkääjä [Kanadan Ryan Getzlaf] pääsi otsikoihin viettämällä aikaansa yökerhoissa, juhlimalla pikkutunneilla 27-vuotissyntymäpäiväänsä ja jouduttuaan törkeästä keskialueen polvitaklauksesta suihkuun puolivälierässä Slovakiaa vastaan. (Utinen 21.5.2012)

Turnauksen ensimmäinen välipäivä ja joukkueitten pelaamattomuus kyseisenä päivänä oli otettu huomioon toimituksessa. Turnauksen välipäivän jälkeen

julkaistiin artikkeleita, joissa lukijoille avattiin urheilutapahtumien maskottien työtä ja tutustuttiin MM-turnauksen Hockey Bird -maskotista vastanneeseen yritykseen. Lisäksi esikoululaisten retkestä Hartwall-areenalle Kanadan ja Valko-Venäjän väliseen otteluun oli kirjoitettu suhteellisen laajasti.

Kun MM-kisojen Hockey Bird pomppii ympäri Hartwall-areenaa, se tietää tarkasti, mitä tekee. Se on sen työ. Siihen se on huolellisesti koulutettu. (Utinen 16.5.2012)

Hartwall-areenan katsomon piippuhyllyllä käy kova kuhina, sillä Ruoholahden lastentalon esikouluryhmä on saapunut katsomaan Kanada-Valko-Venäjä-ottelua. Kanada on lasten ennakkosuosikki, ja itse piirretyt vaahteraliput viuhkuvat ilmaa. (Utinen 16.5.2012)

5.3 Julkisuudessa esiin nousseet Suomen pelaajat

MM-turnauksen pelaajista eniten esille nousivat luonnollisesti Suomen joukkueen pelaajat. Seuraavassa kuviossa esitetään 15 aineistossa eniten mainintoja saanutta Suomen pelaajaa. Mitä suuremmalla pelaajan nimi näyttäytyy sanapilvessä, sitä useammin hänen nimensä toistui tarkastelluissa mediateksteissä.



KUVIO 4. Viisitoista aineistossa eniten mainintoja saanutta Suomen joukkueen pelaajaa.

Kuviosta käy ilmi, että eniten tutkimusjakson aikana kirjoitettiin nuoresta kakkoskentän laitahyökkääjästä Mikael Granlundista (148 osumaa) ja Suomen joukkueen kapteenista ja ykköskentän keskushyökkääjästä Mikko Koivusta (124 osumaa). Seuraavaksi useimmin mainittiin Valtteri Filppula (79), Jesse Joensuu (59), Jarkko Immonen (57), Jussi Jokinen (53), Anssi Salmela (41), Tuomas Kiiskinen (39), Leo Komarov (42) ja Janne Pesonen (34).

Käytännössä nämä edellä mainitut pelaajat muodostivat Suomen ykkös- ja kakkoskentän hyökkäysketjut. Ainoastaan kolme pelaajaa (kolmoskentän laitahyökkääjät Leo Komarov ja Tuomas Kiiskinen sekä neloskentän laitahyökkääjä Jesse Joensuu) nousi ykkös- ja kakkoskenttien ulkopuolelta viidentoista eniten mainintoja saaneen pelaajan joukkoon. Suomen joukkueen maalivahdeista Petri Vehanen (36) ja Kari Lehtonen (35) puolestaan saivat lähes yhtä paljon mainintoja.

Huomionarvoista on, että kakkoskentän puolustaja Anssi Salmela oli ainoa puolustaja, jonka nimi sai huomattavan paljon mainintoja osakseen. Kuviosta käy ilmi myös, että kisojen ulkopuolelle jääneistä pelaajista Teemu Selänne (47), Lennart Petrell (44) sekä Ville Peltonen (39) mainittiin aineistossa ennen turnauksen alkua niin useasti, että he nousivat myös eniten mainintoja saaneiden pelaajien listalle, vaikka eivät kevään 2012 kisoissa pelanneet ainuttakaan peliä MM-jäällä.

Seuraavissa kappaleissa tarkastellaan lähemmin neljän eniten mainintoja saaneen pelaajan saaman julkisuuden piirteitä.

5.3.1 Mikael Granlund

Leijonien nuori laitahyökkääjä Mikael Granlund sai Suomen joukkueesta osakseen huomattavasti eniten julkisuutta, yhteensä 148 mainintaa. Granlund nousi koko kansan tietoisuuteen viimeistään edellisissä vuoden 2011 Suomen maailmanmestaruuteen päättyneissä MM-kisoissa. Teksteissä viitattiin hänen rooliinsa edelliskevään kisoissa Tšekin Bratislavassa, hänen tekemäänsä poikkeukselliseen *ilmaveivimaaliin* sekä menestystä seuranneeseen mediamylllytykseen.

Ilmaveivin aateloimalta Mikael Granlundilta odotetaan kotikisoissa paljon. [...] Keväällä 2011 hän juhli ensin liigamestaruutta ja sitten MM-kultaa. Venäjää vastaan tekemällään maalilla Granlund ilmaveivasi itsensä kansakunnan kaapin päälle. (Uutinen 29.4.2012)

Kultaturnauksen jälkeen kaikki puhuivat Mikael Granlundista, ilmaveivistä ja nuorukaisen läpimurrosta. (Uutinen 3.5.2012)

Granlund joutui maksamaan kenties kovimman hinnan viime kevään maailmanmestaruudesta. Häntä riepoteltiin kultajuhlusta toiseen. (Uutinen 21.5.2010)

Ennen kisojen alkamista Granlundin fyysistä kuntoa seurattiin huolellisesti. Hän oli sairastellut aiemmin keväällä, ja hänen kuntoutumistaan pitkittyneestä flunssasta seurattiin. Jos Granlund oli jäällä Leijonien harjoituspeleissä, siitä kirjoitettiin. Jos hän ei jostain syystä ollut mukana Leijonien harjoituskokoonpanossa, sekin nostettiin uutiseksi.

Mikael Granlund ei matkusta Leijonien ensimmäiselle leiriviikolle Sveitsiin. Granlund sairasti runkosarjan loppuvaiheilla pitkän flunssan, eikä ehtinyt levätä ja harjoitella kunnolla ennen pudotuspelejä. (Uutinen 2.4.2012)

SM-liigan lopulla useamman viikon ajan sitkeästä flunssasta kärsinyt Granlund on taas iskussa. Miehen itsensä mukaan huippukunto on kuitenkin vielä edessäpäin. "Niin kunnossa kuin liikkeessäkin on vielä reilusti varaa parantaa, mutta oikeassa suunnassa ollaan", kaksi syöttöpistettä ottelussa saalistanut ja pirteästi pelannut Granlund vähätteli. (Uutinen 21.4.2012)

Granlundin pelikunnan spekulointi jatkui vielä maajoukkueen nimeämiseen saakka. Teksteissä nousi esille huoli nuoren maajoukkuepelaajien fyysisestä jaksamisesta jäällä sekä henkisestä jaksamisesta jään ulkopuolella. Sunnuntailiitteen analyysissä penättiin myös Jääkiekkoliiton vastuuta etenkin nuorten pelaajien liiallisessa peluuttamisessa. Granlund kuitenkin itse kielsi lujasti epäilyt keskenkuntoisuudestaan.

Keskenkuntoisuudesta huolimatta Granlund patistettiin heti SM-liigakauden jälkeen MM-kotikisoihin valmistautuvan joukkueen leirille. MM-kisoista suurta tiliä tavoitteleva Suomen Jääkiekkoliitto ei malta lepuuttaa sankaria. (Uutinen 29.4.2012)

Granlund alkaa olla silmin nähden kyllästynyt kirjoituksiin loppuun palamisesta tai ylipeluutuksesta. "Ei voi vähempää kiinnostaa. Kaikki saavat puhua, mitä haluavat", Granlund sanoi. "Kaikki luulevat tietävän kaiken, eikä näissä ole tosiaan mitään perää. Hyvässä kunnossa olen", Granlund sanoi. (Uutinen 30.4.2012)

Kisojen alettua Granlundin kohdistuvat odotukset realisoituivat lehtiteksteissä. Häneltä odotettiin kisoissa samanlaista suoritusta kuin edellisvuoden kultaturnauksessa ja hänen todettiin olevan leijonajoukkueen *taitavin pelaaja*. Granlundista käytettiin nimitystä *kultapoju* ja muita turnauksessa pelaavia *nuorisotähtiä* verrattiin häneen.

[Granlund on] Hakenut kuntoaan koko kevään ja alkaa lähestyä viime kauden virettään. Iso kysymys kuuluu, pystyykö nostamaan tasonsa vuoden takaiseen. Joukkueen taitavin pelaaja. (Uutinen 4.5.2012)

SM-liigan lopussa oli vaikeaa, ja Suomi huolestui. Kultapoju on taas vireessä. [...] Luistin liikkuu, ja Granlundin halu saada kiekko näkyi kaikessa. Kuntokäyrä sojottaa ylöspäin, ja sopii odottaa, ettei kurssi kisojen edetessä muutu. (Kolumni 7.5.2012)

Nino Niederreiter on Sveitsin vastine Leijonien Mikael Granlundille. Alppimaan nuorisotähti pelasi jo 2010 ensimmäisen MM-turnauksensa 17-vuotiaana Saksassa. (Uutinen 8.5.2012)

Suomen joukkueen pelit eivät kuitenkaan lähteneet kevään 2012 MM-turnauksessa kulkemaan aivan toivotulla tavalla. Yksittäisten pelaajien edesottamuksia jäällä kritisoitiin heti, jos ne eivät täyttäneet asetettuja odotuksia. Edelliskevään kisoissa loistanut kakkoskenttä ei tuottanut maaleja, ja erityisesti Granlundin suoritukset jäällä olivat toimittajien suurennuslasin alla. Jopa hänen lähes varmana pidettyä tulevaisuuttaan Pohjois-Amerikan NHL-liigassa kyseenalaistettiin.

Mikael Granlundille ottelu antoi aihetta itsetutkiskeluun. Päävalmentaja Jukka Jalonen komensi kakkosketjun laiturin toisessa erässä vilttimieheksi. (Uutinen 15.5.2012)

Granlund on Minnesota Wildin tulevaisuuden toivo, mutta ottelut Kanadaa ja Yhdysvaltoja vastaan herättivät kysymyksen: onko Granlundista sittenkään NHL-pelaajaksi? (Uutinen 16.5.2012)

Suomen joukkueen kisojen päätyttyä hävittyyn pronssiotteluun ja neljänteen sijaan Granlundin peliesityksiä turnauksessa tarkasteltiin jälleen kuluneen kevään kuormittavuuden kautta. Toisaalta hänen poikkeukselliset taitonsa tunnustettiin ja hänelle povattiin pitkää uraa Suomen maajoukkueessa.

Kiekkokansa ja lajin seuraajat odottivat Granlundilta liikaa. Pahinta oli, että hän odotti itsekin. Granlund, 20, on silti niin suuri suomalainen kiekkolahjakuus, että hänestä, Filppulasta ja Koivusta on pitkään iloa Leijonille, jos vain kaikki loksahda vähän paremmin kohdalleen kuin päättyneessä MM-tapahtumassa. (Uutisanalyysi 21.5.2012)

Pelasiko Granlund MM-kisoissa huonosti? Ei. Mutta ei hän ollut parhaimmillaankaan, ja viime vuoden jälkeen odotukset olivat järjettömät. Syöttösilmä ja peliäly ovat edelleen taianomaisia. (Uutinen 21.5.2012)

5.3.2 Mikko Koivu

Mikko Koivun nimi mainittiin aineistossa yhteensä 124 kertaa. Leijonat edellisenä keväänä maailmanmestaruuteen johdattanutta Suomen joukkueen

kapteenia Mikko Koivua pidettiin varmana MM-pelaajana jo pitkään ennen kisojen alkamista.

Tunku on ennen näkemätön, kun Pietarissa pelanneesta ryhmästä puuttuivat varmat MM-pelaajat Mikko Koivu, Valtteri Filppula, Anssi Salmela ja KHL:n mestari Leo Komarov. (Uutinen 27.4.2012)

Kapteeni Mikko Koivu tietää pelaavansa Helsingissä, niin tietää muutama muukin, vaikka heille ei sitä ole sanottu. (Uutinen 28.4.2012)

Mikko Koivun julkisuudessa korostuivat hänen roolinsa joukkueen kapteenina sekä hänen johtajuutensa jäällä. Huolimatta siitä, että Koivu toimi ensimmäistä kertaa maajoukkueen kapteenina vasta kevään 2011 kisoissa, Koivun kykyä toimia joukkueen kapteenina ei kyseenalaistettu millään tavoin. Päinvastoin hän sai teksteissä täyden tuen asemalleen Suomen joukkueen johtajana jäällä. Teksteissä ilmeni myös muiden pelaajien arvostus Koivun johtamis- ja pelitaitoja kohtaan.

Suomen jääkiekkomaajoukkueen pelillinen johtajuus on varmoissa käsissä. Kapteeni Mikko Koivu pitää siitä huolen. (Uutinen, 3.5.2012)

Mikko Koivu pystyi pelaamaan [NHL-seura Minnesota Wildissä päättyneellä kaudella] vain 55 ottelua, mutta on nyt täynnä virtaa. Joukkueen selkeä pelillinen ja muu johtaja. (Uutinen 4.5.2012)

"Minulla on paljon opittavaa Koivulta. Hän on suurenmoinen pelaaja ja johtaja", kiitteli Granlund. (Uutinen 24.5.2012)

Turnauksen päätyttyä Suomen joukkueen pistepörssin voittaneen Koivun suorituksia jäällä kuvailtiin turnauksen edetessä suorastaan ylisanoin. Teksteissä hänet saatettiin kuvata lähes ikonisena hahmona, jonka taidot jäällä ovat vertaansa vailla.

Kapteeni voittaa kaikki kaksinkampailut. Syötöt napsahtavat erehtymättömästi omille ja luistelu on herkkää. Kukaan suomalainen kiekkoilija ei ole yhtä tasaisesti pelaava kuin Koivu. Hänen kiekkovarmuutensa, syöttötaitonsa,

vastaanottonsa ja pelaamisensa kaukalon kulmissa hakevat vertaistaan. (Kolumni 10.5.2012)

Mikko Koivu kahmi aloitukset, taklasi painavasti ja ilkeästi, voitti tilanteita Suomelle ja pyöritti välillä nättiä ylivoimaa. Kapteeni ja tärkein mies. (Utinen 12.5.2012)

Leijonien kapteeni Mikko Koivu on pelannut niin hienosti MM-kisoissa, että koko jääkiekkoa seuraava Suomi katsoo häntä ylöspäin. [...] Nyt tämä menee henkilöpalvonnan puolelle, mutta se on ansaittua. (Utinen 19.5.2012)

Myös Suomen päävalmentaja Jukka Jalonen antoi poikkeuksellisen monesti tunnustusta joukkueensa kapteenille. Turnauksen loppupuolella sekä Suomen joukkueen pelien päätyttyä hävittyyn pronssimitaliotteluun päävalmentaja Jukka Jalosen luottamus ja tyytyväisyys Koivuun korostui.

Päävalmentaja Jukka Jalonen ylisti kapteeniaan. [...] "Joukkue osoitti luonnetta. Onneksi meillä on [Mikko] Koivun kenttä, joka teki ison maalin väkisin. Henkistä voimaa meiltä löytyy", Jalonen siunaili. (Utinen 18.5.2012)

Koivu sai Jaloselta kiitosta. Päävalmentajan mielestä hän oli muutakin kuin joukkueen henkinen johtaja[...] Koivu kuuluu Jalosen papereissa pelaajiin, joiden läsnä ollessa Leijonilla on aina mahdollisuus mitaliin. (Utinen 21.5.2012)

Koivua käsiteltiin aineistossa paljon yksilön tasolta, mutta myös hänen johtamansa ykköskenttä sai kokonaisuudessaan paljon huomiota. Etenkin turnauksen loppupuolella kyseisen kentän peliesitykset saivat osakseen ihailua, ja kenttää pidettiin varauksetta Suomen joukkueen parhaana.

Jesse Joensuu laukoi voittomaalin ja pelin jälkeen totuuden: "Joukkue sai voimaa Koivun ketjusta ja heidän värkkäämästä tasoitusmaalista, jonka tekijäksi meistä muista ei olisi ollut". (Kolumni 19.5.2012)

Kuinka hyvä se ykkösketju onkaan? "Jos Suomelta ottaisi ykkösketjun pois, niin olisi aika hiljaista." (Utinen 19.5.2012)

Koivu, Filppula ja Jussi Jokinen antoivat Leijonille mahdollisuuden pelata mitalista, mutta yhdellä onnistuneella ketjulla sai vain tietyn määrän tulosta

aikaan. Nyt paikkaavia ketjuja ei tullut esille, ei edes kymmenen ottelun turnauksessa. (Uutisanalyysi 21.5.2012)

5.3.3 Valtteri Filppula

Suomen pelaajista kolmanneksi eniten, 79 kertaa, mainittiin ykköskentän vasen laitahyökkääjä Valtteri Filppula. Filppulan todettiin olevan harvinainen pelaaja MM-jäällä, sillä NHL:ssä meritoitunut pelaaja oli maailmanmestaruuskisojen ensikertalainen. Tämän lisäksi MM-turnauksen alla palauteltiin mieliin vuoden 2010 Vancouverin talviolympialaisia, joissa Filppula nousi yhdeksi Suomelle olympiapronssia ratkaisseeksi pelaajaksi.

Filppula ei ole koskaan pelannut MM-turnauksessa, eikä kovin paljon maajoukkueessakaan. Hän oli yksi kantavia pelaajia Vancouverin olympialaisissa 2010, mutta muuten maajoukkuepelit ovat jääneet vähiin. (Uutinen 29.4.2012)

Toinen [Tuomas Kiiskisen lisäksi] yhtä kiinnostava keltanokka on Valtteri Filppula. Hän ei ole koskaan pelannut MM-turnauksessa, mutta saavutuslistalla on Stanley Cupin voitto Detroitissa ja olympiapronssi Vancouverista. (Kolumni 30.4.2012)

Jo kohtalaisen nuorena SM-liigasta NHL:ään siirtynyt Filppula voidaan nykyisin lukea Suomen menestyneimpiin ja arvostetuimpiin NHL-pelaajiin. Vaikka Filppula nähtiin varsin meritoituneena pelaajana, hänen kykyjään pelata eurooppalaisissa puitteissa pidettiin jonkinasteisena arvoituksena. Hänen NHL-taustansa ja toisaalta kokemuksen puutteensa eurooppalaisesta jääkiekosta mainittiinkin usein Filppulasta kirjoitettaessa.

Vuoden 2008 Stanley Cupin voittaja Filppula teki NHL:ssä tällä kaudella pisteenäytöksensä: 81 ottelua, 23 maalia ja 43 maalisyöttöä. Filppula oli Teemu Selänteen kanssa samalla pistemäärällä kauden tehokkain suomalainen NHL:ssä. (Uutinen 23.4.2012)

Detroit Red Wingsiä edustavalta Valtteri Filppulalta voi olla turha kysellä eurooppalaisen kiekon hienouksista tai Slovakian pelin kuvioista. Yhdessä

asiassa Filppula menee muiden edelle. Hän tuntee järkälemäisen puolustajan Zdeno Charan vastustajana, ensin Ottawasta ja sitten Bostonista. (Uutinen 6.5.2012)

Filppula pelaa uransa ensimmäistä MM-turnausta, eikä tunne eurooppalaisia vastustajia juuri ollenkaan. Valtteri Filppulan liike oli jälleen ylivertaista. Ei ihme, että Detroitissa syntyi piste-ennätys. (Uutinen 9.5.2012)

Filppula ei kuitenkaan Granlundin tai Koivun tavoin noussut julkisuuteen henkilönä, vaan maininnat keskittyivät enemmän hänen peliesityksiinsä. Filppula mainittiinkin lähinnä osana joukkueen ykköskenttää, ja vaikka hänen suorituksiinsa oltiin erittäin tyytyväisiä, hänestä kirjoitettiin ylisanojen sijaan kohtalaisen neutraaliin sävyyn.

Koivu, Valtteri Filppula ja Jussi Jokinen ovat taitavia ratkaisijatyyppisiä, joita yhdistää tärkeä seikka. "He kaikki ovat joukkuepelaajia. Se on poikkeuksellista ykkösketjussa." (Uutinen 19.5.2012)

Koivu, Filppula ja Jussi Jokinen antoivat Leijonille mahdollisuuden pelata mitalista, mutta yhdellä onnistuneella ketjulla sai vain tietyn määrän tulosta aikaan. Nyt paikkaavia ketjuja ei tullut esille, ei edes kymmenen ottelun turnauksessa. (Uutinen 21.5.2012)

Mikko Koivun, Valtteri Filppulan ja Jussi Jokisen yhteispeli toimi turnauksen edetessä paremmin ja paremmin. [...] Filppula hurmasi yleisön liikkeellään, peliälyllään ja varmuudellaan. (Uutinen 21.5.2012)

5.3.4 Jesse Joensuu

Suomen neloskentän laitahyökkääjän Jesse Joensuun saamat 59 mainintaa poikkeavat merkittävästi edellä esiteltyjen pelaajien julkisuudesta, sillä Joensuun medianäkyvyys painottui ennen kaikkea yhden yksittäisen pelin tapahtumiin. Joensuu teki Suomen joukkueen pelien jatkumisen ratkaisevassa Suomi-USA-puolivälieräpelissä kaksi maalia, mikä nosti hänet Suomen näkökulmasta yhdeksi turnauksen ratkaisevista pelaajista. Ennen turnausta Joensuu mainittiin lähinnä vähätellen muiden pelaajien joukossa. Hänen

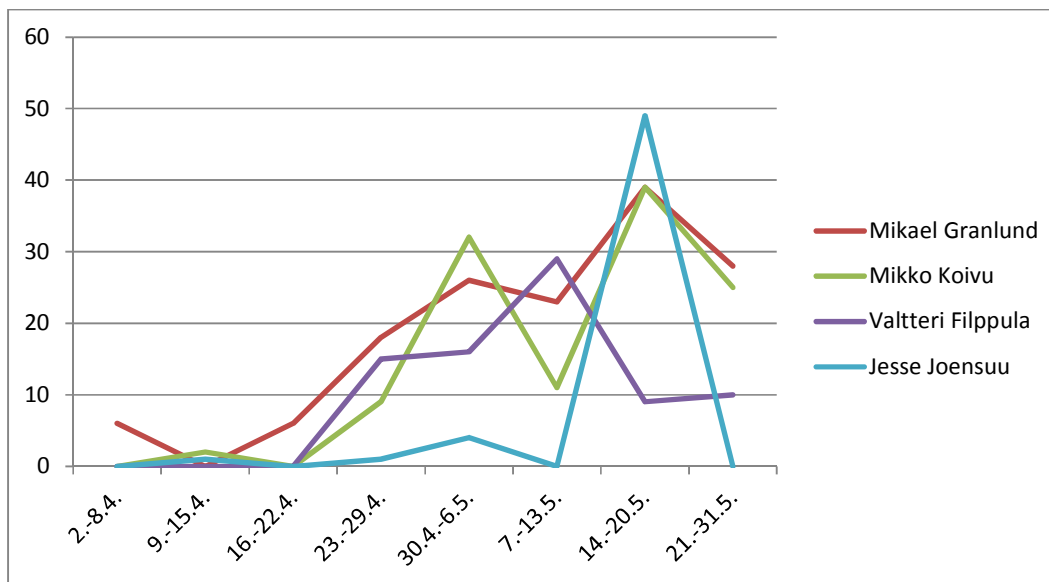
todettiin myös päässeen viimeisenä mukaan edelliskevään joukkueeseen ja voittaneen kultamitalin pelaamatta yhtäkään ottelua.

Sveitsistä ei mahdu yhtään pelaajaa MM-ryhmään, eikä Ruotsistakaan kuin korkeintaan Mika Pyörälä, Jesse Joensuu ja Topi Jaakola. Kaikki ovat viime kevään maailmanmestareita. (Utisanalyysi 25.2.2012)

Hyökkääjistä mestarijoukkue JYPin Jani Tuppurainen kiilasi takaoven kautta mukaan. Hänen lisäksi MM-debyyttin tekevät Valtteri Filppula, Kiiskinen ja Jesse Joensuu. Joensuu kuului viime kevään MM-kultajoukkueeseen, muttei pelannut minuuttiakaan. (Utinen 30.4.2012)

Viesti [joukkueenjohdolta Joensuulle] kuului silloin, etteivät näytöt ihan riitä. [...] Vain hetkeä myöhemmin Joensuulle kantautui uusi tieto. Hän saikin loukkaantuneen Ville Peltosen paikan Leijonissa. Joensuu matkusti Bratislavaan, odotti tilaisuuttaan päästä pelaamaan, mutta sitä ei tullut koskaan. Hän on harvinainen kultamitalisti ilman yhtään ottelua. (Utinen 18.5.2012)

Turnauksen alkupuolella Joensuu mainittiin lehtiteksteissä hyvin harvoin ja satunnaisesti. Puolivälieräottelussa Yhdysvaltoja vastaan neloskentän laituri Joensuu kuitenkin teki yllättäen kaksi maalia, mikä nosti hänen nimensä heti lehden sivuille. Seuraavassa kuviossa on esitetty neljän eniten julkisuudessa olleen pelaajien mainintojen määrän jakautuminen.



KUVIO 5. Neljän eniten mainintoja saaneen pelaajan mainintojen määrän jakautuminen viikoittain huhti-toukokuussa.

Kuviosta käy ilmi, että Joensuun saamat maininnat poikkeavat jo lähtökohtaisesti muiden pelaajien saamasta huomiosta, sillä hänen nimensä nousi lehden sivuille nimenomaan yhden 19. toukokuuta pelatun ottelun tapahtumien vuoksi.

Joensuun tekemä avausmaali sekä vain yhdeksän sekuntia ennen peliajan päättymistä hänen tekemänsä voittomaali ratkaisivat ottelun Suomelle. Maalien kautta Leijonille varmistui pääsy välieriin ja sitä kautta mahdollisuus taistella turnauksessa MM-mitaleista. Jännittävän pelin tapahtumat sekä pelin ratkaisijan yllätyksellisyys huokuivat myös seuraavan päivän lehdessä.

Suomi voitti Yhdysvallat jääkiekon MM-kisojen puolivälieräottelussa Helsingissä dramaattisella tavalla. Ensin Jesse Joensuu juhli avausmaalia (kuvassa). Heti perään juhli Yhdysvallat. [...] Mikko Koivu tasoitti, ja Joensuu iski voittomaalin yhdeksän sekuntia ennen peliajan loppua. (Etusivu 18.5.2012, A3)

Neljännän ketjun laitahyökkääjä Jesse Joensuu villitsi Areenan yleisön huutoon ja riemuun vain yhdeksän sekuntia ennen USA-ottelun loppua. [...] Joensuu ei pelkästään ratkaissut ottelua, vaan teki myös Suomen avausmaalin. Se oli

helpottava osuma, vaikka johto kestikin vain 21 sekuntia. Maalia Suomi tarvitsi ja sellaisen Joensuu järjesti, kahdesti. (Utinen 18.5.2012)

Yllätyksellisyydestä kertoo pelkästään illan ratkaisija. Katsomossa saattoi olla ehkä yksi asiantuntija, joka uskoi Jesse Joensuuhun ennen ottelua. Nyt Joensuun nimi pyörii koko kiekkoilua seuraavan Suomen huulilla. (Kolumni 18.5.2012)

Joensuun ratkaiseva rooli yhdessä pelissä poiki palstatilaa myös seuraavana päivänä, kun tulevaa välieräpeliiä ennakoitiin. Saman päivän lehdessä oli Joensuusta yksi kokonainen juttu, jossa avattiin hänen jääkiekkouraansa ja aiempaa kokemustaan nuorten ja aikuisten arvoturnauksissa.

Leijonat on ollut MM-turnauksessa liikaa Mikko Koivun kentän varassa. Kahden maalin Jesse Joensuu tarjosi apuaan USA-ottelussa, mutta nyt voisivat muutkin tulla esille. Enää ei kannata piileskellä pusikoissa, kun muuten niihin voi unohtua koko kesäksi. (Utinen 19.5.2012)

Leijonat jatkaa muuttumattomin kentällisin välierässä Venäjää vastaan. Torstaina kaksi maalia tehnyt Joensuu pelaa siten edelleen nelosketjussa yhdessä Petri Kontiolan ja Antti Pihlströmin kanssa. (Utinen 19.5.2012)

"Pikkupojasta asti olen katsonut kiekkoa, ja sitten tekee kaksi maalia tuollaisessa pelissä. Jos sitä oikein rupeaa funtsimaan, ei saa enää nukuttua tai tehtyä yhtään mitään", Joensuu heittää mukavasti porilaisittain. Menneitä maaleja ei enää kannata pahemmin muistella, kun Venäjä tulee vastaan, mutta ei niitä kukaan pyyhi poiskaan. Joensuu pysyy yhtenä kotiturnauksen sankareista, kävi miten tahansa. (Utinen 19.5.2012)

Yhden pelin tärkeät maalit mainittiin Joensuun kohdalla myös turnauksen jälkeisissä pelaaja-arvioissa.

Jesse Joensuu: Suomen parhaita tosipeleissä, pudotti USA:n ja pohjusti avausosuman välierässä. (Pelaaja-arviot 21.5.2012)

6 POHDINTA

Yhteisön toiminnan menestyksen kannalta on olennaista olla tietoinen ensinnäkin siitä, millaisia sidosryhmiä yhteisöllä on. Toisekseen millaisia rooleja eri sidosryhmillä on suhteessa yhteisöön ja millaisia näiden sidosryhmien käsitykset yhteisöstä ovat. Mediajulkisuuden tutkiminen on tässä mielessä hyödyllistä, sillä mediamonitoroinnilla voidaan luoda yleiskatsaus siihen, miten paljon mediahuomiota yhteisön kannalta merkittävä teema saa, miten tärkeäksi teema mediassa nostetaan ja mitä ulottuvuuksia teemasta nostetaan mediassa esille. (Vos & Schoemaker 2006, 92-93.) Huippu-urheilun parissa toimivan organisaation on pidettävä yllä erityisen tiiviitä suhteita olennaisimpiin sidosryhmiinsä (Shilbury & Rowe 2012, 51), jollaiseksi eri mediat huippu-urheilun kohdalla on syytä luokitella.

Tämän työn tarkoitus oli tutkia vuoden 2012 jääkiekon MM-kisojen saamaa mediajulkisuutta. Aineistona käytettiin Helsingin Sanomissa 2.1.-30.6.2012 julkaistuja mediatekstejä, joiden analysoinnin avulla pyrittiin kuvailemaan turnauksen julkisuuden keskeisiä ja kiinnostavia piirteitä. Tutkimuksen tavoite oli saada kokonaiskäsitys lehdessä julkaistujen tapahtumaa käsittelevien mediatekstien määrästä ja niiden olennaisista sisällöistä sekä tarkastella esiin nousseiden pelaajien julkisuuden piirteitä. Tutkimuskysymyksiä oli asetettu kolme:

- 1) Kuinka paljon kevään 2012 jääkiekon MM-kisat saavat mediajulkisuutta Helsingin Sanomissa?
- 2) Mitkä aiheet nousevat teksteissä eniten esille?
- 3) Miten yksittäiset pelaajat Suomen joukkueesta nousevat teksteissä esille?

Seuraavaksi tarkastellaan edellä esitettyjä tutkimuskysymyksiä ja tutkimustuloksia sekä pohditaan niitä suhteutettuna tutkimuskirjallisuuteen. Lopuksi tutkimusta arvioidaan kokonaisuutena sekä esitetään ehdotuksia jatkotutkimusaiheista.

6.1 Mediajulkisuuden määrä

Tutkimuksen ajanjakson aikana MM-kisoista kirjoitettiin yhteensä 243 lehtijutussa. Kuten eivät muutkaan urheilun suurtapahtumat, tämäkään MM-turnaus ei alkanut niin sanotusti tyhjiöstä. Huomattava osa lehtijutuista sijoittuikin aikaan ennen kisoja, jolloin käsiteltiin Suomen joukkueen harjoitusotteluita ja spekuloitiin tulevan MM-turnauksen mahdollisia pelaajavalintoja. Julkisuuden määrä lisääntyi huhtikuun lopulla lähes räjähdysmäisesti toisaalta kotimaisen SM-liigan päättyessä, toisaalta luonnollisesti turnauksen lähestyessä ja tullessa yhä ajankohtaisemmaksi. Yli puolet kaikista teksteistä julkaistiin kuitenkin turnauksen ollessa käynnissä toukokuussa.

Kisojen alkaminen huomioitiin laajasti urheilusivuilla, sillä kisojen alkamispäivää edeltävänä päivänä urheiluosaston etusivulla oli pelkästään MM-kisoja käsitteleviä artikkeleita. Kisojen ensimmäisenä päivänä MM-kisoista kirjoitettiin yhden aukeaman verran, minkä lisäksi aihe oli nostettu näyttävästi lehden etusivulle. Turnauksen ajan käynnissä olevat kisat olivat eittämättä keskeisin uutisaihe lehden urheilusivuilla, ja kisoista kirjoitettiin päivittäin turnaukselle pyhitetyillä sivuilla kuudesta yhteentoista juttua. Kuitenkin kisojen päättymisen jälkeen turnausta käsittelevien lehtijuttujen määrä hiipui äkisti, eikä kesäkuun aikana julkaistu enää kuin kaksi kisoja sivuavaa tekstiä. MM-jääkiekkoturnauksen jälkeen lehden urheiluosaston valtasivat pian

Puolassa ja Ukrainassa pelatut jalkapallon EM-kisat sekä Helsingissä käydyt yleisurheilun EM-kisat.

Päiväjärjestysajattelun näkökulmasta eri teemat kilpailevat jatkuvasti pääsystä median agendalle. Samalla kuitenkin agendalla yhtä aikaa olevien asioiden määrä on rajallinen käytettävissä olevista resursseista, kuten vaikkapa urheiluosaston rajatusta sivumäärästä, johtuen. (McCombs 2004, 37–38.) Median suuren näyttämön keskiöön myös yleensä mahtuu vain yksi suuri asia kerrallaan (Wiio 2006, 51). Helsingin Sanomien urheilumedian näyttämöllä kotiturnaus oli reilun kaksiviikkoisen kestonsa ajan selvästi nostettu päärooliin, ja turnaus sai sitä kautta lehdessä huomattavan paljon palstatilaa. Olennaista on myös huomata, että turnausta käsiteltiin urheiluosaston lisäksi myös lehden muilla osastoilla. Turnauksen tapahtumia nostettiin kisojen aikana useasti myös lehden etusivulle.

Kevään 2012 MM-jääkiekon julkisuuden määrä tukee osaltaan sitä ajattelua, että jääkiekko on suomalaisessa urheilumediassa erityisasemassa ja yksi kiinnostavimmista urheilulajeista Suomessa. Vuoden 2012 turnauksen julkisuuteen ja tapahtuman kiinnostavuuteen vaikutti varmasti myös se, että turnauksen toinen isäntämaa oli nimenomaan Suomi ja päätapahtumapaikkana Helsinki. Lisäksi saatujen tulosten voidaan katsoa viittaavan siihen, että Helsingin Sanomilla on käytössään tietynlainen jääkiekon agenda, jolla vuorottelevat luontevasti eri jääkiekkoliigoista sekä kansainvälisistä jääkiekkoturnauksista kirjoittaminen. Jääkiekon MM-kilpailut ovat perinteisesti sijoittuneet SM-liigan päättymisen jälkeiseen aikaan, SM-liigan pelitaukojen aikana pelataan totutusti maajoukkueen harjoitusturnauksia ja MM-kisojen päättymisen jälkeen taas jatkuvat vielä pohjoisamerikkalaisen NHL-liigan mestaruuspelit. Näin ollen Helsingin Sanomien sekä muun urheilusta kirjoittavan median voidaankin ajatella noudattavan eräänlaisen jääkiekon vuosikelloa, joka muutamaa kesäkuukautta lukuun ottamatta jatkuvasti rytmittää lajista uutisointia.

Median kiinnostusta jääkiekkoa kohtaan ei kuitenkaan tule pitää itsestäänselvyytenä, vaan tapahtumien ja urheilutuotteiden täytyy olla lähtökohtaisesti mediaa kiinnostavia ja yhä houkuttelevampia. Myöskään ei tule ajatella, että jääkiekon saama jalansija mediassa suoraan lisäisi median seuraajien kiinnostusta jääkiekkoa kohtaan. On kovin yksinkertaistettua ajatella, että jonkin tietyn teeman pelkkä esiintyminen ja toistuminen mediassa muuttaisi yleistä mielipidettä ja yleisöjen suhtautumista kyseiseen teemaan. Suurtapahtumien osakseen saama mediahuomiota ei myöskään tule ottaa itsestäänselvyytenä eikä ajatella, että pelkästään massiiviset puitteet riittäisivät tekemään tapahtumasta median näkökulmasta kiinnostavan. Kaiken kaikkiaan media tulisikin nähdä tapahtumajärjestäjien viestien passiivisen välittäjän sijaan elimenä, jonka vaikuttamismahdollisuudet yleisöihin perustuvat ennen kaikkea neuvotteluun. (Falkheimer 2007, 84–85; 87.)

Jääkiekon tämänhetkinen erityisasema suomalaisessa urheilumediassa voidaan nähdä myös jossain määrin uhkana muille urheilulajeille sekä jääkiekolle itselleen. Yhdestä lajista kirjoittaminen on aina toimituksellinen valinta, joka vie palstatilaa muilta lajeilta. Päiväjärjestysajattelussa vallitseekin nollasummaperiaate, jolloin toisen teeman nouseminen vie väistämättä tilaa toisen teeman käsittelyltä (ks. esim. Zhu 1992). Jääkiekon suosiossa ja suosimisessa on siis kyse myös siitä, miten mediat arvottavat eri urheilulajeja.

Jääkiekko lajina vaikuttaisi olevan nostettu yhdeksi ykkösprioriteetiksi urheilusta raportoivien suomalaisten medioiden keskuudessa. Vaikka jääkiekko siis onkin lähtökohtaisesti suomalaisessa mediassa erityisessä kansallislajin asemassa, lajin liiallinen tai vaihtoehtoisesti perustelematon tai liioiteltu korostuminen mediassa voi kuitenkin turruttaa yleisöjä ja sitä kautta jopa vähentää mielenkiintoa lajia kohtaan. Tässäkin päästään jälleen onnistuneen urheilutuotteen ytimeen: tuotteen tulee olla houkutteleva sekä yleisöjen, median sekä yhteistyökumppaneiden näkökulmasta (Ilmanen ym. 2008, 10–11).

6.2 Esiin nousseet aihekokonaisuudet

Toiseen tutkimuskysymykseen pyrittiin vastaamaan aineiston laadullisen analysoinnin avulla. Kisojen mediajulkisuudesta erottui laajimpana kokonaisuutena Suomen näkökulmaa ja Suomen joukkuetta käsittelevät artikkelit. Näissä artikkeleissa arvioitiin esimerkiksi harjoitusotteluissa pelanneiden jääkiekkoilijoiden kisanäyttöjä, spekulointiin mahdollisia pelaajavalintoja ja analysoitiin lopullista joukkuetta. Suomen joukkueen ja sen yksittäisten pelaajien esityksiä sekä päävalmentaja Jukka Jalosta arvioitiin tarpeen tullen myös kriittisesti. Nämä tulokset puoltavat osaltaan sitä havaintoa, että urheilu-uutisoinnissa ei enää tänä päivänä ole kyse pelkästä tuloksien raportoinnista, vaan urheilun tapahtumien taustoittaminen ja analysoiminen ovat nousseet yhä merkittävämpään rooliin mediassa (Itkonen ym. 2008).

Taustoittamista oli nähtävissä myös Suomen joukkueen tärkeistä peleistä uutisoitaessa, kun ennakoasetelmia tuleviin otteluihin haettiin joukkueiden aiemmista kohtaamisista arvoturnauksissa. Niin ikään eri joukkueitten välisiä voimasuhteita ennakoitiin ja turnaukseen osallistuvat maat jaettiin käytännöllisesti katsoen pieniin ja suuriin kiekkomaihin kiekollisen historiansa ja menestyksensä perusteella. Tämän tutkimuksen tulokset viittaavat siihen, että lähtökohtaisesti mediaa kiinnostavat eniten aiemmin menestyneet ja sitä kautta korkean asemansa lunastaneet kiekkomaat, kuten esimerkiksi Kanada ja Venäjä. Suomen joukkueen pelit isoja kiekkomaita vastaan nostettiinkin teksteissä muita pelejä tärkeämmiksi.

Aineiston analysoinnin perusteella kisoista kertovat lehtijutut toimivat myös MM-turnausta kritisoivassa roolissa. Vuoden 2012 MM-turnauksen yhdeksi puheenaiheeksi nousivat pääsylippujen korkeiksi koetut hinnat, ja lippuhinnoittelua arvosteltiin eri tavoin koko tutkimusjakson ajan. Mediassa esitetty kritiikki asetti osaltaan kisojen järjestelyistä vastaavalle Suomen

Jääkiekkoliitolle painetta osallistua keskusteluun urheilutapahtumien soveliaista pääsylippuhinnoista sekä turnauksen korkealle asetetuista tulostavoitteista. Lisäksi muutamissa jutuissa nousi esille huoli tiettyjen maajoukkuepelaajien henkisestä ja fyysisestä jaksamisesta ja kritisoitiin Jääkiekkoliiton toimintaa etenkin nuorten pelaajien liiallisessa peluuttamisessa.

Turnauslippujen hinnoittelu nousi siis omaksi aihekokonaisuudekseen tämän tutkimuksen aineistossa. Toisaalta tietyn ilmiön tai tapahtuman kehystämässä on olennaista tiedostaa, miten eri tulkintakehykset pyrkivät korostamaan joitakin puolia ilmiöstä ja jättämään toiset vähemmälle huomiolle (Goffman 1986). Näin ollen on hedelmällistä pohtia myös sitä, mitkä ulottuvuudet turnauksen julkisuudessa jäivät vähemmälle huomiolle tai kokonaan huomiotta. Esimerkiksi kansainvälisen urheilun suur tapahtuman ympäristövaikutukset, tai laajemmassa diskurssissa jääkiekon epäekologisuus suhteellisen paljon luonnonvaroja kuluttavana urheilulajina, jäivät kokonaan aineistossa huomiotta. Myöskään siihen, että jääkiekko on tunnetusti erittäin kallis laji harrastaa, ei otettu teksteissä kantaa, vaikka lippujen hintojen yhteydessä tämä olisi voinut olla jopa luontevaa.

Suomen näkökulman ja kritiikin lisäksi kisoista kirjoitettiin myös tiedottavassa sävyssä. Koska Helsingin Sanomat on valtakunnallinen, mutta myös paikallinen pääkaupunkiseudun lehti, uutisissa kerrottiin kisojen aiheuttamista välittömistä muutoksista kaupungin arkeen. Hartwall-areenalle suuntaaville välitettiin tietoa liikennejärjestelyistä ja myös liputtomille kerrottiin vinkkejä kisojen seuraamiseen. Lähtökohtaisesti lukijoiden oletettiin seuraavan turnausta joko paikan päällä tai toisen median, lähinnä television, välityksellä. Kisojen seuraamista helpotettiin esimerkiksi erilaisten ottelukaavioiden julkaisemisella sekä etukäteen kiinnostavien pelaajien listaamisilla. Sanomalehti mediana myös mahdollisti erilaisten otteluiden etenemisen seuraamista helpottavien materiaalien julkaisemisen. Esimerkiksi kattava selvitys

erotuomareiden eri käsimerkeistä on luontevampi julkaista ennemmin sanomalehden sivuilla kuin vaikkapa televisiolähetyksessä ottelun erätauolla.

Lisäksi lehtijutut toimivat kisatunnelmaa nostattavassa roolissa, kun kisahuumaa pyrittiin välittämään lukijoille. Tämä on olennainen elementti tapahtuman markkinointia ajatellen, kun suuren jalansijan saavuttanut sanomalehti on lähes peittelemättömän innoissaan tapahtumasta. Kommentteja turnauksesta koottiin usein käyttämällä erilaisia gallupeja ja kysymällä kisaturistien mielipidettä johonkin tiettyyn asiaan. Toisaalta tällaisten yksittäisten kisakatsojien kommenttien käyttäminen on luonteva ja totuttu keino elävöittää lehtitekstejä, mutta toisaalta kisakatsojilta saatiin jo lähtökohtaisesti innokkaampia kommentteja kuin henkilöiltä, jotka eivät olleet kisoista niin kiinnostuneita, että olisivat menneet niitä paikan päälle katsomaan. Kyseessä olikin journalistinen valinta, jonka mukaan gallupiin valittiin lähinnä niitä, jotka olivat kisoista kiinnostuneita. Innostuneiden fanien ilmaisut voidaan jossain määrin nähdä myös tapana perustella turnauksen saama huomio lehdessä. Jos kisat eivät houkuttelisi jääkiekosta innostuneita ihmisiä kaupunkiin, myös median suoma laaja huomio tapahtumaa kohtaan saattaisi kyseenalaistua.

Puhtaan viihteellisistä ja suoraan turnaukseen liittymättömistä asioista kirjoitettiin myös, kun esimerkiksi pelaajien persooniin, ihmissuhteisiin ja vapaa-ajanviettotapoihin otettiin teksteissä kantaa. Urheilusta kirjoittavan median viihteellistyminen näkyy sekä kielen tasolla että siinä tavassa, jolla urheilua ylipäättään käsitellään (Virtapohja 1998, 65). Urheilun sisältöjen voidaan väittää olevan jo lähtökohtaisesti jossain määrin viihdyttävää. Kuitenkin aineistossa esille nousi myös kanadalaisten tähtipelaajien vapaa-ajanviettoon liittyviä uutisia sekä suomalaisen superlupauksen ihmissuhteisiin liittyviä suoranaisia huhuja.

Tämän ilmiön voidaan nähdä liittyvän median haluun kertoa muustakin kuin pelkistä tuloksista ja avartaa yleisölle myös pelaajien yksityiselämää. Toisaalta kyse voidaan ajatella olevan myös asiajournalismin, jota Helsingin Sanomat totutusti edustaa, ja viihdejournalismin välisen rajapinnan hämärtymisestä (Wiio 2006, 34). Näin ollen voidaan todeta, että media on kiinnostunut urheilijasta luonnollisesti hänen urheiluasuoritustensa vuoksi, mutta yhä useammin myös urheilukenttien ja -hallien ulkopuoliset tapahtumat päätyvät median käsiteltäviksi. Urheilijan on siksi tärkeää osata pelata oman lajinsa lisäksi myös mediapeliä (Itkonen ym. 2008, 35).

6.3 Esiin nousseet yksittäiset pelaajat

Kolmantena tutkimuskysymyksenä tarkasteltiin sitä, miten yksittäiset pelaajat nousivat aineistosta esille. Vaikka jääkiekko on joukkuelaji, sitä tarkastellaan mediassa kuitenkin myös yksilöiden tasolta. Kuten jo aiemmin todettua, huippu-urheilusta viestivä media kiinnostuu usein ihmiskohtaloista ja urheilijoiden tarinoista. Yksilöllistymisen ja henkilöitymisen trendit vaikuttavat urheilumediassa ja urheilun superjulkisten rooli korostuu yhä enemmän (Itkonen 1996, 246–248; Klemm 2007, 326).

Ennen turnauksen alkamista pelaajavalinnoista kirjoitettaessa aiemmissa MM-kisoissa ja jääkiekkourillaan menestyneet ja tunnetut pelaajat olikin usein nostettu erityisasemaan. Esimerkiksi eräänlaisten suomikiekon ikonien Teemu Selänten, Saku Koivun ja Ville Peltosen mahdollista osallistumista kotikisoihin spekuloidtiin paljon. Eniten mainintoja saivat lopulta kuitenkin lopullisen MM-joukkueen ykkös- ja kakkosketjun pelaajat, joilla nykyjääkiekossa on yhä eniten vastuuta esimerkiksi maalinteosta tai tappiollisen pelin kääntämisestä. Näistä pelaajista eniten korostuivat nimenomaan hyökkääjät.

Turnauksen edetessä nuoren Mikael Granlundin nimi toistui aineistossa huomattavan paljon. Samoin leijonakapteeni Mikko Koivu sai osakseen paljon huomiota, ja hänet nostettiin median toimesta käytännössä kansallissankariksi, josta puhuttaessa käytettiin sumeilematta ylisanoja. Urheilujournalismin kieli onkin usein tunnepitoista ja tyypillistä urheilumerialle on juuri sankarikuvien luominen (Virtapohja 1998, 65). Koivun ketjukaveri Valtteri Filppula kiinnosti myös paljon, vaikka hänestä kirjoitettiin Granlundin ja Koivuun verrattuna huomattavasti neutraalimpaan sävyyn.

Koivun tapauksessa voidaan katsoa toteutuneen urheilusankaruuden luomisen kolmivaiheinen prosessi (Virtapohja 1998, 49), jossa urheilijalta ennen kisoja odotetaan paljon ja hänen lunastaessaan nämä odotukset media nostaa hänet sankariksi välittämällä tietoa hänen onnistumisestaan. Granlundin kohdalla sankaruuden vuoden 2012 MM-kisoissa voidaan kuitenkin todeta jääneen saavuttamatta, sillä hänen suorituksensa kotikisoissa jäivät asetettuihin odotuksiin nähden hieman vajaiksi. Puitteet yhdeksi suomalaiseksi kiekkosankariksi nousemiselle olivat median puolelta kuitenkin olemassa, sillä Granlundin toimia jäällä seurattiin tiiviimmin kuin yhdenkään toisen Suomen joukkueen pelaajan.

Edellä mainittujen pelaajien saamasta julkisuudesta poikkesi Jesse Joensuun saama mediahuomio. Joensuusta ei kirjoitettu ennen turnausta juuri lainkaan, mutta hän nousi yhden yksittäisen pelin maaliensa ansiosta rakettimaisesti otsikoihin. Johtopäätöksenä yksittäisten pelaajien julkisuudesta voidaankin todeta, että pelaaja voi olla median silmissä kiinnostava joko ennen ensimmäisenkään pelin pelaamista, tai sitten nousta julkisuuteen yksittäisen, turnauksen kannalta merkittävän tapauksen ansiosta.

6.4 Tutkimuksen arviointi

Tutkimuksen luotettavuutta arvioitaessa nousevat esille validiteetin ja reliabiliteetin käsitteet. Perinteisesti validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen pätevyyttä eli sitä, että tutkimuksessa on tutkittu sitä, mitä on tarkoitettukin tutkia. Reliabiliteetin käsite puolestaan viittaa tutkimuksen kykyyn antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia ja saavutettujen tutkimustulosten toistettavuuteen. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 231.) Tämän tutkimuksen tarkoitus oli tutkia, millaista julkisuutta kevään 2012 jääkiekon maailmanmestaruuskisat saivat Helsingin Sanomissa puolen vuoden ajanjaksolla. Menetelmäksi valittiin sisällönanalyysi, joka menetelmänä toimi hyvin hajanaisten mediatekstien systemaattisen luokittelun työkaluna. Tuloksena saatiin katsaus yhden lehden julkaisemiin lehtiartikkeleihin, joiden sisältöä analysoimalla ja luokittelemalla päädyttiin pohtimaan mediajulkisuuden määrää ja laatua sekä laajemmin mediaa MM-kisoista viestivänä toimijana.

Tutkimuksen luotettavuuteen pyrittiin kuvaamalla kaikki tutkimuksen vaiheet mahdollisimman tarkasti ja perustelemalla tutkimuksen edetessä tehtyjä valintoja. Tutkimuksen eteneminen ja tehdyt päätökset pyrittiin tekemään mahdollisimman läpinäkyviksi ja helposti seurattaviksi. Toistettavuuden näkökulmasta valitun analysointimenetelmän keskeinen pulma on se, kuinka samankaltaisiin tuloksiin päästäisiin, jos aineisto luokiteltaisiin uudelleen tai jos luokittelijana olisi joku toinen. Toinen tutkija olisi myös saattanut luokitella aineistoa toisin ja nostaa kiinnostavina julkisuuden piirteinä esille toisia teemoja. Aineiston analysointivaiheessa pyrittiin kuitenkin antamaan esimerkkejä ilmaisuista, joista yläluokkia muodostettiin. Näin ollen lukija voi myös itse arvioida tehtyjen tulkintojen ja luokitusten pätevyyttä.

6.5 Jatkotutkimusaiheita

Tämä tutkimus tarjosi useita eri aiheita jatkotutkimukselle. Tämä tutkimus keskittyi tarkastelemaan ja kuvailemaan MM-kisojen nimenomaan Helsingin Sanomissa saamaa julkisuutta suhteellisen lyhyellä aikavälillä. Kattavamman käsityksen kyseisen tapahtuman julkisuudesta saisi esimerkiksi tarkastelemalla myös muiden päivälehtien kirjoituksia aiheesta ja vertailemalla niitä. Vertailevaa tutkimusta voisi tehdä myös eri vuosien kisoista kirjoitetuista mediateksteistä; luontevaa olisi esimerkiksi vertailla vuoden 2012 ja niin ikään vuonna 2013 osaksi Helsingissä pelattavan MM-turnauksen mediajulkisuutta. Yhtenä kiinnostavana jatkotutkimuksen aiheena voidaan nähdä myös tutkimuksessa olennaiseksi noussut jääkiekkoilun henkilöitymisen trendi ja se, että mediassa esillä ovat usein tunnetut ja viestinnällisin keinoin tuotetut huippu-urheilun superjulkikset. Esimerkiksi Mikael Granlundin nouseminen suomalaisen jääkiekon superlupaukseksi ja hänen merkityksensä Leijona-brändin muodostumisessa olisi hedelmällinen tutkimusasetelma myös yhteisöviestinnän näkökulmasta.

KIRJALLISUUS

Aula, P. & Åberg, L. 2012. Leimahtavat julkisuudet - organisaatioiden uusi haaste. Teoksessa Karppinen, K. & Matikainen, J. (toim.) *Julkisuus ja demokratia*, s. 201-224. Tampere: Vastapaino.

Chong, D. & Druckman, N. 2007. Framing Theory. *Annual Review of Political Science*, Vol10, 103-126.

Emery, P. 2010. Past, present, future major sport event management practice: The practitioner perspective. *Sport Management Review*, Volume 13, Issue 2, 158-170.

Entman, R. M. 1993. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, Vol 43, Issue 4, 51-58.

Eskola, J. 2010. Laadullisen tutkimuksen juhannustaiat. Laadullisen tutkimuksen analyysi vaihe vaiheelta. Teoksessa Aaltola J. & Valli R. (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*, s. 179-203. Jyväskylä: PS-kustannus.

Eskola, J. & Suoranta, J. 2008 *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.

Falkheimer, J. 2007. Events Framed by the Mass Media: Media Coverage and Effects of America's Cup Preregatta in Sweden. *Event Management*, Vol. 11, 81-88.

Fortunato, J.A. 2000. Public Relations Strategies for Creating Mass Media Content: A Case Study of the National Basketball Association. *Public Relations Review*, Vol 26, Issue 4, 481-497.

Getz, D. 1997. *Event management & event tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.

Gladden, J.M, Milne, G.R, & Sutton, W.A. 1998. A Conceptual Framework for Evaluating Brand Equity in Division I College Athletics. *Journal of Sport Management*, 12, 1-19.

Goffman, E. 1986. *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Boston MA : Northeastern University Press.

Habermas, J. 1989. *Structural Transformation of the Public Sphere*. Käännetty teoksesta *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. 1961. Cambridge: Polity Press.

Hall, C. M. 2006. Urban entrepreneurship, corporate interests and sports mega-events: the thin policies of competitiveness within the hard outcomes of neoliberalism. *The Sociological Review*, Vol 54, 59-70.

Hall, S. 1980. *Encoding/decoding*. Teoksessa S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (toim.): *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson.

Hallahan, K. 1999 Content Class as a Contextual Cue in the Cognitive Processing of Publicity Versus Advertising. *Journal of Public Relations Research*, Vol 11 Issue 4, 293-320.

Hilgartner, S. & Bosk, C.L. 1988. The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model. *American Journal of Sociology*, Vol 94 Issue 1, 53-78.

Hirsjärvi, S, Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Hjarvard, S. 2008. The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review* 29:2, 105-134.

Hopwood, M. 2012. Sport Marketing Public Relations. Teoksessa Hopwood, M, Kitchin, P. & Skinner, J. (toim.) *Sport Public Relations and Communication.*, s. 55-68. Oxford: Elsevier Ltd.

Horne, J. 2006. *Sport in Consumer Culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Horne, J. 2007. The Four 'Knowns' of Sports Mega-Events. *Leisure Studies*, Vol 26 Issue 1, 81-96.

Ilmanen, K., Itkonen, H., Matilainen P. & Vuolle P. 2004. *Urheilun julkisuuskuva*. Jyväskylä: Kopijyvä.

Infront Sports&Media. 2012. IIHF World Championship Fact Sheet.

[[http://www.infrontsports.com/fileadmin/user_upload/factsheets/Winter_Sports/IIHFWorldChampionship_IceHockey_Infront_FactSheet_2012_Final_low Res.pdf](http://www.infrontsports.com/fileadmin/user_upload/factsheets/Winter_Sports/IIHFWorldChampionship_IceHockey_Infront_FactSheet_2012_Final_low_Res.pdf)] Viitattu 20.8.2012

Itkonen, H. 1996. *Kenttien kutsu: tutkimus liikuntakulttuurin muutoksesta*. Helsinki: Gaudeamus.

Itkonen, H, Ilmanen, K. & Matilainen P. 2007. *Urheilun sponsorointi Suomessa*. Jyväskylä: Kopijyvä.

Itkonen, H, Ilmanen, K, Matilainen, P, & Jaskari, L. 2008. *Media urheilun tulkkina ja tekijänä (Tutkimuksia; 2008, 1)*. Jyväskylä: Kopijyvä.

Karvonen, E. 2000. Imagon rakennusta vai maineen hallintaa? Teoksessa Aula, P. & Hakala, S. (toim.): Kolmet kasvot. Näkökulmia organisaatioviestintään. Helsinki: Loki-kirjat.

Klemm, T. 2007. Sportjournalismus in Tageszeitungen. Teoksessa Handbuch Medien, Kommunikation und Sport. (toim.) Schierl, T. Würzburg: Hofmann GmbH & Co. Kg.

Krippendorff, K. 2004. Content Analysis. An Introduction to Its Methodology. (2nd ed.) Thousand Oaks, CA: Sage.

Kunelius, R, Noppari, E, & Reunanen E. 2009. Media vallan verkossa. Tampere: Tampereen yliopistopaino - Juvenes Print.

Jhally, S. 1989. Cultural Studies and the Sports/Media Complex. Teoksessa Media, Sports & Society. (toim.) Wenner, L. A. Newbury Park: SAGE Publications.

Juholin, E. 2006. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 4. painos. Helsinki: Inforviestintä.

Juholin, E. & Kuutti, H. 2003. Mediapeli: Anatomia ja keinot. Helsinki: Inforviestintä.

Lehtonen, J. 2002. Julkisuuden riskit. Helsinki: Mainostajien liitto.

L'Etang, J. 2006. Public relations and sport in promotional culture. Public Relations Review, Vol 32, Issue 4, Pages 386-394.

L'Etang, J. & Hopwood, M. 2008. Sports Public Relations. *Public Relations Review*, Vol 34 Issue 2, 87-89.

Lippman, W. 1922. *Public opinion*. New York: Harcourt Brace.

Luoma-aho, V. & Vos, M. 2010. "Towards a more dynamic stakeholder model: acknowledging multiple issue arenas", *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 15 Iss: 3 pp. 315 - 331

Luostarinen, H. 1998. Vahvojen asialla? Julkisuuden hallinnan mekanismit ja journalismin itsenäisyys. Teoksessa Kivikuru, U. & Kunelius, R. (toim.) *Viestinnän jäljillä*, s. 189-206. Juva: WSOY.

McCombs, M. & Shaw D. 1972. The Agenda-Setting of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, Vol 36 Issue 2, 176-187.

McCombs, M. 2004. *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Polity Press.

Meriläinen, N. & Vos, M. 2011. Human rights organizations and online agenda setting. *Corporate Communications: An International Journal*, Vol 16 Issue 4, 293-310.

Meriläinen, N. & Vos, M. 2013. Framing issues in the public debate: the case of human rights. *Corporate Communications: An International Journal*, Vol 18 Issue 1.

Merten, K. 1994. Teaching communication during an accelerating media evolution. Teoksessa French, D. & Richards, M. (toim.) *Media Education Across Europe*, s. 153-163.

McKay, J, Miller T, Lawrence G. & Rowe R. Globalization and Sport: Playing the World. London: SAGE Publications Ltd.

Nieminen, H. & Pantti, M. 2009. Media markkinoilla. Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen. 3. painos. Helsinki: Loki-Kirjat.

Pedersen, P.M., Miloch, K.S., & Laucella, P.C. 2007. Strategic Sport Communication. Champaign, IL: Human Kinetics.

Pincus J.D., Rimmer, T., Rayfield, R.E., & Cropp, F. 1993. Newspaper Editors' Perceptions of Public Relations: How Business, News and Sports Editors Differ. *Journal of Public Relations Research*, Vol 5 Issue 1, 27-45.

Roche, M. 2000. Mega-Events and Modernity: Olympics and expos in the growth of global culture. London: Routledge.

Rowe, D. 2004. Sport, Culture and the Media. 2. painos. Berkshire: Open University Press.

Scheufele, DA, & Tewksbury D. 2007. Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*. Volume 57 Issue 1, 9-20.

Sheafer, T. & Weimann, G. 2005. Agenda Building, Agenda Setting, Priming, Individual Voting Intentions, and the Aggregate Results: An Analysis of Four Israeli Elections. *Journal of Communication*. Volume 55, Issue 2, 347-365.

Shilbury,D. & Rowe, K. 2012. Sport relationship management. Teoksessa Hopwood, M, Kitchin, P. & Skinner, J. (toim.) *Sport Public Relations and Communication*, s. 33-54. Oxford: Elsevier Ltd.

Suhonen, P. 1994. Mediat, me ja ympäristö. Helsinki: Hanki ja jää.

Taloustutkimus. 2011. Sponsorointi & urheilun arvomaailma -tutkimus.

[<http://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutiskirje/uutiskirje-1-2012/jaakiekk-arvostetu-in-ja-seuratu/>] Viitattu 28.7.2012

Thøgersen, J. 2006. Media Attention and the Market for 'Green' Consumer Products. *Business Strategy and the Environment*, Vol 15 Issue 3, 145-156.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Uscinski, J. 2009. When does the public's issue agenda affect the media's issue agenda (and vice-versa)? Developing a framework for media-public influence. *Social Science Quarterly*, Vol 90 Issue 4, 796-815.

Valanko, E. 2009. Sponsorointi: Yhteistyökumppanuus strategisena voimavarana. Helsinki: Talentum.

Virtapohja, K. 1995. Den glider in. Kultajuhlat leijonille, karnevaalit katsojille. Jyväskylä: Atena Kustannus.

Virtapohja, K. 1998. Sankareiden salaisuudet. Journalistinen draama suomalaista urheilusankaria synnyttämässä. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.

Vos, M, & Schomaker, H. 2006. Monitoring public perception of organisations. Amsterdam: Boom Onderwijs.

Väliverronen, E. 1998 Mediatekstistä tulkintaan. Teoksessa Kantola, A., Moring, I. & Väliverronen, E. (toim.) Media-analyysi: tekstistä tulkintaan, s. 13–39. Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.

Walsh, A. & Giulianotti R. 2007. *Ethics, Money and Sport. This Sporting Mammon*. London: Routledge.

Weaver, D. 2007. Thoughts on agenda setting, framing, and priming. *Journal of Communication*, Vol 57 Issue 1, 142-147.

Wiio, J. 2006. *Media uudistuvassa yhteiskunnassa - Median muuttuvat pelisäännöt*. Helsinki: Edita Prima Oy.

[<http://www.sitra.fi/julkaisut/raportti65.pdf>]

Zhu, J-H. 1992. Issue Competition and Attention Distraction: A Zero-Sum Theory of Agenda-Setting. *Journalism Quarterly*, Vol 69 Issue 4, 825-836.

Zucker, H.G. 1978. The variable nature of news media influence. Teoksessa Ruben, B.D (toim.) *Communication Yearbook 2*, s. 225-245. : New Brunswick, NJ: Transaction.

LIITE

Aineistoon kuuluvat tekstit jaoteltuna aikajärjestyksessä

2.1.2012	Jääpuistossa saa pelata jääkiekkoa torstai-iltaisain
15.1.2012	Helsinki lataa kovat odotukset alkaneeseen matkailuvuoteen
18.1.2012	Lippu Leijonien MM-peliin maksaa 155 euroa
31.1.2012	MM-lippujen myynti alkoi vilkkaana
1.2.2012	Gallup lippujen hinnoista
4.2.2012	MM-liput kaupaksi kovista hinnoista huolimatta
5.2.2012	Katsojat ottelun sankareita
6.2.2012	Nummelin ja Kapanen pois Leijonista
6.2.2012	Pakkanen lauhtuu ulkoilmapeliin
8.2.2012	Olympiastadionilla vuorossa maaottelu
9.2.2012	Pihlström tutulla näyttämöllä
9.2.2012	HSL lisää liikennettä jääkiekko-ottelun jälkeen
9.2.2012	Alle viidennes MM-kotikisoista vapaasti näkyvillä tv-kanavilla
10.2.2012	Lätkä on leppoisa stadionlaji
10.2.2012	Hyökkääjä Koskiranta lämpeni pakkasessa
11.2.2012	Lahti ja Aaltonen jäällä Tukholmassa
12.2.2012	Mehuttelu sikseen ja ruuvi kireälle
12.2.2012	Pasi Nurminen torjui lämmittelyssä
13.2.2012	Ortio epäili kutsua pilasoitoksi
13.2.2012	Soturin ainesta
18.2.2012	Kaljuksi ajellun Petrellin MM-unelmaan uhka
23.2.2012	NHL-pudotuspelit tai MM-kotikisat
25.2.2012	Ruplamagneetti vetää itään
27.2.2012	Ruotsin hinnoittelu todistaa: Suomen MM-liput kalliita
1.3.2012	Globenin hintaisku hämmentää
2.3.2012	Yleisurheilu ei peri jääkiekkohintoja
3.3.2012	Katsomo romahti Ruotsin Globenissa
6.3.2012	Hävytöntä rahastusta
7.3.2012	Selänne nousi Kurrin rinnalle
22.3.2012	Leijonia ja MM-kiekkoa ympäri vuorokauden
28.3.2012	Kirkkainkin tähti taipuu rooliinsa
28.3.2012	Kaksi MM-leijonaa ei kisaa pelipaikasta
29.3.2012	Leijonakiertue kutsuu IFK:n pelaajia
30.3.2012	"Hommat tehdään ja piste"
2.4.2012	Granlund jää kotiin harjoittelemaan
3.4.2012	Tähtipakki Vatasen kausi päättyi
5.4.2012	Sveitsi kukisti MM-leirileijonat
7.4.2012	Kanada aikoo MM-kisoihin nimekkäällä joukkueella
10.4.2012	Selänne pohtii tuttuun tapaan
11.4.2012	Jokinen, Nokelainen ja Petrell Leijoniin

- 11.4.2012 Niinistö suojelee jääkiekon MM-kotikisoja
- 11.4.2012 Olli Jokiselta ehdoton ei MM-kisoille
- 11.4.2012 Peltonen miettii peliuransa jatkoa
- 12.4.2012 Niinistö suojelee MM-jääkiekkoa
- 13.4.2012 Leijonat paljasti kyntensä
- 14.4.2012 Suomi nujersi Norjan jo avauserässä
- 15.4.2012 Saku Koivu ei tule MM-Leijoniin
- 15.4.2012 Jalkoja puuttuu, pelisilmää ei
- 17.4.2012 Selänne jättää MM-kotikisat väliin
- 18.4.2012 Kerro meille kiekkoilmiö
- 18.4.2012 Isoin tähti istui katsomossa
- 19.4.2012 MM-jääkiekkoon vielä paljon lippuja
- 20.4.2012 Petrell vaihtoi pienempään kattilaan
- 21.4.2012 Liputonkin pääsee kisahuumaan
- 21.4.2012 Pääkaupunkiseudun lätkätärppejä museosta Mascotiin
- 21.4.2012 Granlund löytämässä huippuvireen
- 23.4.2012 Filppula MM-ryhmään, mutta Ruutu ei pääse
- 26.4.2012 NHL:n pistehai Malkin Venäjän MM-joukkueeseen
- 27.4.2012 Hartwall-areenalle väliaikaiset kävelyreitit MM-kisoissa
- 27.4.2012 Lehtonen palasi karjuen Leijoniin
- 28.4.2012 Kummolan näköiset kisat
- 28.4.2012 Peltonen valmis mihin rooliin tahansa
- 29.4.2012 Kiiskinen nautti valokeilassa
- 29.4.2012 Filppula lensi Detroitista Tsekkeihin
- 29.4.2012 Ole hyvä, Jalonen
- 29.4.2012 Levon tarpeessa
- 30.4.2012 Nuori supertähti mahtui mukaan, konkari putosi MM-joukkueesta
- 30.4.2012 Kiiskinen murtautui MM-kisoihin
- 30.4.2012 Granlund enää piirun verran huippukunnosta
- 30.4.2012 Valinnat rohkeita ja ennakkoluulottomia
- 30.4.2012 Se on siinä!
- 1.5.2012 Oskun osumat avaa taustoja
- 1.5.2012 Jalkapallo sentään elää
- 1.5.2012 Jukka Jalonen: Peltosen pudottaminen vaikea paikka
- 3.5.2012 Varma mutta etäinen johtaja
- 3.5.2012 Jääkiekon MM-kisojen otteluohjelma
- 4.5.2012 Suomi valmiina kisoihin
- 4.5.2012 Näillä Leijonat aloittaa
- 4.5.2012 Oskun osumat
- 4.5.2012 Kisapaikalle pääsee helpoiten julkisilla kulkuneuvoilla
- 4.5.2012 MM-katsomoon jopa ilmaiseksi
- 4.5.2012 Haukikuvaaja Tapola astui yli laidan
- 4.5.2012 Salein paita nostattaa V-Venäjän taistelutahtoa
- 4.5.2012 MM-jäällä monta supertähteä
- 4.5.2012 Tuulianna Tolan suosikit

- 5.5.2012 Suomi aloitti jääkiekon MM-kisat nihkeällä 1-0-voitolla
- 5.5.2012 Niskala pelasti Leijonien nahan
- 5.5.2012 Kanada väänsi vaivoin voiton
- 5.5.2012 Yksi maali, kolme pistettä
- 5.5.2012 Näin virität telkkarisi kisakuntoon
- 5.5.2012 MM-avaus näkyi teknisen vian vuoksi Youtubessa
- 5.5.2012 Herra Kummolan pilkkuvirhe
- 5.5.2012 "Tyytyväisiä, iloisia ja itseensä luottavia poikia"
- 6.5.2012 Kiekkolippujen hinnat eivät laske
- 6.5.2012 Kreikkalais-roomalaisen taitaja
- 6.5.2012 Filppula osaa kiertää Charan
- 6.5.2012 Oskun osumat
- 6.5.2012 Slovakia hakee nousua tsekkiläisohjauksessa
- 6.5.2012 Kotikisojen paine oli liikaa Slovakialle
- 6.5.2012 Johnson ravisutti kiekkoperhettä
- 6.5.2012 Sveitsi ratkaisi ylivoimalla
- 6.5.2012 Venäjä ja Ruotsi jyräsivät
- 6.5.2012 Vappu jatkuu
- 7.5.2012 Kiekkolippujen hinnat laskevat myös Suomessa
- 7.5.2012 Pesonen osui taikapaidassa
- 7.5.2012 Immonen kohahdutti taklauksellaan
- 7.5.2012 Kymmenen Leijonien tasalukuna
- 7.5.2012 Lippualea fiksumpi ratkaisu: lätkäbuffet
- 7.5.2012 Oskun osumat: Mikael Granlund.
- 7.5.2012 Henkeen ja vereen
- 7.5.2012 Kazakstanin tähti sairaalaan
- 8.5.2012 Granlundiakin lupaavampi
- 8.5.2012 Paavo Arhinmäen "Facebook-juttu"
- 8.5.2012 Granlundiakin himoitumpi
- 8.5.2012 Leo Komarov odottaa torikokouksia
- 8.5.2012 Leijonat saavat juoda "lasin viiniä tai pari olutta"
- 8.5.2012 Alennusliput menivät kaupaksi alle tunnissa
- 8.5.2012 Oskun osumat
- 8.5.2012 Selostusten kastijako hälventää MM-huumaa
- 9.5.2012 Leijonien maalihanat aukesivat
- 9.5.2012 Leijonat ratkaisi irtokiekoista
- 9.5.2012 Ykkösketjun Filppula helpottui maaleista
- 9.5.2012 Sveitsistä vain suupala Leijonille
- 9.5.2012 Supermiesten mahdoton tehtävä
- 9.5.2012 Hinnan mitalla
- 10.5.2012 Jäähy tuli, mutta mistä?
- 10.5.2012 MM-raitapaidoilla rengin tulot
- 10.5.2012 Musiikkiteollisuuden Leo Komarov
- 10.5.2012 Ranskalla on esitellä Stanley Cupin mestari
- 10.5.2012 Oskun osumat: Suomi-Sveitsi.
- 10.5.2012 Ryan Getzlaf iski Kanadalle voittomaalin

- 10.5.2012 Kazakstan piinasi Slovakiaa
- 10.5.2012 Mertarantaa venäläisellä aksentilla
- 11.5.2012 Suomi voitti Ranskan MM-jääkiekossa 7-1
- 11.5.2012 Kauhein niistä on Kanada
- 11.5.2012 Vallaton vaihtopenkki
- 11.5.2012 Oskun osumat
- 11.5.2012 Pekka Marjamäkeä muistettiin hiljaisella hetkellä
- 11.5.2012 Helpottunut Jokinen "ei seuraa kirjoittelua"
- 11.5.2012 Hallimestari: Jää kestää vertailun
- 11.5.2012 Kaksi eri turnausta
- 12.5.2012 Kanada jyräsi Leijonien ohi ja hiljensi Areenan
- 12.5.2012 MM-Suomi säästää syöttinsä
- 12.5.2012 Kanada sammutti Areenan valot
- 12.5.2012 Getzlaf vyöryi, Komarov raastoi, yleisö vaikenä
- 12.5.2012 Kanada seilaa lohkovoittoon
- 12.5.2012 Kallis kiekko vie Yleä ja MTV:tä samaan pöytään
- 12.5.2012 Sinivalkoiset maalit naamoissa
- 12.5.2012 Malkin tyrmäsi Ruotsin Globenissa
- 12.5.2012 Faulk pelasti vaisun USA:n
- 12.5.2012 Kalervo Kummola seinää vasten
- 13.5.2012 MM-lätkän ääripäät
- 13.5.2012 Järvinen luottaa kokoon, Granlund taitoon
- 13.5.2012 Oskun osumat
- 13.5.2012 Leijonat kohtaa SM-liigan kunkun
- 13.5.2012 Maksoiko MTV liikaa jääkiekon MM-kisoista
- 13.5.2012 Tutkittu juttu: kovatasoiset MM-kisat
- 13.5.2012 Lundqvistille olisi käyttöä, Malkin Venäjän tähti
- 13.5.2012 Ranska yllätti Sveitsin, Kanada murjoi Kazakstanin
- 13.5.2012 Huikeata ja mahtavaa!
- 14.5.2012 USA nöyryytti Suomen puolustusta
- 14.5.2012 Leijonat muuttui lammaslaumaksi
- 14.5.2012 Katsoivatko he samaa jääkiekko-ottelua?
- 14.5.2012 Yleisö buuasi Leijonat koppiin
- 14.5.2012 Suomen päätösvastus on käytännössä Astana
- 14.5.2012 Kamalaa, Leijonat, kamalaa
- 14.5.2012 Slovakia lähellä puolivälieriä, Norja teki 12 maalia
- 14.5.2012 Oskun osumat
- 15.5.2012 Salmelalle sattuu ja tapahtuu
- 15.5.2012 Vaikuttajien kestitseminen MM-aitioissa epäilyttää
- 15.5.2012 Leijonat onnistui maalinteossa Kazakstania vastaan
- 15.5.2012 Puolueet eri linjoilla herralaatikossa istumisesta
- 15.5.2012 Pelimies ja luonnonlapsi
- 15.5.2012 Salmelalle sekunnissa pitkä litania rikkeitä
- 15.5.2012 Granlund haki vauhtia vilttiketjusta
- 15.5.2012 Honka hakee lisää voittoja
- 15.5.2012 Kilttien ihmisten peli

- 16.5.2012 Hockey Bird on ammattilainen
 16.5.2012 Mikael Granlundilla tehot kateissa
 16.5.2012 Viiden maalin vuosi
 16.5.2012 Huoltosuhdesotkuja
 16.5.2012 Kanada voitti pelin, Valko-Venäjä tyttöjen suosion
 16.5.2012 Näin MM-turnaus jatkuu torstaina
 16.5.2012 Maskotin taikaa ei saa rikkoo
 16.5.2012 Slovakia lujilla Ranskan kanssa
 16.5.2012 Yhdysvallat hoiteli Sveitsin helposti
 16.5.2012 Ruotsi päätti rutiinivoittoon
 16.5.2012 Kaukalosta sanottua
 17.5.2012 Kiekkoleijonien kotiturnaus katkolla USA:ta vastaan
 17.5.2012 Kukkonen ei kiekkoa kumarra
 17.5.2012 Ruotsilla on tasapainoisen vahva joukkue
 17.5.2012 Taitava Kanada liikaa Slovakiaille
 17.5.2012 USA on Suomea laadukkaampi
 17.5.2012 Kohtaako Norja taas maailmanmestarin?
 17.5.2012 Oskun osumat
 17.5.2012 Leijonat salailivat, USA ei peiteltyt
 18.5.2012 Jesse Joensuu räjäytti Areenan riemuun
 18.5.2012 Joensuu villitsi Areenan
 18.5.2012 Leijonien ilme muuttui kertaheitolla
 18.5.2012 Leijonalauma nautti ottelun paineesta
 18.5.2012 "Onneksi meillä on Koivun kenttä"
 18.5.2012 Oskun osumat
 18.5.2012 USA:n sporttibaarissa ei kiinnostanut
 18.5.2012 Polvitaklaus päätti Kanadan pelit
 18.5.2012 Michalek hiljensi Globenin
 19.5.2012 Ykkösketju pitää Kiekkoleijonia pystyssä
 19.5.2012 Kapteeni Koivun idoli kertoo
 19.5.2012 Koivu kaipaa apuja muiltakin kuin Joensuulta
 19.5.2012 Tsekillä ja Slovakialla sähköinen kohtaaminen
 19.5.2012 Oskun osumat
 19.5.2012 Joensuu oppi vihdoinkin luistelemaan
 19.5.2012 Suomi jatkaa samoin kentällisin
 19.5.2012 Tre Kronor sai rankkaa kritiikkiä
 20.5.2012 Venäjä romutti Suomen unelman MM-kullasta kotikisoissa
 20.5.2012 Pitelemätön kapellimestari
 20.5.2012 Laihaa lohtua: Granlund osui ja Kontiola onnistui
 20.5.2012 Malkin, Malkin ja uudestaan Malkin
 20.5.2012 Leijonakatsomon voitonusko vaihtui nöyryytykseen ja venäläisten riemuun
 20.5.2012 Satanin alivoimamaali vei Slovakian finaaliin
 20.5.2012 Malkinin maalit vetivät Vehasen vakavaksi
 20.5.2012 Oskun osumat
 20.5.2012 Jalonen: Vielä yksi matsi huippulätkää

- 20.5.2012 Kiekkofanit tappelivat Helsingissä
- 21.5.2012 Kiekkohuuma päättyi pettymykseen
- 21.5.2012 Poliisille kymmeniä ilmoituksia perheväkivallasta
- 21.5.2012 Vain maalit puuttuvat
- 21.5.2012 Koivu valitsi tunnekuohussa sanansa tarkasti
- 21.5.2012 MM-kisojen puheenaiheita
- 21.5.2012 Oskun osumat
- 21.5.2012 Täyden kymppin arvoinen Venäjä
- 21.5.2012 Jalonen syytti itseään
- 21.5.2012 Leijonajoukkueen pelaaja-arviot
- 22.5.2012 Miljoona vuodessa junioreille
- 22.5.2012 HS kysyi kiekkoturisteilta
- 22.5.2012 Megatähdet olivat Helsingissä äiti-Venäjän asialla
- 22.5.2012 NHL on yhä ykköshaave venäläisnuorille
- 22.5.2012 Aitiomyynti hiertää MM-järjestäjiä
- 22.5.2012 Jäähyrohmusta tuli huippuerotuomari
- 23.5.2012 Kaisla
- 24.5.2012 Granlund lähti taalakaukaloon
- 9.6.2012 Paavo Arhinmäki valitsi oikein
- 20.6.2012 Petrell jatkaa Edmontonissa