

# MEDIAN JA URHEILUN VÄLINEN SUHDE

Urheilu ja urheilijat mediassa

Kalle Mäkelä ja Olli Pirttimäki

Opinnäytetyö, syksy 2010

Diakonia-ammattikorkeakoulu, DIAK LÄNSI

Turun toimipaikka

Viestinnän koulutusohjelma

Medianomi (AMK)

*”Toivon, että media käsittelisi nykypäivänäkin asiallisesti tilannetta, jossa joku urheilija sattuu mokaamaan. Toivon, ettei toimittaja lähtisi ainakaan provosoimaan asiaa. Ihmiset uskovat kuitenkin edelleen siihen, että mitä lehdessä tai televisiossa sanotaan niin, että se on fakta.”*

*- Kahdesti olympialaisissa kilpaillut 10-ottelija Johannes Lahti*

## TIIVISTELMÄ

Kalle Mäkelä & Olli Pirttimäki. Median ja urheilun välinen suhde. Urheilu ja urheilijat mediassa, Turku, syksy 2010, 68 s., 2 liitettä.

Diakonia-ammattikorkeakoulu, Diak Länsi, Turun toimipaikka, viestinnän koulutusohjelma, medianomi (AMK).

Opinnäytetyömme tarkoitus on selvittää, millä tavalla media vaikuttaa huippu-urheilijan työhön. Julkisessa ammatissa toimivan ihmisen on jatkuvasti oltava tietoinen omasta käytöksestään. Tutkielmamme keskittyy urheilijoiden ja median väliseen suhteeseen. Lisäksi tarkastelemme urheilujournalismia ja sen uutiskriteereitä, sekä huippu-urheilijan identiteettiä. Urheilun viihteellistyttyä ja kaupallistuttua on urheilijoiden pitänyt keskittyä aiempaa enemmän mediassa esiintymiseen.

Työssä käytetty tutkimusmenetelmä on laadullinen. Tutkimusta varten on haastateltu neljää eri vuosikymmeninä huipulla ollutta tai olevaa urheilijaa, kahta urheilutoimittajaa, urheilupsykologia sekä imagokonsulttia. Haastattelut tehtiin vuoden 2010 kesällä ja syksyllä. Tutkimuksen teoreettisena aineistona on käytetty urheilujournalismia ja psykologiaa käsittelevää kirjallisuutta, tutkimuksia, artikkeleita sekä äänitteitä.

Opinnäytetyön kirjallinen osa ja tuoteosana tehty radio-ohjelma tukevat toisiaan. Tuoteosana on tehty kaksiosainen radio-ohjelma urheilun ja median suhteesta Yleisradion Turun Radiolle syksyllä 2010. Tutkimusta varten tehtyjä haastatteluja on käytetty myös radio-ohjelman materiaalina. Radio-ohjelmaa että sen tuloksia analysoidaan kirjallisessa tutkimuksessamme.

Huippu-urheilijan elämä pyörii täysin urheilun ja urheilijana olemisen ympärillä. Sekä urheilija että media haluavat menestystä. Urheilijan menestyksen hiipussa median kiinnostus urheilijaa kohtaan häviää. Urheilijan menestys sanelee sen, minkälainen julkisuuskuva hänestä yleisölle välittyy. Jos urheilijalla ei ole riittävästi medianäkyvyyttä, on hänen vaikeampi harjoittaa ammattiaan. Herää kysymys, onko medialla jonkinlainen vastuu urheilijasta tai tämän ammatista.

Asiasanat: Urheilu, journalismi, huippu-urheilu, julkisuuskuva, identiteetti

## ABSTRACT

Kalle Mäkelä & Olli Pirttimäki. Relationship between the media and sports. Sports and athletes in the media, Turku, Autumn 2010, 68 p., 2 appendices.

Diaconia University of Applied Sciences, Degree Programme in Communication and Media.

The aim of our study is to clarify how and by which means media affects the identity of a top athlete. In our thesis we study sports journalism and its criterias, the identity of a top athlete and the relationship between the media and sports and athletes. There are many things that affect the development of one's identity such as the success of an athlete, the amount of media attention an athlete garners and the nature of the publicity the media creates.

Our research method was qualitative. For our study we interviewed four top athletes who were or are at the pinnacle of their careers during different decades. In addition, we interviewed two sports journalists, one sports psychologist and one image consultant. The interviews were recorded during the summer and autumn of 2010. The theoretical material of our study consists of literature, research, articles and recordings on sports journalism and psychology.

The literary part of our study supports the productive part of our study. As the productive part, we made a radio program about the relationship between sports and media for Yle's Turun Radio in autumn of 2010. We used the interviews of our study as the main material for the radio program. We analyze both the radio program and its results in the literary part of our study.

The life of a top athlete revolves strictly around sports and being an athlete. Both the athlete and media want success. When an athlete stops being successful, the amount of media attention he will receive decreases. The success of an athlete dictates the kind of public image the media creates for him. If an athlete does not garner enough media attention, it will be harder for him to work as a professional athlete. This leads to a question if media is to be held responsible for the athlete or his occupation.

Keywords: Sports, journalism, performance sports, public image, identity

## SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 URHEILUJOURNALISMI	9
2.1 Urheilujournalismin määritelmä	9
2.2 Urheilujournalismin historiaa	12
2.3 Urheilujournalismin nykytila	13
2.4 Urheilujournalismin kriteerit	15
2.5 Urheilujournalismi tuottaa kovia uutisia	22
3 URHEILU JA MEDIA	26
3.1 Urheilun ja median suhde	26
3.2 Media häiriötekijänä	36
3.3 Journalistin ja urheilijan välinen suhde	40
4 MINUUS JA IDENTITEETTI	43
4.1 Identiteetti käsitteenä	43
4.2 Identiteetin kehitys	45
4.3 Huippu-urheilijan identiteetti	46
5 RADIO-OHJELMA MEDIAN JA URHEILUN SUHTEESTA	51
6 POHDINTA	56
LÄHTEET	64
LIITTEET	
LIITE 1 Haastattelurunko, kysymykset toimittajille	67
LIITE 2 Haastattelurunko, kysymykset urheilijoille	68

## 1 JOHDANTO

Suomessa on vasta viimeisten vuosikymmenten aikana päästy eroon urheilujournalismin konservatiivisesta toimitustavasta. Tekniikan kehittyminen on mahdollistanut uudenlaisten urheilu-uutisten tuottamisen. Perinteisesti urheilujournalismia pidetään tulosten raportointina ja ottelutapahtumien selostamisena. Tällaista urheilujournalismi oli pitkään ja on paikoin edelleen. Opinnäytetyössämme pyrimme selvittämään median ja urheilun välistä suhdetta. Lisäksi tutkimme, millä tavalla median toimintatavat ovat vaikuttaneet huippu-urheilijan identiteetin kehittymiseen. Median viihteellistymisellä on ollut toimittajien työtapoihin suuri vaikutus. Viihdearvojen korostumisen myötä urheilujournalismi on joutunut siirtymään entistä enemmän urheilukentiltä urheilijoiden siviilielämän puolelle. Tämä on johtanut siihen, että urheilijat ovat nykyisin yhtäläillä viihdetaitelijoita, siinä missä muusikot ja näyttelijätkin.

Mediassa esiintyvä henkilö luonnollisesti kiinnostaa ihmisiä. Kiinnostus säilyy kuitenkin vain niin kauan kuin medianäkyvyys kestää. Urheilijat, samoin kuin monet muutkin esiintyvät taiteilijat, ovat usein julkisuushakuisia ja haluavat olla esillä. Varsinkin urheilijan tulee kentän lisäksi olla mediassa ehdottomasti aina muita parempi. Urheilijat ovat huonossa asemassa, koska raja huipulla olemisen ja sieltä hiipumisen välillä tulee väistämättä joskus vastaan. Kun on vuosikymmeniä tottunut huomioon ja tiettyihin rutiineihin, on luonnollisesti vaikeaa, kun ne äkisti vähenevät. Monet urheilusta ”eläkkeelle” jääneet ovat puhuneet tyhjyyden tunteesta. Heille tulee tunne siitä, etteivät he ole olemassa ilman medianäkyvyyttä. Tästä on olemassa monta ikävääkin esimerkkiä.

Opinnäytetyön tuoteosana teimme kaksiosaisen dokumentaarisen radio-ohjelman urheilun ja median suhteesta Yleisradion Turun Radiolle. Selvitimme urheilutoimittajien ja urheilijoiden välistä kanssakäymistä ennen ja nyt. Ensimmäinen osa keskittyy toimittajien työhön ja toimintatapoihin. Toisessa osassa tarkastellaan median ja toimittajien vaikutusta huippu-urheilijoiden toimintaan. Ohjelmassamme on haastateltavina urheilijoita eri vuosikymmeniltä, urheilutoimittajia, imagokonsultti sekä urheilupsykologi. Entisaikaan, kun urheiltiin vielä pelkän maineen vuoksi, ei median

rooli ollut tavattoman merkittävä. Urheilun kaupallistumisen myötä myös median rooli on kasvanut. Urheilijat tiedostavat nykyisin median läsnäolon ja joutuvat jopa miettimään, minkälaisen kuvan itsestään antavat. Tämä ei ole tärkeää vain urheilijan itsensä takia, vaan ennen kaikkea yhteistyökumppaneiden eli sponsorien vuoksi.

Teimme kaikki työhömmme liittyvät haastattelut vuoden 2010 kesän ja syksyn aikana. Haastateltavia oli yhteensä kahdeksan. Heistä neljä oli joko entisiä tai nykyisiä huippu-urheilijoita, kaksi urheilutoimittajaa, yksi urheilupsykologi sekä yksi urheilijoitakin palveleva imagokonsultti. Teimme yhtä lukuun ottamatta kaikki haastattelut henkilökohtaisesti. Vain urheilupsykologi Matti Jaakkolan haastattelun teimme puhelimitse. Haastattelimme kaikki haastateltavat yksittäin ja haastattelut kestivät noin 40 minuuttia. Haastatteluissa käytimme samaa kysymysrunkoa, tosin joissakin haastatteluissa joidenkin kysymysten muotoilu saattoi hieman poiketa. Haastattelumme olivat teemahaastatteluja. Mielestämme teemahaastattelu sopi menetelmäksemme, sillä emme voineet ennalta tietää, mitä haastateltavamme meille tulisivat vastaamaan. Haastattelumme olivat aihepiireiltään samanlaisia ja tärkeintä oli, että jokaisella haastateltavalla oli kokemusta tilanteista, joista haastatteluissa puhuttiin.

Haastateltavat urheilijat valitsimme niin, että jokainen heistä edustaa tiettyä aikakautta. Näin ollen haastattelimme 1960-luvulla olympialaisissa soutanutta Teppo Kesäläistä, 1970-luvun ja 1980-luvun taitteessa kahdesti olympialaisissa kilpaillutta 10-ottelija Johannes Lahtea, 1990-luvulla ja 2000-luvulla suunnistuksen maailmanmestaruuden kahdesti voittanutta Reeta-Mari Kolkkalaa sekä nuorta jalkapalloilun suurlupausta Roope Riskiä. Koska haastattelemamme urheilijat olivat huipulla eri vuosikymmenillä, osaavat he myös antaa eräänlaisen läpileikkauksen siitä, miten urheilujournalismin sisältö ja keinot sen hankkimiseksi ovat muuttuneet ajan myötä. Urheilutoimittajista haastattelimme työhömmme sekä Turun Sanomien urheilupäällikkö Kalle Virtapohjaa että Auran Aaltojen urheilutoimittaja Timo Järvenpää. Heillä on molemmilla pitkä kokemus urheilutoimituksissa työskentelystä. Vaikka he molemmat kuuluvat TS-yhtymän alaisiin tiedotusvälineisiin, he työskentelevät eri tiedotusvälineissä. Tämä seikka auttaa vertailemaan erilaisten toimitusten urheilu-uutisointiin liittyviä käytäntöjä. Urheilijoiden ja toimittajien lisäksi halusimme haastatella myös sellaisia asiantuntijoita, jotka osaavat tarkastella urheilumaailmaa hieman kauempaa. Näin ollen haastattelimme urheilupsykologi Matti Jaakkolaa sekä imagokonsultti Pirjo Joensuuta.

Olympiakomitean kanssa yhteistyötä tekevä Jaakkola on työskennellyt urheilupsykologian saralla jo vuodesta 1998, kun taas Joensuu on toiminut erilaisten ihmisten imagokonsulttina jo yli 20 vuoden ajan.

Seuraamme urheilua aktiivisesti ja olemme huomanneet, että urheilu-uutisointi on usein hyvin samanlaista. Urheilujournalismissa on myös tyypillistä, että urheilijat esitetään erilaisissa rooleissa. Jotkut voivat olla sankareita, toiset taas paineen alla murtuvia pettureita. Työmme tavoitteena on selvittää, miten urheilijat tuntevat ja kokevat median kiinnostuksen ja yleensäkin median kautta julkisuudessa näkymisen. Työtämme suunnitellessamme heräsi ajatus siitä, kuka päättää, millä tavalla urheilija mediassa esitetään ja onko urheilijalla minkäänlaista mahdollisuutta vaikuttaa siihen. Koska urheilua seuraava yleisö voi suhtautua urheiluun erittäin intohimoisesti, halusimme kysyä, onko medially jonkinlainen vastuu siitä, minkälaisessa roolissa urheilija yleisön silmissä esiintyy. Lisäksi toivomme, että työmme auttaa jatkossa sekä urheilijoita että toimittajia työskentelemään keskenään paremmassa yhteisymmärryksessä.

Tämä työ alkaa pureutumalla urheilujournalismiin, sen historiaan ja nykytilaan sekä urheilujournalismin uutisvalintoihin. Urheilujournalismia käsitellään luvussa 2. Seuraavassa luvussa tarkastelemme median ja urheilun välistä suhdetta. Tarkennamme tätä näkökulmaa syventymällä myös urheilutoimittajan ja urheilijan väliseen suhteeseen. Luvussa 4 selvitämme, mitä identiteetti tarkoittaa ja miten se muodostuu. Lisäksi vertailemme huippu-urheilijan identiteettiä niin sanotun normaalin ihmisen identiteettiin. Viidennessä luvussa analysoimme tekemäämme radio-ohjelmaa median ja urheilun välisestä suhteesta.



## 2 URHEILUJOURNALISMI

### 2.1 Urheilujournalismin määritelmä

Urheilujournalismi on yksi joukkoviestinnän osa-alueista, jossa perinteisenä tapana on ollut raportoida urheilutuloksista ja kertoa urheilijoista. Ihmiset ovat tottuneet viihtymään urheilun ja urheilulähetysten parissa. Osaltaan tästä johtuen urheilujournalismi on valinnut viihteellisen tavan toimia. Tarkoituksena on siis viihdyttää ihmisiä ja tarjota heille puheenaiheita. Urheilun joukkotiedotus on viestintää, joka palvelee vastaanottajaa, lukijaa, kuuntelijaa ja katselijaa kolmella tavalla. Ensinnäkin se jakaa uutta tietoa, auttaa jäsentämään sitä laajemmiksi kokonaisuuksiksi ja arvioimaan tietojen merkitystä ja luotettavuutta. Toiseksi urheilun joukkotiedotus tarjoaa tunne-elämyksiä ja esteettisiä kokemuksia. Voimakkaimmin tällaisia elämyksiä välittyy korkeatasoisen urheiluviihteen, suurten urheilukilpailujen ja -tapahtumien välityksellä. Kolmas urheilun joukkotiedotuksen tehtävä on toimintamallien tarjoaminen vastaanottajalle. Tämä nähdään hyvin merkittäväksi liikunnan sosiaalistavan merkityksen kannalta. Yksi keskeinen piirre urheilujournalismissa on sen tapa kertoa mukavista urheiluasioista. Tämä muihin journalismin aloihin verrattuna ehkä jopa leppoisa ja viihteellinen tapa tehdä journalismia on jättänyt leimansa suomalaiseen urheilujournalismiin. (Virtapohja 1998, 63.) Toisaalta kyseinen tapa tehdä urheilujournalismia on tehnyt siitä kaavamaisista ja tietyiltä osin yksipuolista. Viimeisten vuosikymmenten aikana urheilujournalismissa on kuitenkin uskallettu myös rikkoa mukavien urheilu-uutisten kaavaa. Urheilumaailmaa on uskallettu kritisoida ja kyseenalaistaa esimerkiksi huippu-urheilun doping-uutisoinnin myötä. Vielä nykyäänkin puitava 2001 Lahden MM-hiihtojen dopingskandaali on hyvä esimerkki siitä, miten urheilujournalismi on kehittynyt. Hiihto on ollut suomalaisille tärkeä urheilulaji. Lahden dopingjupakka veti hiihdon julkisuuskuvan lokaan. Lisäksi suomalaisten urheilusankareiden perikuvat, itse hiihtäjät, pudotettiin pohjamutiin. Sekä toimittajat että yleisö saivat pettymyksen huomata, että sankarimaiset karpaasit olivatkin vain valeasuisia huijareita.

Liikuntasosiologi Kalevi Heinilä on korostanut, että ennen suuria kisoja urheilutoimittamisessa toistuu sama kaava. Ensin toimittajat luovat ennako-odotukset

mahdollisesta menestyksestä. Tämän jälkeen he seuraavat niiden toteutumista. Lopuksi toimittajat analysoivat ja kommentoivat lopputuloksia. Tätä kaavaa noudattamalla urheilujournalismissa voidaan ohjailta juttujen draaman rakentamista. Näin saadaan hieman vähäisimmistäkin uutisista kovemman luokan juttuja. (Pänkäläinen 1998, 33.)

Urheilujournalismin kritisoijille hyvän tarttumapinnan on tarjonnut se, että suomalaisten urheilutoimittajien työtä on 2000-luvulle asti määrittänyt koulutus, tai pikemminkin sen puuttuminen. Moni urheilutoimittaja työskentelee ylioppilas pohjalla, ja vain harvoilla on jokin akateeminen tutkinto tai edes koulutusta. 1980-luvulla urheilutoimittajien koulutusta ehdotettiin järjestettäväksi muun muassa Jyväskylän yliopiston liikuntatieteellisen tiedekunnan yhteyteen, mutta ajatus jäi toteutumatta. (Pänkäläinen 1998, 7.) Toisaalta voi myös ajatella, onko akateemisella koulutuksella ja urheilujournalismissa keskenään mitään tekemistä. Urheilustahan perinteisesti kirjoitetaan ja kerrotaan melko lailla intohimoisesti. Tällöin ei akateemisesta koulutuksesta ole välttämättä suurta hyötyä. Toisin kuin esimerkiksi politiikassa, ei urheilumaailmassa tarvitse uutisoinnissa tehdä kompromisseja. Kirjaviisauden sijaan urheilutoimittajalle on tärkeämpää tuntea urheilumaailmaa ja osata käsitellä ihmisiä. Tätä ajatusta tukee myös Johannes Lahti, joka edusti Suomea olympiatasolla 10-ottelussa 1970-luvun lopussa ja 1980-luvun alussa. Hänen mielestään, niin kuin urheilijoita, on olemassa myös hyviä ja huonoja toimittajia. Lahden mukaan ammattitaitoiset toimittajat saavat haastateltavasta enemmän irti. Toisaalta mikäli urheilujournalismin toivotaan irtautuvan sitä leimaavasta intohimoisesta urheilumaailman tapahtumien selostamisesta, olisi hyvä, jos toimittajille olisi jonkinlaista akateemista koulutusta. Koulutuksen myötä toimittajalla olisi paremmat valmiudet esimerkiksi tietojen hankintaan ja kriittisyyteen urheilujournalismia tehdessä.

Urheilujournalismia on leimannut aina isänmaallisuus. Urheilijat ovat perinteisesti olleet ”meidän” edustajiamme ulkomailla. Heitä on nostettu jalustalle urheilumedioissa. Tämä on johtanut urheilujournalismin tyypillisen puolueellisuuden piirteen kehittymiseen. Urheilujournalismissa ilmenee myös sukupuolten roolijakoa. Nykyisin miesten ja naisten asema on urheilujournalismissa melko tasa-arvoista, mutta näin ei ole aina ollut (Virtapohja 1998, 33). Pänkäläisen (1998, 8–14) mukaan mitä enemmän urheilu viihteellistyy, sitä enemmän kysyntää on naisurheilijoille. Nykyään

naisten rooli urheiluviihteessä on usein esileikkiin tai jälkipeliin viittaavaa. Esimerkiksi nyrkkeilyotteluissa kehätytöt keimailevat kehässä vähissä vaatteissa, kun ”tosimiehet” puuskuttavat kehänurkkauksissa. Huutosakit puolestaan tekevät pyramideja jääkiekko- ja koripallo-ottelujen tauoilla. Vastaavanlaisissa naisten tapahtumissa ei kuitenkaan näy miehiä viihdyttämässä yleisöä taukojen aikana. Tämä kertoo urheilun ja samalla urheilujournalismin miehisestä maailmasta, johon naisten on aina ollut vaikeaa päästä. Nykyisin naisurheilijoita ja ennen kaikkea naisurheilutoimittajia on tullut lisää, ja heidän arvostuksensa on noussut.

Suomen Urheiluopiston viestintäkouluttaja Marcus Ziemann teki vuonna 2009 kyselyn suomalaisen urheilujournalismin tasosta (Vierumäkeläinen 2009). Kyselyyn osallistui 30 maamme eturivin urheiluvaikuttajaa. Urheilujournalismin sudenkuopat tulivat selvästi esille, riippuen siitä, keneltä asiaa kysyi. Toimittajien itsensä mielestä urheilujournalismi on laadukasta, nopeaa ja elämyksellistä. Kun kysymykseen vastasivat urheilupomot ja muut vaikuttajat, vastausten sävy oli toinen. Urheilupomojen mielestä maamme urheilujournalismi on tarkoitushakuista, asiavirheitä sisältävää ja yllätyksetöntä. Tämä vastakkainasettelu heijastuu väistämättä urheilutoimittajien ja urheilupomojen vuorovaikutukseen ja yhteistyöhön. Kun tarkastelee tilannetta esimerkiksi doping-uutisoinnissa tai jonkun muun negatiivisen uutisen osalta, tämän ristiriidan voi ymmärtää. Toimittajat yrittävät välittää tietoa ihmisille, ja paras tapa herättää ihmisten mielenkiintoa on luoda skuppeja ja kärjittää asioita. Urheilujohtajat ja urheilumaailman vaikuttajat puolestaan pyrkivät usein pesemään kätensä ikävistä asioista ja vähättelemään negatiivisten asioiden merkityksiä. Pahimmassa tapauksessa vastuu sysätään yksittäisten urheilijoiden harteille, kuten osittain kävi Lahden doping-skandaalissa. Urheilijat joutuvat tällöin ikävään ristituleen toimittajien ja urheilupomojen välillä. Urheilijan pitää tehdä päätös, kenen suulla hän lopulta asioista puhuu. Tämä saattaa heijastua siihen, mitä urheilijat sanovat toimittajille haastatteluissa. Käsittelemme urheilun ja median välistä suhdetta lisää luvussa 3.

## 2.2 Urheilujournalismin historiaa

Suomalaista urheilujournalismia on ollut jo 1800-luvun lopusta asti, jolloin perustettiin vielä nykyäänkin ilmestyvä urheiluaiheinen viikkolehti Urheilulehti. Vuonna 1898 helsinkiläinen voimistelunopettaja Ivar Wilksman perusti lehden, joka vielä tuolloin oli nimeltään Suomen Urheilulehti. Yli sadan toimintavuotensa aikana Urheilulehteä on ollut tekemässä monia yhteiskunnallisia vaikuttajia Urho Kekkosesta Lauri ”Tahko” Pihkalaan. (Urheilulehti 2005.) Pänkäläisen (1998, 5) mukaan urheilujournalismin alkutaipaleella 1920-luvulla alalle ei tultu kouluttautumalla, vaan enimmäkseen urheilupiireistä. Urheilujournalismia on sen alkutaipaleesta asti värittänyt lapsenomainen usko urheiluun. Suomea Tokion kesäolympialaisissa 1964 edustanut soutaja Teppo Kesäläinen toteaa, että siihen aikaan ei kovinkaan paljon tehty haastatteluja. Urheilu-uutisointi oli muutenkin melko vähäistä. Aina oli kuitenkin kyse urheilusta, eikä koskaan menty yksityiselämän puolelle. (Kesäläinen, Teppo, henkilökohtainen tiedonanto 10.8.2010.)<sup>1</sup>

Urheilutoimittajat olivat useissa lehdissä ensimmäisiä, jotka eriytettiin muusta toimituksesta. Ensimmäiset urheilu-uutiset tulivat lehtiin jo 1900-luvun alussa. Kuitenkin vasta 1931 Helsingin Sanomiin perustettiin varsinainen urheiluosasto. Samaan aikaan useat lehdet muuttuivat kuusipäiväisistä seitsemänpäiväisiksi. Lehden ilmestyminen myös maanantaisin oli merkittävä asia viikonlopun tuoreiden urheilutapahtumien uutisoinnin kannalta. Helsingin olympiakisat vuonna 1952 vauhdittivat maamme urheilulehdistön kehitystä. Kisojen tapahtumista tiedottaminen oli sanomalehdille kunnia-asia niin teknisellä kuin journalistisellakin tasolla. Nopeudesta tuli tekniikan kehittyessä entistä suurempi uutisvaltti. Tämä edesauttoi iltapäivälehtien syntyä, joihin alkoi ilmestyä henkilöhaastatteluja ja taustajuttuja. Olympialaisten merkitys uutisoinnille on ollut hyvin tärkeä myöhempinäkin vuosina. Esimerkiksi sanomalehti Keskisuomalainen lähetti jo vuonna 1960 Rooman olympialaisiin oman toimittajansa uutisoimaan kilpailujen tapahtumista. Tämä oli vielä tuolloin hyvin poikkeuksellista. (Virtapohja 1998, 36.)

Virtapohjan (1998, 80) mukaan globaali sähköinen journalismi sai edellytykset kaupallisten radioiden saatua toimiluvat vuonna 1985. Jääkiekko onnistui parhaiten

---

<sup>1</sup> Jatkossa lähdeviittemerkintä (Kesäläinen 2010).

hyödyntämään uuden tarjonnan. Otteluselostukset toivat uuden ulottuvuuden urheilujournalismiin, kun häpeämätön kotijoukkueen hehkutus valtasi alaa. Tästä unohtumattomin esimerkki lienee vuoden 1995 jääkiekon MM-kisojen loppuottelu. Antero Mertaranta loi ikimuistoisia mielikuvia Suomen kaadettua jännittävien vaiheiden jälkeen lukuisia pettymyksiä jääkiekkoilussa Suomelle aiheuttaneen naapurimme Ruotsin. Toinen merkittävä urheilujournalismiin vaikuttanut käänne koettiin 1997, kun toinen kaupallinen televisiokanava, Nelonen, aloitti lähetykset. Tämä johti kilpailun lisääntymiseen. Kilpailun myötä erilaisten urheiluaiheisten makasiiniohjelmien määrä lisääntyi. Näissä ohjelmissa myös urheilijoita alettiin esitellä tarkemmin. Siitä lähtien on urheilijoiden täytynyt osata olla luonnollisesti kameran edessä myös kilpailukenttien ulkopuolella. (Virtapohja 1998, 80.)

### 2.3 Urheilujournalismin nykytila

Journalismi on viimeisten vuosikymmenten aikana ottanut valtavia harppauksia viihteellisyyden suuntaan. Urheilujournalismi ei ole tästä poikkeus. Urheilujournalismi on nykyään liiketaloudellisen hyödyntämisvoimien työkalu. Vaikuttaisi hyvin kaukaa haetulta, että joku kustantaja tai tuottaja haluaisi muuttaa toimintaansa, mikäli sen seurauksena tuotot vähenisivät. Viihteellinen sisältö myy. Tuskin journalismin painopistettä halutaan muuttaa vain sen takia, että urheiluun liittyviä humaaneja tai terveydellisiä asioita haluttaisiin tuoda enemmän esiin (Pänkäläinen 1998, 5). Viihteellistymisen lisäksi 1990-luvulla urheilujournalismia muokkasi merkittävästi urheiluviedonlyöntin alkaminen. Urheiluviedonlyönti edellyttää nopeaa tiedonvälitystä. Samalla alkoi korostua taustajuttujen tarve, sillä rahojaan peliin sijoittavat pelaajat halusivat perusteellista tietoa pelikohteista. (Virtapohja, 1998, 63–64.) Urheilujournalismi kytkeytyy tänä päivänä kiinteästi talouteen ja viihdeteollisuuteen. Se on kuitenkin säilyttänyt keskeiset tehtävänsä, eli yleisön informoinnin ja urheilukritiikin. (Pänkäläinen 1998, 5–6.) Pänkäläinen on siinä suhteessa oikeassa, että taloudellinen puoli on vallannut myös urheilujournalismin, mutta urheilukritiikki on aina ollut ja on osittain edelleen melko olematonta. Toki on urheilijoita, jotka ovat joutuneet niin sanotusti toimittajien hampaisiin, mutta edelleen toimittajat kohtelevat urheilijoitamme lähes silkkihansikkain. Urheilujournalismissa esiintyvä kritiikki kohdistuu usein urheilun taustavoimiin, eli urheiluliittoihin ja urheilupomoihin.

Medialla on kuitenkin mahdollisuus lyödä jonkinlainen leima johonkin urheilijaan, mutta sitä harvemmin tapahtuu. Turun Palloseuraa jalkapallon Veikkausliigassa edustava Roope Riski ei koe, että suomalainen urheilumedia leimaisi ketään kovinkaan herkästi.

Ulkomailla se on just sitä, että siellä kun teet yhden virheen, kentällä tai sen ulkopuolella, niin se seuraa sinua monta vuotta. Suomessa ei tällaista oikeastaan olekaan, enkä usko, että kovin moni tällaisia asioita edes miettii. Täällä meillä on kuitenkin niin pienet piirit, että kaikki tietää toisensa ja että kaikki tekee virheitä. (Riski, Roope, henkilökohtainen tiedonanto 5.10.2010)<sup>2</sup>

Kasvanut urheilutarjonta on lisännyt urheilujournalismin tarvetta ja samalla haastetta. Urheilutoimitukset joutuvat entistä enemmän keskittymään vain tiettyihin lajeihin, mikä johtaa tietynlaisen profiilin syntymiseen. Esimerkiksi MTV3 on valinnut selkeästi moottoriurheilun omaksi profiilikseen. Oman haasteen urheilutoimituksille tuo myös urheilun arvokisojen kasvava määrä. Esimerkiksi vuosi 2010 oli urheilujournalismin kannalta erittäin kiireinen, mutta samalla penkkiurheilijoille antoisa. Vancouverissa käydyt talviolympialaiset, jalkapallon MM-kisat ja yleisurheilun EM-kilpailut olivat urheilijoille ja toimittajille suuria tapahtumia. Mukaan mahtui toki paljon vuosittaisiakin tapahtumia, kuten esimerkiksi jääkiekon MM-kisat. Kasvanut urheilutarjonta vaikuttaa luonnollisesti uutisvalintoihin, joista lisää luvussa 2.4.

Sisältöjen valtava määrä voi toimittajien lisäksi aiheuttaa ongelmia myös urheilua seuraavalle yleisölle. Kalle Virtapohja kiteytti haastattelussaan hyvin median sisältöjen muuttumisen ja sen ylitarjonnan vaaran.

Jos ajatellaan nyt vaikka 1900-lukua, niin silloin raportointi keskittyi muutamiin lajeihin ja se oli olympialaisiin painottuvaa. Tänä päivänä se on ympärivuotista. Ei mennä neljän vuoden periodeilla, vaan mennään kaikissa asioissa 24/7-tyylillä. Koko ajan tapahtuu jossakin jotakin tärkeää ja siitä raportoidaan. Uutisten tulva on aivan valtava verrattuna takavuosiin. Toinen asia on se, että eri viestintävälineet vahvistavat toistensa sanomaa. Jos sanomalehti kertoo uutisen aamulla ja radio toistaa sen ja televisio toistaa sen, niin se nostaa joidenkin lajien tai urheilijoiden kiinnostusarvoa. Hyvä esimerkki on vaikkapa formulat. Silloin kun MTV3 näytti formuloita kaikelle kansalle, niin formuloiden seuranta oli äärettömän kiinnostavaa. Ja se kiinnosti todella paljon, kun suomalaiset

---

<sup>2</sup> Jatkossa lähdeviittemerkintä (Riski 2010).

vielä menestyivät. Nyt MTV3 on vienyt formulat maksukanaville, ja se ei näy enää jokaiselle ihmiselle. Näin myös lehdessä olevien formulautisten lukuarvo on pienentynyt tämän seurauksena. Toki myös se, että suomalaiset menestyvät tällä hetkellä heikommin, on vähentänyt sitä formulautisten kiinnostusta. (Virtapohja, Kalle, henkilökohtainen tiedonanto 25.8.2010)<sup>3</sup>

Urheilutoimittajilta vaaditaan nykyisessä hektisessä mediamaailmassa entistä enemmän. Journalismin monimediallisuus valtaa entistä enemmän alaa myös urheilujournalismin piirissä. Jutut täytyy versioda internetiin, radioon, televisioon ja joskus jopa sanomalehteenkin. Varsinaisia deadlineja ei enää ole, vaan toimittaja elää online-maailmassa, jossa juttu julkaistaan heti, kun se on valmis. Jatkuva uutiskilpailu, siitä kenellä on juttu ensimmäisenä julkaistuna, on aiheuttanut myös urheilutoimittajien harmoniaan säröjä. Varsinkin vanhemman sukupolven toimittajat ovat tiukoilla muuttuvalla mediakentällä. Entiset sanomalehtimiehet opettelevat nykyään kuvaamaan videota ja leikkaamaan kuvattua materiaalia, kun taas nuorempi polvi kamppailee perinteisen sanomalehtikirjoittamisen kanssa. Teppo Kesäläisen mielestä raha on muuttanut urheilun vaatimuksia ja samoin valmiuksia. Vielä 1960-luvulla harva urheilija elätti itsensä pelkästään urheillen. Sponsoritoiminnan kehittyminen ja rahamäärien kasvu on mahdollistanut entistä korkeatasoisemman urheilun, mutta samalla vaatimustaso on noussut. Urheilu-uutisointi on popularisoitunut, ja pelkkien urheilusuoritusten raportoinnin lisäksi nykyään mennään hyvin syvälle urheilijan yksityiselämään. (Kesäläinen 2010).

1960-luvulla toimittajat keskittyivät nimenomaan urheiluun liittyviin asioihin. Eivät he kyselleet juuri koskaan mistään siviilielämään liittyvistä asioista. En muista yhtään tapausta, jossa toimittajat olisivat udelleet henkilökohtaisia asioitani. (Kesäläinen 2010.)

## 2.4 Urheilujournalismin kriteerit

Maailmassa tapahtuu päivittäin niin paljon asioita, ettei kaikesta ole mitenkään mahdollista uutisoida. Toimittajien ja toimitusten on aina tehtävä päätöksiä siitä, mitkä

---

<sup>3</sup> Jatkossa lähdeviittemerkintä (Virtapohja 2010).

ovat niitä tärkeimpiä asioita, mistä asioista olisi hyvä tietää ja mitä asioita ihmiset voisivat haluta tietää. Sama pätee uutistoimitusten ohella myös urheilutoimituksiin. Uutistoimituksissa valintojen tekeminen kaikessa informaatiotulvassa saattaa olla kovaakin työtä. Eri tapahtumien ja asioiden painoarvon arvioiminen kuuluu oleellisena osana myös urheilutoimitusten arkirutiineihin. Jokaisesta kilpailusta tai urheilijasta ja hänen taustoistaan ei voida tehdä juttua. Näin ollen urheilutoimitukset tekevät ensisijassa sellaisia juttuja, jotka täyttävät toimituksissa jutuille asetettuja vaatimuksia. Eri toimitusten omakohtaiset kriteerit taas voivat olla tekijöistä riippuen hyvin erilaisia. Urheilutoimittajilta onkin kysytty, mitä he kokevat median haluavan urheilusta yleisölle viestittää (Itkonen, Ilmanen, Matilainen & Jaskari 2008, 70). Kysymykseen vastanneiden toimittajien mukaan median tärkeimmät tehtävät ovat urheilusta uutisoiminen ja tuloksista tiedottaminen. Urheilu-uutisten taustoittamista sekä erityisesti kriittisen kannan merkitystä pidettiin vastaajien keskuudessa myös tärkeinä asioina. Ajatuksena onkin hienoa, että urheilutoimittajat toivovat ja odottavat itseltään ja muilta toimittajilta kriittisen journalismin harjoittamista. Käytännössä kriittinen toimittajantyö ei ole aina välttämättä mahdollista. Urheilu, sitä rahoittavat sponsorit sekä urheilusta kertova ja sitä maailmalle näyttävä media toimivat sellaisessa kolmiyhteydessä, jossa kaikki tarvitsevat toisiaan. Herää kysymys, annetaanko toimittajan tehdä kriittisellä näkökulmalla varustettu juttu jostakin tahosta, joka on sattumoisin toimittajan työllistävän kanavan tärkeä mainostaja. Tai kannattaako esimerkiksi jonkun lehden tehdä negatiivissävyinen juttu jostakin lajista, joka on samaisen lehden tärkeimpien lajien joukossa. Journalistien omien mieltymysten lisäksi pelkästään toimittajien lukumäärä toimituksissa vaikuttaa siihen, minkä arvoisena mitäkin asiaa toimituksessa pidetään. On eri asia luoda listaa juttukriteereistä, jos yhdessä toimituksessa työskentelee kymmenen toimittajaa ja toisessa huomattavasti vähemmän. On myös normaalia, että esimerkiksi radioasemalla urheilutoimituksen muodostaa vain yksi toimittaja (Järvenpää, Timo, henkilökohtainen tiedonanto 8.10.2010.)<sup>4</sup> Urheilu-uutisoinnissa kriteerit määräytyvät luonnollisesti toimituksen omien mieltymysten mukaan. Toimituksissa sovitaan, mitä urheilulajeja seurataan ja kuinka tarkasti. Tehtiin toimituksessa sitten lehti-, radio- tai tv-uutisia, keskittyä urheilu-uutisointi pääosin päivittäisten urheilutulosten läpikäymiseen (Järvenpää 2010). Sanoma- tai päivälehtiuutisoinnin kriteerit määräytyvät lähtökohtaisesti sen mukaan,

---

<sup>4</sup> Jatkossa lähdeviittemerkintä (Järvenpää 2010).



minkälainen lehden vastaanottajakunta on. On myös hyvin mahdollista, että joissakin toimituksissa tehdään tietoinen päätös korostaa jotain tiettyä lajia. Esimerkiksi MTV3:n laajan moottoriurheilutarjonnan voisi ajatella houkuttelevan tietynlaisia mieskatsojia. Jokin lehti voi taas panostaa muiden lajien ohella salibandyyn tai johonkin muuhun nuorekkaaksi koettuun lajiin. Tällainen linjaus olisi siis pyrkimys saada lehdelle lukijoita myös nuorison joukosta (Itkonen ym. 2008, 11).

Uutisoitaessa on aina pidettävä mielessä se, kenelle lehteä tehdään. Turun Sanomien urheilupäällikkö Kalle Virtapohja toteaa, että Turun Sanomien kaltaiselle maakuntalehdelle on tärkeää uutisoida juuri oman alueen urheilu-uutisista ja urheiluun liittyvistä tapahtumista. Maakuntalehteä pienemmissä paikallislehdissä on normaalia kirjoittaa suhteellisen laajastikin oman paikkakunnan urheilijoiden tai joukkueiden menestyksistä. On myös tavallista, että jo vuosia ulkomailla ammattiaan harjoittaneita urheilijoita pidetään edelleen oman kylän poikina. Esimerkiksi Saku Koivu on edelleen mediassa ihan yhtä turkulainen kuin ennenkin, vaikka hän on pelannut jääkiekkoa amatikseen Pohjois-Amerikassa jo yli kymmenen vuotta. Tällaisen urheilijoiden esittämisen oman kylän poikina ja tyttöinä voidaankin katsoa toimivan eräänlaisena paikallisen identiteetin kohottamisena (Itkonen ym. 2008, 72). Toki sanomalehdessä julkaistaan myös kansallisia ja kansainvälisiä urheilu-uutisia siitä huolimatta, että kyseessä olisi maakuntalehti. Esimerkiksi Turun Sanomien lukijoita saattaa kiinnostaa kaukana Turusta järjestettävät urheilutapahtumat. Lopulta toimittajalta vaaditaan ammattitaitoa siten, että tämän tulee itse arvioida, kuinka kiinnostavia erilaiset jutut vastaanottajakunnan silmissä ovat. (Virtapohja 2010.)

Toimittajien täytyy siis arvioida, minkälaiset urheilu-uutiset yleisöä kiinnostavat. Virtapohjan (2010) mukaan ensimmäinen ja tärkein kriteeri uutisointia miettiessä on menestys. Virtapohjan mukaan huippu-urheilussa on kysymys menestyksestä ja sen tavoittelusta, ja juuri sen takia urheilujournalismi on lähtökohtaisesti kiinnostunut juuri huippu-urheilusta. Urheilijan merkittävyys alueellisesti on tämän saavutusten ohella myös merkittävä tekijä.

Kiinnostava yksilö on Varsinais-Suomen paras tai ainakin huipulla tai jopa edustaa jo Suomea. Kaikista kiinnostavin on kuitenkin se, jolla on menestystä. Se on ehkä tylsää, mutta näin se on. (Järvenpää 2010.)

Menestyksen mukaan toimittajien on helpompi arvioida sitä, kuka urheilija on milloinkin tarpeeksi kiinnostava. Järvenpää toteaaakin, että useimmiten se on juuri toimittaja itse, joka päättää, kuka urheilija on riittävän kiinnostava uutisoitavaksi. Toisaalta on myös mahdollista, että yleisöltä tulee toimitukseen niin paljon pyyntöjä ja voimakasta mielenkiintoa jotain tiettyä urheilijaa kohtaan, että toimittajien pitää se huomioda (Järvenpää 2010). Jotta urheilijasta tai tämän lajista tulisi sellainen, että media siitä kiinnostuisi, tulisi urheilijan tai lajin olla median mielestä sekä uskottava että luotettava (Itkonen ym. 2008, 11). Menestys tekee lajista tai urheilijasta kiinnostavan lisäksi uskottavan. Mikäli urheilija on teoillaan todistanut olevansa menestynyt, laskee myös kynnyksensä siihen, että hänen aikaansaannoksistaan uutisoitaisiin. Sama pätee urheilulajeihin. Mikäli jostakin lajista on totutusti tullut menestystä, pysyy laji median silmissä kiinnostavien lajien listalla. On kuitenkin huomattava, että pelkästään urheilijan menestyminen lajissaan ei takaa sitä, että media kiinnostuisi joko itse urheilijasta tai ylipäätään tämän lajista. Toisin sanoen, pelkästään urheilullinen menestys ei tee urheilulajista uskottavaa suuren yleisön silmissä.

Kuitenkaan mikä tahansa menestys ei riitä kiinnostavuuden takaamiseksi, vaan jälleen toimittajan tulee arvioida kriteerejä sille, kuinka kiinnostava kukakin urheilija vastaanottajakunnan mielestä voisi olla. Tällöin toimittajan tulee huomioda se laji, jossa urheilija on menestystä saavuttanut. On mietittävä, onko kyseisellä lajilla sen verran perinteitä, että siitä uutisointi voisi kiinnostaa. Ovatko kyseisen lajin harrastajamäärät sen verran suuria, että siitä uutisointi tyydyttäisi suurta lukijakuntaa. Jotta urheilulaji kohoaisi median silmissä potentiaaliseksi tuotteeksi, tulisi lajilla olla seuraajia sekä median välityksellä että paikan päällä katsomoissa. Mediassa on helpompi nostaa esille uskottavia lajeja, joita ihmiset jaksavat seurata niin aktiivisesti, että he eivät tyydy lukemaan lajista pelkästään lehden sivuilta, vaan löytävät tiensä myös paikan päälle (Itkonen ym. 2008, 11). Mediayhtiöiden perimmäinen tarkoitus on kuitenkin se, että heidän pitäisi onnistua kaupallisesti ja tehdä voittoa. Kun esimerkiksi televisiokanavalla pohditaan, tulisiko panostaa jonkun urheilutapahtuman näyttämiseen, pitää aina miettiä, onko kyseisellä urheilutapahtumalla riittävästi yleisöä ja sitä kautta kiinnostusta. Mikäli urheilutapahtumalla ei ole kanavan toiminnan kannalta riittävästi yleisöä, ei kanavan myöskään ole kannattavaa satsata suuria tuotantokuluja sellaiseen asiaan, jonka tuottamat mainostulot jäävät tuotantokuluja pienemmiksi (Itkonen ym. 2008, 65). Myös urheilijan iällä on merkitystä. Esimerkiksi

12-vuotiaan juoksijan saavuttamien tuloksien ei voida ajatella kiinnostavan miljoonaa lukijaa (Virtapohja 2010). Toki on ajateltava, että esimerkiksi 12-vuotiaan juoksijan tulos ja saavutukset voivat hyvinkin kiinnostaa yleisöä pienemmässä mittakaavassa. Tällöin muun muassa pienemmille paikallislehdille on ihan luonnollista uutisoida esimerkiksi lukijakunnan oman alueen urheilijan edesottamuksista.

Ei siis voida ajatella, että media suhtautuisi samalla tavalla huippu-urheilijoihin ja alemmilla tasoilla kilpaileviin urheilijoihin. Pelkästään huippu-urheilijoiden käytössään olevat resurssit ovat normaaleihin urheilijoihin verrattuna mittavimmat. Urheilijat voisi asettaa janalle, jonka toisessa päässä ovat kovimmat huippu-urheilijat ja toisessa päässä huomattavasti pienemmällä resursseilla toimivat korkeintaan puoliammatilliset urheilijat. Nämä urheilijat eivät kuitenkaan voi toimia täysipäiväisesti urheilijoina. Välimatka janan ääripäiden välillä on aika raadollinen. Huippu-urheilijoiden managerit ottavat yhteyttä mediaan ja kertovat erilaisista tiedotustilaisuuksista ja tarjoavat ajankohtia, jolloin urheilijat olisivat tavattavissa. Janan toisessa päässä ovat taas urheilijat, jotka soittelevat itse lehtiin ja pyytävät, että heistä tehtäisiin juttua. (Virtapohja 2010.) Mikäli urheilija tai joku muu urheilijan taholta ottaa yhteyttä mediaan, heidän motiivinsa ovat janan molemmissa päissä samanlaisia. Urheilijoille halutaan medianäkyvyyttä ja sitä kautta palstatilaa lehdistä. Halutaan myös, että urheilijoista kirjoitettaisiin myönteinen uutinen. Lopulta lehteen asti päätyvät uutiset määräytyvät sen mukaan, mitkä asiat toimittajat arvioivat ja kokevat olevan riittävän kiinnostavia. Tällöin huippu-urheilijat ovat etulyöntiasemassa alemmilla tasoilla kilpaileviin urheilijoihin nähden.

Yleisön silmissä urheilija voi olla kiinnostava koko uransa ajan. Kun urheilija on lopettanut huipulla, voi myös yleisön kiinnostus lopahtaa. Toki jo uransa lopettanut urheilija voi säilyttää asemansa kiinnostavana ihmisenä muilla avuilla. Siihen, onko jo lopettanut urheilija enää kiinnostava, vaikuttavat monet eri tekijät.

Se riippuu siitä, mitä urheilija uransa jälkeen tekee. Kaikki eivät onneksi ole mattinykäsiä tai mikamyllylöitä, on myös sellaisia, jotka pitävät paikkansa urheilun parissa jollain tavalla. Toisaalta olihan Paavo Nurmi menestyvä liikemies sen jälkeen, kun hän lopetti juoksemisen. Pääsääntöisesti kiinnostus kuitenkin loppuu, kun ura loppuu. Siinä voi mennä puoli vuotta tai vuosi, mutta sitten kiinnostus hiljalleen hyytyy, koska tilalle tulee uusia urheilijoita. (Järvenpää 2010.)

Journalistisessa mielessä merkittävää menestystä saavuttanut urheilija kiinnostaa mediaa usein kuitenkin vain niin kauan kuin urheilijan menestys jatkuu (Virtapohja 2010). Esimerkiksi Suomen ennätyksen tehnyt seiväshyppääjä on tällä hetkellä kiinnostava, mutta mikäli hän ei paranna tulostaan seuraavan kauden aikana, ei ennätyksen rikkominen tunnu enää kiinnostavalta asialta. Kun seiväshyppääjä voittaa joka vuosi mestaruuden, muttei silti pysty parantamaan tulostaan, alkaa hänen mestaruutensa menettää uutisarvoaan. Tällöin tuntuu enemmänkin siltä, että niistä asioista on jo kerrottu moneen kertaan. Vaikka urheilujournalismi on kiinnostunut pääosin menestyksestä, kaivataan myös menestykseen uudenlaisia ulottuvuuksia, jotta se jaksaisi kiinnostaa yleisöä. (Virtapohja 2010.)

Urheilujournalismi on tavallaan tarinankerrontaa. Yleisön kiinnostus ja nälkä saada tarinalle jatkoa ikään kuin kasvaa koko ajan. Menestystä on tultava, jotta tarina taas lähtisi elämään. Mikäli tarina jää junnaamaan paikoilleen, siitä tulee aika tylsä. (Virtapohja 2010.)

Medialta voi saada huomiota myös niin, että on yksilönä jollakin tavalla tarpeeksi kiinnostava (Virtapohja 2010). Media seuraa nykyään urheilijoita erittäin tarkasti, ja yksilöitä korostetaan enemmän kuin aikaisemmin. Toisaalta, jotta yksilö saisi näkyvyyttä, odotetaan häneltä jotain muutakin kuin pelkkiä tuloksia. Jos urheilijassa on sellaista särmää ja kiinnostavuutta, että hänen tarinaansa voidaan niiden avulla lihottaa, voi tällaisesta urheilijasta tulla eräänlainen kestopuosikki. (Virtapohja 2010.)

Menestystähän pääsääntöisesti yleensä haetaan. Toisaalta vaikka urheilija ei olisikaan ihan huipulla, mutta hänellä on hyviä mielipiteitä ja hän on sanavalmis, niin kyllä sellainenkin urheilija voi olla kiinnostava. Urheilijan persoonallisuus voi siis ratkaista aika paljonkin. (Järvenpää 2010.)

Virtapohjan mukaan yksi urheilujournalismin tärkeimmistä kriteereistä on se, että menestyvä urheilija on kiinnostava. Hän myöntääkin, että tällainen lähtökohta saattaa luoda urheilijalle paineita saavuttaa menestystä ja medianäkyvyyttä. Nämä ovat tärkeitä, jotta urheilijalla olisi mahdollisuus saada yhteistyökumppaneita. Virtapohja tosin toteaa uskovansa, että huippu-urheilijan oma sisäinen menestyksen ja kehittymisen nälkä on suurempi kuin median luoma, ulkoa tuleva paine (Virtapohja 2010). Vaikka urheilijan oma tarve menestyä ja voittaa itsensä voi päihittää ulkoiset

häiriötekijät, tulee urheilijan uralla väistämättä vastaan hetki, jolloin tämä ei enää kaikesta yrityksestään huolimatta saavuta menestystä. Viimeistään tällaisessa tilanteessa voivat median ja yleisön kasaamat menestysodotukset käydä liian häiritseviksi urheilijan keskittymisen kannalta. Toisaalta Järvenpää (2010) muistuttaa, että vaikka media voi luoda paineita urheilijalle, myös yleisö luo odotuksillaan ja vaatimuksillaan paineita. Tällaisesta kuviosta on kehkeytynyt eräänlainen noidankehä. Mikäli yleisön todetaan haluavan saada tietoa jostakin urheilijasta, vastaa media yleisön kysyntään. Mitä enemmän mediassa huomataan, että jokin urheilija kiinnostaa yleisöä, sitä enemmän tämä saa näkyvyyttä. Lisääntyvä medianäkyvyys taas tarkoittaa sitä, että urheilijaa ja tämän tekemisiä tarkastellaan mediassa yhä tarkemmin, kriittisemmin ja erilaisista näkökulmista. Median lisääntynyt kiinnostus urheilijasta siis kasvattaa yleisön suunnasta urheilijaan kohdistuvaa painetta. Tämä toimii myös toisinpäin, eli yleisön kasvava kiinnostus urheilijaa kohtaan aiheuttaa sen, että median on seurattava urheilijaa yhä voimakkaammin ja yhä useammin. Urheilijan on taas pystyttävä sopeutumaan elämään yleisön ja median odotusten keskellä. Sekä yleisön toiveista syntyvä kysyntä että median työllään luoma tarjonta ovat edellytyksiä sille, että huippu-urheilija voi harjoittaa urheilemista ammattinaan. Periaatteessa voisikin sanoa, että juuri yleisö, eli lehtien lukijat ja lähetyksien katsojat ja kuuntelijat, ovat niitä, jotka nämä paineet luovat. Mediahan on lopulta vain väylä ihmisten välillä. Siispä varsinaisesti media ei välttämättä luo yhtään mitään. Se vain antaa isolle joukolle mahdollisuuden kokea ja olla jotakin mieltä. Toisaalta, juuri tällainen tapa tarjota ihmisille puheenaiheita ja syitä ottaa voimakkaasti kantaa asioihin, on median tapa tehdä itsestään kiinnostava ja myyvä artikkeli. Kun media ruokkii yleisöä kiistanalaisilla jutuilla, on yleisön kiinnostus taattua. Kiinnostuksen myötä median tuottamat jutut myyvät. Lopulta se onkin yleisön kiinnostus ja heiltä saadut tulot, jotka määräävät millaista journalismia voittoa tavoittelevan tahoon kannattaa harjoittaa. Tästä syystä esimerkiksi arvokisoja edeltävät menestyspaineita luovat kirjoittelut tulevat pysymään lehtien sivuilla myös tulevaisuudessa.

Media on tänä päivänä liikaa häiriötekijä. Se menee taas siihen, että lukijat sitä vaativat. Barcelonan EM-kisojen alla kirjoitettiin valtavasti Suomen tavoitteista ja siitä, mitä urheilijoilta odotetaan. Heille luotiin valtavia paineita. En näe sellaista uutisointia hyvänä, mutta sitä tapahtuu ja se on valitettavasti nykyaikaa. (Järvenpää 2010.)

Laura Saarenmaa kirjoittaa Journalismikritiikin vuosikirjassa 2010 artikkelissaan Kuningaskotkan kosteat kisareissut – miesurheilijat ja alkoholi mediassa seuraavasti:

Jortikka kommentoi Iltalehdessä, ettei näe itseään nuorison roolimalliksi ja katsoi siten saavansa viettää vapaa-aikaansa missä ja miten tahtoi. Samaa mieltä taisivat olla monet muutkin. Kansalaiskeskustelua ei aiheesta syntynyt eikä esimerkiksi Helsingin Sanomat tarttunut aiheeseen lainkaan. Jortikan yöllisen alennustilan ikuistaminen iltapäivälehdessä sivulle on tympeä esimerkki juoru- ja iltapäivälehtien veriseksi muuttuneen irtolukijakilpailun ja kännykkäkameroiden mahdollistamasta kyttäyskulttuurista, jonka takia jokainen vähänkään nimekäs henkilö on vaarassa tulla kuvatuksi nolossa tilanteessa ja nostetuksi moraalista paheksuntaa huokuviin otsikoihin. Jortikan anteeksipyytelemätön asenne ja asema nuorten jääkiekkoilijoiden valmentajana pakottavat kuitenkin kysymään, miten urheiluväen alkoholinkäyttöön suomalaisessa mediajulkisuudessa ylipäätään suhtaudutaan. (Saarenmaa, 2010, 136.)

Tämä kuvastaa hyvin paitsi median, myös suuren yleisön, suhtautumista miesten alkoholin käyttöön. Kyseisessä tapauksessa kiinnostusarvoa toi monia mestaruuksia urallaan saavuttanut jääkiekkovalmentaja Hannu Jortikan mediastatus. Jos kyseessä olisi ollut tavallinen kansalainen, ei kyseinen tapaus olisi koskaan päässyt esille mediassa. Toisaalta Jortikan oma suhtautuminen kummastuttaa todella paljon. Hän ei näytä olevan moksiskaan negatiivisesta medianäkyvyydestä. Jos ajatellaan, että kyseessä olisi ollut tunnettu naishenkilö tai peräti naisurheilija tai -valmentaja, olisi kohu ollut varmasti suurempi. Edelleenkin suomalaisessa yhteiskunnassa ei tunnuta hyväksyvän naisten juomista verrattuna miesten juomiseen. Tämä heijastuu myös urheilusponsorointiin. Monilla miesjoukkueilla tai -urheilijoilla on olut- tai muita alkoholisponsoreita. Naisjoukkueiden tai -urheilijoiden osalta alkoholisponsoreiden määrä on vähintäänkin marginaalinen.

## 2.5 Urheilujournalismi tuottaa kovia uutisia

Journalistin tehtävä on välittää ihmisille tietoa asioista, joita maailmalla tapahtuu. Joidenkin tapahtumien uutisarvot ovat korkeampia kuin toisten. Esimerkiksi yhteiskunnallisesti merkittävät asiat tai monien ihmisten elämiin vaikuttavat katastrofit ovat toimivia esimerkkejä niin sanotuista kovista uutisista. Kova uutinen on sellainen uutinen, jonka voidaan katsoa olevan päivän merkittävimpien uutisten joukossa.

Uutisen merkittävyyttä korostaa se, kuinka vakavasta asiasta uutisessa puhutaan. Uutisen vakavuutta arvioitaessa, yhteiskunta voidaan jakaa neljään eri tasoon (Halonen 2002). Intiimiin alueeseen kuuluvat ihmisille henkilökohtaiset asiat, kuten koti, perhe ja erilaiset juhlat. Talouden alue keskittyy esimerkiksi erilaisten yritysten toimintaan. Kulttuurin alue pitää sisällään muun muassa urheilun ja taiteen. Neljäs yhteiskunnan taso on politiikan alue. Se, mihin tasoon uutisessa käsiteltävät asiat kuuluvat, määrittävät osaltaan uutisen kovuuden. Esimerkiksi intiimin alueen asioista voidaan tehdä erilaisia pehmeitä lifestyle-uutisia. Toisaalta taloudellisista asioista ei juuri tehdä muita kuin kovia uutisia. Suurin ero kovan ja pehmeän uutisen välillä on se, että pehmeää uutista ei pidetä niin vakavana kuin kovaa uutista. (Halonen 2002.) Kalle Virtapohjan mukaan myös urheilujournalismissa on kovia uutisia siinä missä muillakin journalismin aloilla. Virtapohja toteaa, että esimerkiksi yleisurheilu on niin perinteikäs ja vanha laji, että kun joku yleisurheilija tekee Suomen ennätyksen tai maailmanennätyksen, on se kova uutinen. Yleisölle tärkeissä lajeissa tehtyjä ennätyksiä ja aluevaltauksia ei voi kuitata vain tulospörssissä pelkinä tilastoina. (Virtapohja 2010.) Urheilujournalismissa keskitytään kuitenkin muuhunkin kuin pelkästään urheilukentillä saavutettuihin tuloksiin. Itse kentällä tapahtuva urheilusuoritus on laajemmasta perspektiivistä tarkastellen erilaisten asioiden ja tekijöiden lopputulos. Jari Kupila huomauttaakin (Julkinen sana 2010), että urheilujournalismista puhuminen on sinänsä hieman harhaanjohtavaa. Hänen mielestään urheilu on vain yksi journalismin ala siinä missä esimerkiksi talous tai kulttuurikin. Urheiluun liittyvät asiat juontavat usein juurensa juuri taloudellisesti tai kulttuurisesti merkittäviin asioihin. Se, että joku tekee jääkiekko-ottelussa maalin tai joku valmentaa ottelussa esiintyvää joukkuetta, on vain yksi taso sitä kokonaisuutta, että kyseinen jääkiekko-ottelu ylipäätään pelataan. Yhden urheilutapahtuman taustalla tapahtuu erilaisia mielenkiintoisia asioita, joista pelkässä otteluraportissa ei kerrota. Se, miksi paikkakunnalle on ylipäätään rakennettu jäähalli voi johtua muustakin kuin halusta pelata jääkiekkoa. Se, miksi yleisö on saapunut paikalle katsomaan ottelua, ei välttämättä johdu vain siitä, että kotijoukkue on juuri tehnyt maalin. Kupila toteaaakin, että urheilu-uutisoitua ajatellessa asioita olisi hyvä tarkastella juuri talous- tai kulttuuritutkijan silmin (Julkinen sana 2010). Etenkin huippu-urheilu on nykyään todella ammattimaista toimintaa, ja urheilun maailmassa liikkuu paljon rahaa. Urheilu on valtavan suuri elinkeino, joten sen taloudellinen merkittävyys takaa sen, että urheilu-uutisoinnissa tulee olemaan kovia ja kiinnostavia uutisia.

Kun esimerkiksi puhutaan jonkun kiinnostavan urheilijan tai valmentajan työsuhteen päättymisestä, on kyseessä kiinnostava uutinen. Tällöinhän puhutaan juuri ihmisten ammateista. (Virtapohja 2010.)

Niin sanotuista kovista uutisista puhuttaessa ei kuitenkaan kyse ole aina välttämättä siitä, että joku urheilija rikkoo vanhan ennätyksen tai joku päävalmentaja saa seurajohdolta potkut huonosti sujuneen kauden takia. Vaikka uutinen, jossa joku on juuri menettänyt työpaikkansa tai jäänyt kiinni kiellettyjen piristeiden käytöstä, on varmasti yleisöä kiinnostava, ei kovan uutisen tarvitse aina olla sisällöltään negatiivinen. Lisäksi jutun uutisarvoa punnittaessa on myös muistettava ottaa huomioon se, missä juttu on tarkoitus julkaista. Valtakunnallisessa levityksessä olevan lehden kovat uutiskärjet saattavat helposti olla esimerkiksi taloudellisesti tai yhteiskunnallisesti merkittävämpiä kuin vaikkapa jonkun huomattavasti pienemmälle lukijakunnalle tarkoitettun lehden omat skuupit. Lopulta kyse on uutisesta, jota mikään taho ei ole vielä aikaisemmin missään julkisuuteen kertonut.

Jokainen toimittajahan etsii sitä skuuppia, eli kovaa uutista. Itsekin metsästäin aina sitä juttua, mitä kukaan ei ole vielä julkistanut. Ei niitä hirveästi tule, mutta joskus vain satut olemaan oikeassa paikassa oikeaan aikaan tai sinulla on hyvät kontaktit, jolloin se uutinen lipsahtaa ekana sinulle. (Järvenpää 2010.)

Kalle Virtapohja kertoo Mikko Partasen ja Kalle Lambergin Urheilutoimittajien kootut sattumukset -teoksessa sattuman merkityksestä kovan uutisen löytämisessä:

Ollessani kesätoimittajana Keskisuomalaisen urheilutoimituksessa kesällä 1986 opin erityisesti sen, että toimittajan pitää yrittää löytää oma näkökulma asioihin. Lappeenrannan eliittikisojen tähtenä samana kesänä oli 400 metrin aitajuoksua pitkään hallinnut Edwin Moses. Haastattelun jälkeen poikkesin kisatoimistossa, jossa oli yllättävän kova kuhina. Syykin selvisi: Moses oli pyytänyt järjestäjiä hankkimaan itselleen allergialääkettä. Näin sain juttuuni kärjen Moseksen allergiasta. Sillä kertaa onnistuin tekemään sellaisen jutun, jota muilla lehdillä ei ollut. (Partanen & Lamberg 2003, 193.)

Urheilu-uutiset eivät kuitenkaan yleensä kiilaa niin sanottujen normaalien kovien uutisten edelle. Esimerkiksi politiikkaan liittyvät uutiset, kuten eduskuntavaalit tai budjettineuvottelut, ovat uutisarvoltaan kovempia juttuja kuin urheilu-uutiset. Toisaalta urheilua käsittelevien juttujenkin taustalta voi löytyä erilaisia yhteiskunnallisia asioita.



Helsingin yliopiston viestinnän laitoksen tutkija Sanna Valtonen huomauttaakin, että myös muut toimittajat kuin urheilutoimittajat tekevät juttuja, jotka voivat liittyä urheiluun tai urheilijoihin (Julkinen sana 2010). Näissä jutuissa näkökulmat ovat kuitenkin perinteisestä urheilujournalismista poikkeavia. Valtonen mukaan esimerkiksi taloustoimittajat saattavat tarkastella jotakin urheiluun liittyvää asiaa ja sen yhteiskunnallisia merkityksiä hyvin erilaisista lähtökohdista urheilutoimittajiin verrattuna. Lopulta kyse on kuitenkin siitä, kuinka suurta osaa vastaanottajakunnasta mikäkin uutinen voisi kiinnostaa. Median on aina muistettava se, kenelle sisältöä tuotetaan. Oli kyseessä maakuntalehti, alueellinen televisiokanava tai valtakunnallinen radiokanava, jokainen yleisölle journalistista sisältöä tuottava taho määrittelee itselleen sen, minkälaiset ihmiset ovat heidän kohdeyleisöään. Esimerkiksi Turun Sanomien kaltaisella maakuntalehdellä on laaja lukijakunta. Kun vastaanottajakunta on laaja, on luonnollista, että heidän joukossaan on paljon ihmisiä, jotka ovat kiinnostuneita erilaisista asioista. Vaikka urheilutoimittaja olisikin mielestään löytänyt etusivun paikan ansaitsevan skuupin, on asiaa punnittava koko yleisön silmin. Samoin taloustoimittajan kova uutinen ei välttämättä päädy lehden tärkeimpien juttujen joukkoon, mikäli sen ei kuitenkaan koeta kiinnostavan riittävän laajaa lukijakuntaa. Näin ollen esimerkiksi meneillään olevista eduskuntavaaleista uutisoiminen ei kuitenkaan suoraan tarkoita sitä, ettei urheilu-uutisille olisi sijaa lehden pääuutisissa.

Jos suomalaisille tärkeä ja heitä paljon kiinnostava urheilija, kuten Kimi Räikkönen ilmoittaisi, että hän tekisi paluun formula-auton rattiin, olisi se varmasti lehden premiuutisten joukossa myös eduskuntavaalien aikana. (Virtapohja 2010.)

### 3. URHEILU JA MEDIA

#### 3.1 Urheilun ja median suhde

Urheilu ja urheilujournalismi elävät nykyään tiiviissä symbioosissa. Urheilu on sadan vuoden aikana raivannut oman tilansa mediakentältä politiikan, talouden ja viihteen joukkoon. Olympiaurheilusta tuli suurten massojen viihdettä television tulon myötä. Vuoden 1960 Rooman olympiakisat olivat alkusoittoa alkavalle mediavyörille. Juuri television tulo nosti urheilun ja varsinkin olympialaiset aivan uudelle julkisuuden tasolle. Urheilun saapuminen suurten massojen ulottuville edesauttoi kisojen rahoitusta mahdollistamalla tehokkaan mainonnan. Tämä johti sponsoreiden kiinnostumiseen, mikä puolestaan auttoi parhaita urheilijoita tulemaan entistä tunnetuimmiksi ja rikkaammiksi. (Virtapohja 1998, 110–113).

Television tuomat tulot ovat viimeisten kymmenien vuosien aikana nousseet olympiakisojen suurimmaksi tulonlähteeksi. Tästä syystä kisajärjestäjät ovat joutuneet kuuntelemaan median edustajia entistä enemmän. Nykyisin televisio pääsee sanelemaan lähes kaiken. Se pystyy vaikuttamaan kisapaikkakunnan valintaan ja kisa-aikatauluihin. Urheilu onkin muuttunut nykyään enemmän tai vähemmän mediaurheiluksi. (Virtapohja, 1998, 111–115.) Tästä johtuen myös huippu-urheilija joutuu väistämättä tekemisiin median kanssa. Hänellä ei ole oikeastaan muuta mahdollisuutta, sillä medianäkyvyys luo paremmat valmiudet ja resurssit harjoittaa omaa ammattiaan. Julkisuus onkin nykyään hyvin vahvasti läsnä huippu-urheilussa, ja huippu-urheilijoita voi helposti kutsua julkkiksiksi (Jaakkola, Matti, henkilökohtainen tiedonanto 14.7.2010.)<sup>5</sup>

Huippu-urheilu on käsitteenä muuttunut ajan myötä eräänlaiseksi tuotteeksi. Lisääntyneen julkisuuden myötä huippu-urheilusta on tullut yhä ammattimaisempaa ja viihteellisempää. Kasvavien yleisömäärien myötä huippu-urheilu on muuttunut niin, että sen yksi tehtävä kaiken muun ohella on houkuttaa ja viihdyttää yleisöä (Itkonen ym. 2008, 10). Samalla kun urheilua muokataan yleisöystävällisemmäksi, myös urheiluun keskittyvä media pyrkii saamaan oman osansa esimerkiksi suosituiksi

---

<sup>5</sup> Jatkossa lähdeviittemerkintä (Jaakkola 2010).

todetuista urheilutapahtumista. Etenkin merkittävien arvokilpailujen aikana urheilu-uutisointi keskittyy pääosin juuri ajankohtaisten kilpailujen käsittelemiseen. Esimerkiksi olympialaiset ja jalkapalloilun MM-kilpailut keräävät television eteen satoja miljoonia katselijoita. Näin suuria yleisöjä keräävät massatapahtumat aiheuttavat sen, että myös urheiluun keskittyvästä mediasta on muodostunut eräänlainen tuote. Enää mediassa ei tyydytä pelkästään siihen, että raportoidaan kilpailujen tuloksista ja kohokohdista. Nykyään esimerkiksi jalkapallon MM-kisoja käsitellään mediassa jo reilusti ennen koko tapahtuman alkua. Urheilutapahtumat saavat mediassa runsaasti näkyvyyttä siis ilman, että kyseinen tapahtuma olisi edes käynnissä. Mediassa vasta tuloillaan olevasta tapahtumasta voidaan tehdä ajankohtainen tekemällä esimerkiksi aiheeseen liittyviä ja sitä taustoittavia juttuja. Esimerkiksi television urheilu-uutisissa on nykyään hyvin tavallista, että yhtenä osana uutisia lasketaan eräänlaista lähtölaskua tulevia urheilukilpailuja silmällä pitäen. Lähtölaskun ideana on, että jo kymmeniä, ellei satoja, päiviä ennen tapahtuman alkua kilpailujen odotusarvoa nostatetaan tekemällä joka päivä jonkinlainen niihin liittyvä juttu. Samalla kun juttu julkaistaan, ilmoitetaan sen ohessa myös se, kuinka monta päivää on vielä itse kilpailuihin. Myös printtimediassa näkee tällaista ”lähtölaskujournalismia”. Esimerkiksi suosittu urheiluun keskittyvä Veikkaaja-lehti julkaisee aina ennen tiettyjen lajien sarjakausien alkua tai jonkun urheilutapahtuman alkua kattavan ennakkolehden, joka keskittyy yksinomaan tulevaan kauteen tai tapahtumaan. Onkin huomattavaa, että mediassa on käsitelty urheilua eräänlaisin tutkivan journalismin käytännöin jo aika pitkään (Itkonen ym. 2008, 11). Urheiluun keskittyvä media on laajentanut toimialaansa pelkistä otteluraportoinneista aina urheiluun liittyvien taloudellisten seikkojen sekä doping-ilmioiden pohtimiseen. Tapahtuman uutisoinnista muodostuu eräänlainen viihdepaketti, jonka avulla yleisöllä on mahdollisuus saada tietoa kattavasti omista suosikkipelaajistaan aina kilpailujen järjestäjämäan tärkeimpiin vientituotteisiin. Sekä huippu-urheilun että urheiluun keskittyvän median tuotteistuminen on johtanut siihen, että urheilu, media sekä sponsorit toimivat eräänlaisessa kolmiyhteydessä. Huippu-urheilu tuottaa sponsoreille näkyvän alustan mainoksille. Sponsorit taas tuottavat urheilijoille resursseja ja tuloja, mikä mahdollistaa täysipäiväisen urheilemisen. Urheilun ansiosta medialla on mahdollisuus tehdä juttuja aiheista, joiden on todettu kiinnostavan yleisöä. Median kiinnostus taas johtaa siihen, että urheilu saa näkyvyyttä. Näkyvyyden myötä sponsorit kiinnostuvat urheilijoista yhä enemmän. Sponsorointi toimii myös median suuntaan, sillä mainostilaa ostamalla sponsorit saavat näkyvyyttä

median kautta muutenkin kuin tukemansa urheilijan suoritusten myötä. Yhteenvedona voisikin väittää, että tällaisessa kolmiyhteydessä median valta on suurin. Jos media vedettäisiin pois yhtälöstä, ei urheilu saisi niin laajaa näkyvyyttä. Vähäinen näkyvyys johtaisi siihen, että sponsorien kautta urheiluun tulevan rahan määrä vähenisi huomattavasti. Silloin nykyisenkaltaista huippu-urheilua ei enää voisi harjoittaa.

Turun Sanomien urheilupäällikkö Kalle Virtapohja uskoo, että media ja julkisuus voivat vaikuttaa siihen, miten huippu-urheilija näkee ja kokee itsensä. Mikäli urheilija on niin kiinnostava, että hän saa paljon televisionäkyvyyttä, alkaa hän kiinnostaa myös radio- ja lehtitoimittajia. Näin urheilija saa entistä enemmän haastattelupyynnöitä. Urheilija tiedostaa olevansa kiinnostava, ja se muokkaa urheilijan omakuvaa. (Virtapohja 2010.) Myös Timo Järvenpää (2010) on sitä mieltä, että medially on mahdollisuus vaikuttaa siihen, miten urheilija näkee itsensä. Suomen kaltaisessa tietoyhteiskunnassa tietotulva on valtava. Nykyään viestintä ja media ovat levinneet niin laajalle, että ihmisen voi olla jopa hankalaa välttyä näkemästä tai kuulemasta esimerkiksi päivän uutisotsikoita tai päivän mehukkaimpia lööppejä. Jokapäiväinen ja kokonaisvaltainen altistuminen median sanomalle johtaa väistämättä siihen, ihminen voi lukea lehdessä olevaa juttua, vaikka ei olisi sitä alun perin edes halunnut. Riippuu lopulta yksilöstä, miten osaa käsitellä kaiken tämän saatavilla olevan informaation. Järvenpää uskookin, että tietyllä tasolla jokainen ihminen elää julkisuudesta. Tässä Järvenpää viittaa taiteilija Andy Warholin aikanaan kehittämään käsitteeseen, jonka mukaan jokaisella ihmisellä on mahdollisuus olla kuuluisa 15 minuutin ajan. Vaikka omalle kohdalle osuva julkisuus olisi negatiivista, haluaa ihminen silti olla siitä tietoinen.

Monet valmentajathan aina sanovat, etteivät he lue lehtiä tai tiedä, mitä lehdissä heistä kirjoitetaan. Aivan varmasti he lukevat. Kaikki haluaa lukea itsestään, vaikka sitten pahoittaisikin mielensä, kun lehdessä lukee, että suoritus oli surkea tai jotain sellaista. Määrätyllä tavalla media siis voi vaikuttaa urheilijaan. Se riippuu lopulta siitä, kuinka hyvin urheilijan pää kestää. (Järvenpää 2010.)

Myös urheilijat kokevat, että varsinkin nykyään medially on väistämättömästi mahdollisuus vaikuttaa siihen, millaisena urheilija kokee itsensä. Etenkin menestyvä urheilija saa osakseen mediahuomiota ja sitä kautta julkisuutta. Julkisuus taas tarkoittaa sitä, että yhä useammat ihmiset tunnistavat lisääntyvää medianäkyvyyttä saavan urheilijan. Lisäksi media on nykyään kiinnostunut paljon enemmän menestyvien

urheilijoiden henkilökohtaisista asioista, sellaisista seikoista, joilla ei ole välttämättä mitään tekemistä urheilijan varsinaisten urheilusuoritusten kanssa. 1950- ja 1960-luvuilla mediassa ei oltu vielä niin kiinnostuneita urheilijoiden yksityisasiasta. Silloin toimittajat keskittyivät tulosten ja menestysten uutisointiin. Siihen aikaan ei otsikoissa paisuteltu juurikaan negatiivisia urheilumaailman lieveilmiöitä, kuten doping-sotkuja tai muita skandaaleja. Muutenkaan urheilu-uutisointi ei ollut niin laajaa kuin nykyään. Uutisointi keskittyikin lähinnä suurimpiin tapahtumiin tai kilpailuihin ja niiden tapahtumista suoraviivaiseen raportointiin sekä uusien ennätystulosten uutisoimiseen (Lahti, Johannes, henkilökohtainen tiedonanto 29.9.2010.)<sup>6</sup> Esimerkiksi 1970-luvulla urheilujournalismi ei ollut lähellekään niin laajaksi kasvanutta kuin se tänä päivänä on. Silloin ei huippu-urheilijaa käsitelty mediassa sillä tavalla, että siitä olisi ollut merkittävää harmia urheilijalle itselleen tai tämän tulevia suorituksia ajatellen.

Siihen aikaan lehtien kirjoittelu ei ollut vielä sitä tasoa, että urheilijoita olisi pitänyt mitenkään kieltää niitä lukemasta. Nykyään ymmärrän hyvin, että lukeminen voidaan heiltä kieltää, etteivät he seuraa ollenkaan, mitä siellä kirjoitetaan. Etukäteiskirjoittelu on nykyään niin paljon voimakkaampaa kuin siihen aikaan. Silloin ei ollut tätä ongelmaa. (Lahti 2010.)

Tänä päivänä yhä lisääntyvä kiinnostus urheilijaa kohtaan koettelee myös urheilijan omaa kykyä keskittyä lajinsa harjoitteluun (Lahti 2010). Roope Riski kuitenkin toteaa, ettei median huomiosta kannatta ottaa itselleen liikaa paineita. Esimerkiksi Veikkaaja-lehdessä julkaistavat ottelukohtaiset arvosanat jokaisen Veikkausliiga-pelaajan otteista Riski näkee lähes harmittomana hupina.

On olemassa pelaajia, jotka aina lukevat nuo lehdet läpi ja ihmettelevät, mikäli ovat saaneet mielestään liian huono arvosanan. Itse en niistä juuri piittaa, oli arvosana sitten neljä tai yhdeksän. Ei niitä arvosanoja kuitenkaan meitä pelaajia varten tehdä, vaan lukijoille. (Riski 2010.)

Ammatikseen urheilua harjoittava henkilö on hyvin riippuvainen siitä, että saa esimerkiksi medianäkyvyyden kautta sponsorien rahallista tukea. Täysipäiväisesti urheilijan eläminen edellyttää urheilijalta vakaata taloudellista tilannetta. Hyvä taloudellinen tilanne taas edellyttää sitä, että urheilija on median silmissä jollakin tavalla kiinnostava. Silloin myös sponsorit kiinnostuvat urheilijasta. Näin ollen urheilijan pitää harjoitteluun ja ammattiinsa keskittymisen ohella keskittyä kuitenkin

---

<sup>6</sup> Jatkossa lähdeviitemerkintä (Lahti 2010).

myös siihen, miten hän toimii median kanssa. Urheilijan täytyy siis kyetä keskittymään riittävästi sekä itse urheiluun että sellaisiin seikkoihin, jotka mahdollistavat sen, että hän voisi keskittyä itse urheilemiseen. Tähän ristiriitaan etenkin huippu-urheilijan pitää löytää ratkaisu. Valtavirrasta poikkeavissa, vähemmälle median huomiolle jäävissä lajeissa kilpailevat urheilijat voivat keskittyä paremmin tekemisiinsä. Pienempi näkyvyys luo näin urheilijoille myös vähemmän paineita. Toisaalta vähäinen näkyvyys taas vaikuttaa niin, että urheilijan saamat sponsori- ja palkkiorahat ovat valtavirtalajeja pienemmät. Mediannäkyvyys, median luomat paineet ja urheilijan taloudellinen hyvinvointi kulkevat käsi kädessä. (Jaakkola 2010.) Toisin sanoen, huippu-urheilijalla ei ole muuta mahdollisuutta kuin yritettävä käsitellä sekä urheilussa että median parissa syntyvät paineet parhain päin. Mitä suositummasta urheilijasta on kyse, sitä enemmän hän tulee olemaan tekemisissä median kanssa. Urheilijan suosion mittaa lopulta se, kuinka menestyvä hän lajissaan on. Näin ollen urheilijan on tavallaan todistettava medialle jatkuvasti, että hän on median ja sitä kautta yleisön huomion arvoinen. Mikäli urheilija lakkaa saavuttamasta menestystä, vähenee hänen merkittävyytensä median silmissä. Tätä kautta urheilijan asema tämän taloudellisten tukijoiden papereissa myös laskee.

Huippu-urheilijan tulee siis jatkuvasti tasapainoilla sekä urheilukentillä että median saralla pärjäämisen välissä. Hänen on saavutettava menestystä sekä urheilussa että julkisuudessa, jotta hän voisi jatkaa huippu-urheilijan ammattiaan. Aina ei urheilija voi kuitenkaan vaikuttaa siihen, millä tavalla häntä mediassa käsitellään. Huippu-urheilu on tänä päivänä niin merkittävää viihdettä, että urheilijat ovat nousseet suuriksi julkkiksiksi näyttelijöiden ja muusikoiden rinnalle. Näin ollen urheilijat päätyvät ajoittain myös mediassa kielteistä kohua aiheuttavien tapausten keskipisteeksi. Mitä tunnetummasta urheilijasta tai merkittävämmästä medialajista on kohun sattuessa kyse, sitä kauemmin yleensä kestää, jotta asian annetaan mediassa olla. Julkisuuden henkilönä urheilija voi joutua negatiivisiin otsikoihin esimerkiksi sanomalla tai yleensäkin tekemällä jotain harkitsematonta. Varsinkin harkitsemattomat lausunnot ovat saaneet monia urheilijoita tukaliin tilanteisiin. Harri Olli haistatteli toimittajalle mäkihypyn karsintakilpailun jälkeen. Norjalainen TV2 sai tallennettua Ollin ruokottomuudet nauhalle ja sitä kautta ne päätyivät koko maailmalle (MTV3 27.2.2009).

Joskus kohua voi syntyä ilman, että kohun aiheuttaja sitä itse tarkoittaa. Koska etenkin nykyään media seuraa tarkasti urheilijan tekemisiä, saattaa tämä tahtomattaankin tehdä jotain sellaista, mikä kuohuttaa yleisöä. Esimerkiksi Mika Häkkinen päätyi aikanaan lööppeihin, kun hän rankan kilpailun jälkeen pyyhki kasvonsa kädessään olleeseen Suomen lippuun. Oli hänen tekonsa tahaton tai ei, paikalla olleet kamerat ikuistivat Häkkisen lehtien kansiin urheilutähtenä, joka häpäisi Suomen lipun niistämillä siihen. Vaikka tapahtumahetkellä sekä Ollin että Häkkisen tapaukset saivat erittäin laajaa huomiota mediassa, eivät nämä tapaukset ole kuitenkaan määritelleet lopullisesti sitä, miten me heidät nykyään näemme. Varsinkin urheilijan tapauksessa paras tapa toimia kielteistä julkisuutta synnyttäneen kohun aikana on vain pyrkiä keskittymään omaan tekemiseensä. Kun urheilija saavuttaa merkittävää menestystä, aiemmat kielteiset asiat jäävät myös mediassa taka-alalle. Median pyöryksestä selviäminen riippuu siis pitkälti siitä, kuinka hyvin urheilija tuntee itsensä ja luottaa itseensä. Se on lopulta urheilijasta itsestään kiinni, osaako olla antamatta liikaa huomiota esimerkiksi lehtien negatiivisille kirjoituksille (Riski 2010).

Huippu-urheilija on yksi suurimpia julkkiksia. Se on sitä myös Suomen ulkopuolella. Ja se vaatii urheilijalta aika kovaa pinnaa, että pystyy keskittymään nimenomaan siihen urheiluun, harjoitteluun ja omaan tekemiseen kaiken tämän median ja myllytyksen joukossa. (Lahti 2010.)

Ehkä hieman yllättäen urheilijat eivät kuitenkaan näe kovin negatiivisena asiana sitä, että heistä puhutaan mediassa paljon ja toimittajat ovat heistä erittäin kiinnostuneita. Urheilijat kokevat, että median kiinnostus ja medianäkyvyys on luonnollista ja osa urheilua (Kolkkala, Reeta-Mari, henkilökohtainen tiedonanto 11.10.2010.)<sup>7</sup> Lahden (2010) mukaan oli oikeastaan myös velvollisuus vastata tiettyihin kysymyksiin, mikäli urheilijana saavutti menestystä. Näkyvyys mediassa edesauttaa sitä, että urheilijan on helpompaa keskittyä vain urheiluun julkisuuden tuottamien sponsorivarojen avulla. Vaikka urheilijat eivät koe median kiinnostusta suurimmalta osin häiritsevänä tekijänä, eivät he myöskään koe sitä mitenkään välttämättömänä asiana.

Kyllä minä luen lehdestä itseäni koskevan jutun, jos sellainen sattuu saatavilla olemaan, mutta en kuitenkaan lähde sen takia erikseen lehteä kaupasta ostamaan. On kiva lueskella niitä juttuja. Siinä näkee samalla myös muiden mielipiteitä siitä, miten on pärjännyt. Kiinnostus on ihan mukavaa, mutta en ota siitä itselleni mitään paineita. (Riski 2010.)

<sup>7</sup> Jatkossa lähdeviittemerkintä (Kolkkala 2010).

Henkilökohtaisesti kirjoittelu oli ihan positiivista ja kannustavaa. Siihen aikaan tuli seurattua, mitä mediassa puhutaan, koska kirjoittelua oli sen verran vähemmän. En ole yhtään pahoillani, että minusta puhuttiin mediassa, mutta en ole jäänyt sitä myöskään kaipaamaan. (Lahti 2010.)

Koin asian niin, että pidän urheilusta, ja se median läsnäolo ikään kuin kuuluu siihen urheiluun. Sain mielestäni ihan riittävästi julkisuutta ja sitä kautta sain myös sponsoreita, jolloin pystyin urheilemaan täyspäiväisesti monta vuotta. (Kolkkala 2010.)

Itse en kaivannut enempää median läsnäoloa. Ei sitä silloin oikeastaan edes ajatellut. Kyllä minulle riitti, että sai sitten lukea tuloksia lehdestä. (Kesäläinen 2010.)

Huippu-urheilija voi kokea kilpakenttien ohella paineita siitä, että hänen pitäisi ”suoriutua” myös mediassa. Huippu-urheilija asettaa itsensä kaikkien nähtävälle ja luopuu yksityisyydestään median myllytyksessä. Urheilijan odotetaan osaavan käyttäytyä ja helposti tulee sanomista, mikäli tämä on esimerkiksi humalassa väärässä paikassa. Toisaalta urheilija voi esiintyä julkisuudessa tietynlaisessa roolissa. Urheilijan voi olla jopa suotavaa pitää julkisuudessa yllä jonkinlaista roolia, jotta henkilökohtaiset asiat ja heikkoudet eivät pääse julkisuuteen kaikkien nähtäviksi. (Jaakkola 2010.) Urheilijan mahdolliset sponsorit myös laativat urheilijalle tietynlaisen ohjenuoran, jota tulisi muistaa seurata. Urheilijalle luodaan raamit, joiden puitteissa pitäisi toimia ja esimerkiksi pukeutua tiettyihin vaatteisiin. 1980-luvulla rahamäärät alkoivat urheilussa toden teolla kasvaa. Tuolloin yleistyi ajatus siitä, että urheilijan tulisi olla julkisuudessa aina edustava ja parhaimmillaan (Lahti 2010).

Minun aikanani tällaisiin asioihin ei juuri kiinnitetty huomiota, vaan silloin keskityttiin pelkästään tulosten tekemiseen. Raha siirtyi urheiluun melko tarkkaan vuosi sen jälkeen kun lopetin. Nykyään pitää sitten laskea aika tarkkaankin, miten itsensä saisi julkisuuteen ja esille. (Lahti 2010.)

Mediassa ja julkisuudessa ” pärjääminen ” riippuu luonnollisesti siitä, minkälainen persoona urheilija on itse. Yleensäkin se, että lähtee mukaan esimerkiksi erilaisiin julkisiin tilaisuuksiin, vaatii urheilijan omaa halua. Lisäksi on muistettava, että toiset ihmiset ovat sosiaalisempia ja sosiaalisesti lahjakkaampia kuin toiset. Etenkin nykyään urheilijoita myös valmennetaan kentän ulkopuolella siihen, miten median kanssa tulisi toimia. Varsinkin haastattelutilanteisiin valmistavaa eräänlaista käyttäytymiskoulutusta järjestetään urheilijoille (Järvenpää 2010). Esimerkiksi suunnistajille on pidetty koulutustilaisuuksia, joiden yhtenä tarkoituksena on ollut muistuttaa heille, että



toimittajille tulee vastata selkokielellä ja suunnistukseen liittyvää slangia tulisi välttää (Kolkkala 2010). Urheilijoiden keskuudessa tällainen median kohtaamiseen valmentaminen herättää ristiriitaisia mielteitä. Toisaalta etenkin nuorten urheilijoiden koetaan kaipaavan ainakin jonkinlaisia neuvoja. Toisaalta taas liiallisen huolehtimisen ja valmentamisen pelätään syövän urheilijoiden persoonallisuutta ja värikkyyttä, varsinkin, kun entisaikoina tällaista mediaa varten sparraamista ei juurikaan harrastettu.

Ei silloin meitä millään tavalla valmisteltu. Kaikki mitä sitten tuli sanottua tuli kyllä ihan ex tempore sieltä. Eikä silloin oikeastaan edes tullut ajateltua sellaisia asioita. (Kesäläinen 2010.)

Siihen aikaan ei ollut mitään käytöskoulutusta median suhteen. Nykyään sitä ilmeisesti harjoitetaan ja tietyllä tavalla se ärsyttää. Jotkut huiput vastaavat aina tuloksesta riippumatta samalla ympäröivällä tavalla. Värikkyys puuttuu urheilijoista. Kaipaen sellaisia, jotka rikkovat näitä normeja ja sääntöjä. He ovat aina kuitenkin niitä kiinnostavia urheilijoita. (Lahti 2010.)

Ehkä kerran oli sellainen opastustilaisuus. Ei siitä mitään haittaakaan ole. Paras on kuitenkin säilyä sellaisena omana persoonana vastauksissaan. Sehän on hyvä sekä itselle että myös lajille. (Kolkkala 2010.)

Kyllä joku aina tulee antamaan vihjeitä siitä, mitä kannattaa sanoa. Kyllä se on ihan fiksumaa varsinkin kun kokeneemmat kertovat, miten kannattaa toimia. Riippuu varmaan ihmisestä, miten neuvot auttavat. Joillekin ei auta, vaikka kuinka yrittäisi neuvoa. Kyllähän sen itsekin ymmärtää, ettei ala laukomaan mitään tyhmyyksiä ja on ihan normaali itsensä. (Riski 2010.)

Toisaalta myös sillä on merkitystä, mitä lajia urheilija harrastaa. Kaikki lajit eivät ole luonnollisestikaan yhtä seurattuja. Jotkut lajit jäävät väistämättä pienemmälle huomiolle niin median kuin potentiaalisten sponsoreiden ja yhteistyökumppaneiden silmissä (Kolkkala 2010). Näin urheilija saa osakseen vähemmän huomiota medialta.

Urheilla voi ilman mediaa, mutta ammatikseen urheileva ihminen on riippuvainen mediasta ja sen tuomasta näkyvyydestä. Myös kilpaurheilu siinä muodossa, missä sen nykyään tunnemme, on hyvin riippuvainen mediasta ja sen tuomasta näkyvyydestä. Julkisuus tuo urheilijalle yhteistyökumppaneita ja sitä myötä rahaa. Nykyään jotkut sponsoritahot laskevat sekunnilleen sen, kuinka paljon urheilija saa julkisuutta. Näkyvyyden laajuuden mukaan lasketaan, kuinka arvokas tämä urheilija on (Lahti 2010). Toisaalta taas urheilu synnyttää uusia sankaritarinoita, joita media välittää

ihmisille. Urheilijat tarvitsevat mediaa ja media tarvitsee urheilua. (Jaakkola 2010.) Virtapohja (2010) huomauttaa, että tiedon tarve ja kysyntä määrittelee sen, tarvitseeko media urheilua. Urheilu on hyvin monelle ihmiselle tärkeä asia, ja urheiluun liittyvistä asioista ollaan kiinnostuneita. Myös Järvenpää (2010) painottaa, että urheilu tarjoaa siitä kiinnostuneille ihmisille jännitystekijöitä. Urheilun voi nähdä myös tietynlaisena teatterina, joka tarjoaa katsojilleen viihdettä (Kolkkala 2010). Näin ollen urheilu ja liikunta ovat hyvin tärkeitä asioita mediassa (Virtapohja 2010).

Pelkällä menestyksellä tai kiinnostavalla persoonalla ei aina saa tilaa lehtien palstoilta. Mediassa noteerataan herkästi myös se, jos menestyväksi uskottu urheilija epäonnistuu. Menestyvistä urheilijoista tehdään mediassa helposti sankareita. Toisaalta sankarin statuksen saavuttaneesta urheilijasta voidaan muovata mediassa nopeasti myös antisankarin asemassa oleva epäonnistuja. Etenkin jostain tietyistä otteluista tai kilpailuista kertovat jutut voidaan pukea eräänlaisiksi tarinoiksi. Toimittajat kertovat näitä sankaritarinoita siitä, kuinka urheilija on yltänyt vaikeuksien kautta voittoon. Kun käy niin, että se aikaisemmin juhlistu sankari epäonnistuu ja paljastuu eräänlaiseksi valesankariksi ja petturiksi, saattaa se aiheuttaa pettymystä ja katkeruutta myös toimittajissa. Se sitten näkyy heidän raportoinnissaan. On siis huomattava tosiasia, että median suhtautuminen urheilijaan muuttuu tämän urheilijan onnistumisien ja epäonnistumisien myötä. Virtapohjan mukaan on myös mahdollista, että urheilijaan lyödään mediassa ikuinen leima. (Virtapohja 2010.) Myös Järvenpää (2010) toteaa, että jopa sellainen urheilija, joka on tottunut jo menestymään ja sitä kautta ikään kuin jo täyttänyt yleisön odotukset, saattaa leimautua jopa ikuisesti epäonnistujaksi jo parin epäonnistumisen jälkeen. Esimerkeiksi Järvenpää nostaa kaksi Suomen mittakaavassa erittäin menestynyttä urheilijaa. Pekka Päivärinta on yksi Suomen menestyneimmistä kestävyysjuoksijoista. Hän saavutti urallaan muun muassa maailmanmestaruuden maastajuoksussa sekä muita mitaleita eri arvokisoissa. Jarkko Nieminen taas on kaikkien aikojen korkeimmalle maailmassa sijoitettu suomalainen tennispelaaja. Silti he ovat ainakin jossain määrin epäonnistujan maineensa vankeja, sillä he ovat kokeneet menestyksen ohella myös tappioita mestaruuksia ratkovissa otteluissa tai kilpailuissa. Järvenpää uskoo, että media voi hyvin edesauttaa sitä, että urheilija voidaan yleisön silmissä nähdä vaikkapa epäonnistujana tai ikuisena kakkosena. Järvenpää kuitenkin tähdentää, että se ei ole lopulta yksin median syy. Myös haastattelemamme urheilijat uskovat siihen, että medialla on mahti asettaa urheilijat tiettyihin lokeroihin. He eivät

kuitenkaan koe, että suomalaisessa journalismissa tällaista leimaamista harrastetaan kovin paljon tai ainakaan urheilija ei joudu kantamaan leimaansa kovin pitkän aikaa. Esimerkiksi Veikkausliigaa Turun Palloseurassa pelaava Riku Riski oli mediassa jonkin aikaa esillä tilanteessa, jossa Kuopion Palloseuran päävalmentaja Esa Pekonen syytti häntä filmaamisesta ja erotuomarin tahallisesta harhauttamisesta (Ilta-Sanomat 28.8.2010). Kohun laannuttua ei mediassa nykyään puhuta Filmaaja-Rikusta, vaan vain Riku Riskistä. Näin ollen filmaavan huijarin leima ei ole jäänyt Riskin ylle pysyvästi (Riski 2010). Urheilijat myös painottavat sitä, että urheilijan on tiedostettava tällaisen tilanteen mahdollisuus ja siihen on valmistauduttava niin, että tilanteen sattuessa osaa siihen suhtautua oikealla tavalla.

Voihan sitä urheilijana aina pelätä mitä otsikoita sinusta kirjoitetaan tai mitä kuulet radiosta. Mutta ehkä urheilijan pitää myös valmistautua ja varautua sellaiseen, jotta ne kirjoitukset eivät nujerra sinua ja pääset niistä yli. Jos pystyt pääsemään omista virheistäsi yli ja siitä, ettet menestynyt kisassa, niin ehkä olet silloin myös niin vahva, että pääset myös kaikesta kirjoittelusta yli. Tällaista varten urheilijalla on myös tukijoukkoja. (Kolkkala 2010.)

Leimautumista ei silloin pelännyt millään tavalla. Siitä ei ollut silloin kysymys. En ole itse ollut koskaan sellaisessa tilanteessa, että sellaisesta olisi tullut mitään harmia. (Kesäläinen 2010.)

Aikoinaan ei urheilijoita juurikaan lokeroitu mihinkään tiettyihin rooleihin. Toki media pystyy sellaiseen vahvasti vaikuttamaan, mikäli ottavat jonkun hampaiisiinsa. Se ei ole ainakaan reilua. (Lahti 2010.)

Suomessa sellaista leimaamista ei ole kovin paljoa, vaikka mediassa olikin esillä veljeeni liittynyt episodi. Se on kuitenkin jo unohtunut, eikä kukaan puhu enää Filmaaja-Rikusta. Ulkomailla yksikin tällainen virhe saattaa seurata perässä monta vuotta, mutta ei Suomessa. (Riski 2010.)

Jokainen kuitenkin pystyy myös itse vaikuttamaan siihen kuvaan, joka hänestä julkisuudessa annetaan. Esimerkiksi Matti Nykänen oli koko kansan palvottu sankari vielä pitkään sen jälkeen, kun hän oli hypännyt mäestä viimeisen kerran. Viimeiset kymmenen vuotta ovat kuitenkin osoittaneet sen, että Nykänen on rakentanut itselleen julkisuudessa täysin uudenlaisen kuvan. Nykyään voisi tuntua aika irvokkaalta kutsua häntä kaikkien aikojen suurimmaksi mäkihyppääjäksi. (Virtapohja 2010.) Toisaalta tällaiset Nykäsen kaltaiset tapaukset vain todistavat sitä, kuinka suureen asemaan urheilijalla on mahdollisuus kansan silmissä menestyksensä myötä nousta. Matti

Nykänen voitti viimeisen arvokisamitalinsa vuonna 1990. Tuolloin hän oli kiistatta eräs Suomen suurimmista sankareista. Pari vuosikymmentä myöhemmin hän on toilailuillaan menettänyt sankarin statuksensa ja muuttunut todelliseksi antisankariksi. Silti hänen urheilullisia saavutuksiaan ei voi kukaan kiistää. Juuri tässä langenneen sankarin mielikuvassa lieneekin se suurin syy, miksi Nykäsen tekemiset saavat yhä medianäkyvyyttä. Kuka tahansa voi törttöillä ja tehdä rötöksiä, eikä sitä mediassa välttämättä juuri noteerattaisi. Mutta kun huippu-urheilijan kaltainen yleisön ihannoinnin kohde paljastuukin eräänlaiseksi petturiksi, kiinnostaa se taatusti yleisöä. Urheilulehden toimituspäällikkö Jari Kupila näkee, että tällaiset tilanteet todistavat sen tosiasian, että urheilu ja urheilijat joutuvat kantamaan harteillaan eräänlaista riippakiven taakkaa (Julkinen sana 2010). Hän tähdentää, että urheilija ei ole sen ihmeellisempi henkilö kuin kukaan muukaan ihminen, mutta heitä silti pidetään jonkinlaisina esimerkkeinä tai mallikansalaisina. Kaikki ihmiset saattavat elämässään sortua tekemään erilaisia virheitä. Urheilijoiden tai urheilun parissa työskentelevien ihmisten tekemät virheet nousevat julkisuudessa helpommin esiin esimerkkeinä huonosta käytöksestä kuin esimerkiksi talouselämän esimerkit.

Jos nyt ajatellaan vaikka vuoden 2001 Lahden hiihdon MM-kilpailujen dopingskandaalia. Kyllä sinäkin vuonna tehtiin murhia, raiskauksia ja talousrikoksia. Mutta mitä sen ajan rikoksista käsitellään vieläkin lööpeissä? (Julkinen sana 2010.)

### 3.2 Media häiriötekijänä

Mediassa tartutaan salamannopeasti huippu-urheilijan menestykseen kentällä ja kentän ulkopuolella. Urheilijan suorituksista tiedottamisen lisäksi media luo itse odotuksia urheilijan menestyksestä. Arvokisoja ennen on normaalia, että mediassa kerrotaan koko kansalle, kuinka paljon mitaleja odotetaan ja kenen niitä pitäisi kilpailuista voittaa. Tällaisten odotusarvojen luominen saattaa koitua suureksi häiriötekijäksi monelle urheilijalle. Aina kun lähitulevaisuudessa alkaa uudet arvokilpailut tai jossakin lajissa alkaa uusi sarjakausi, pääsevät eri asiantuntijat kuuluttamaan mediassa, kuinka missäkin kilpailussa tai sarjassa tulee käymään. Mitalit ja mestaruudet jaetaan usein jo ennen ensimmäistäkään urheilusuoritusta (Riski 2010). Riskin (2010) mielestä tällaisia kirjoituksia voi lukea mielellään ja katsella jälkeinpäin, miten asiantuntijoiden

veikkaukset ovat kohdilleen osuneet. Urheilijan on kuitenkin muistettava jättää ne omaan arvoonsa. Riski uskookin, että urheilujournalismi on tarkoitettu yleisölle, ei urheilijoille (Riski 2010). Monelle urheilijalle voi olla ajan myötä todella raskasta, kun toimittajat ottavat yhteyttä ja esittävät kysymyksiään (Virtapohja 2010). Esimerkiksi vuosien ajan lukuisia kertoja samoihin kysymyksiin samalla tavalla vastaaminen saattaa tuntua urheilijasta hyvin turhauttavalta (Kolkkala 2010). Järvenpään (2010) mukaan media saattaa luoda urheilijalle merkittävästi paineita ja on näin urheilijalle varmasti ainakin jonkinasteinen häiriötekijä. Esimerkiksi ennen vuoden 2010 Barcelonassa järjestettyjä yleisurheilun EM-kilpailuja käsiteltiin lehdissä hyvin tarkasti suomalaisiin kohdistettuja odotuksia ja heidän tavoitteitaan. Tätä kautta urheilijan päälle kasattiin median odotuksien lisäksi myös lukijoiden kautta tuleva menestyspaine. Järvenpää (2010) pitää tällaista kirjoittelua valitettavana, mutta toteaa sen olevan myös tavallaan oikeutettua, sillä kertoessaan tällaisista asioista media vastaa siihen, mitä yleisö heiltä haluaa kuulla. Myös Tokion olympialaisissa 1964 soudussa kilpaillut Teppo Kesäläinen kokee, että median luomat menestyspaineet häiritsevät urheilijoita pakosti ainakin jollakin tasolla (Kesäläinen 2010). Urheilija varmasti tiedostaa ainakin jollakin tasolla ennen kilpailuja, että hänelle on mediassa asetettu jonkinlainen menestystavoite. Tällaiset ulkoiset menestysodotukset eivät kuitenkaan välttämättä häiritse urheilijaa liikaa, jos tämä on tarpeeksi kypsä kohtaamaan ja käsittelemään niitä odotuksia. Huippu-urheilijan pitää myös pystyä keskittymään vain omaan tulevaan suoritukseensa, vaikka häiriötekijöitä ympärillä olisikin (Kolkkala 2010). Urheilijan pitäisi esimerkiksi selvittää itselleen, ovatko menestystavoitteet kohdistettu juuri häneen ja ovatko ne realistisia (Lahti 2010). Toisaalta ulkopuolisten menestyspaineiden käsittely ja suoritustasonsa säilyttäminen on täysin yksilökohtaista. Riski (2010) huomauttaa, että median odotuksilla on yllättävänkin suuri vaikutus joihinkin urheilijoihin.

Sillä voi olla suurikin vaikutus, mitä sinusta kirjoitetaan ja miten ihmiset reagoivat sinuun. On pelaajia, jotka murtuvat median paineen alla ja haluaisivat vain pitää matalaa profiilia ja ettei heiltä odotettaisi mitään. On totta, että kun menestystä tulee, myös odotukset kasvavat koko ajan. Itse kuitenkin pidän siitä, että ihmiset odottavat minulta tulosta ja uskovat minuun. Silloin on helpompi pelata. (Riski 2010.)

Toisaalta julkisuus on nykyään niin suuri osa huippu-urheilijan toimenkuvaa, että urheilijoille on tarjolla asiantuntevaa apua siihen, miten urheilijan tulisi toimia median

ja toimittajien kanssa. Urheilijoiden kannattaisikin panostaa median kohtaamiseen. Se auttaisi urheilijaa käsittelemään median suunnalta häneen kohdistuvia vaikutuksia. Urheilija voi harjoitella median edessä esiintymistä. Valovoimainen urheilija, joka osaa kommentoida tilanteita nokkelasti ja värikkäästi, on median silmissä paljon mielenkiintoisempi kuin urheilija, joka on ujo ja harmaa. (Jaakkola 2010.) Lopulta menestystavoitteiden tai mitalitoiveiden kysyminen kuuluu toimittajan työhön, ja urheilija itse on se, joka osaa niihin kysymyksiin vastata parhaiten. Urheilijan tuntemukset ovat silloin ne, mistä toimittaja on kiinnostunut. Silloin urheilijan ei tulisi ainakaan pelätä haastattelutilannetta. (Virtapohja 2010.)

Mitä tunnetumpi urheilija on ja mitä korkeammalla tasolla hän urheilee, sitä helpommin hänen tekemisensä ja saavutuksensa näkyvät mediassa. Media tarkkailee urheilijaa taustalla ja tekee tämän suorituksista tarinoita. Median jatkuva läsnäolo johtaa siihen, että urheilijan suoritukset kulkeutuvat yleisön nähtäville. Media ei ole silti varsinaisesti vastuussa siitä, miten urheilija kaiken tämän kokee. (Jaakkola 2010.) Lähtökohtaisesti toimittajan tehtävä on esittää kysymyksiä. On urheilijan päätettävissä, kuinka hän toimittajalle vastaa. Tietysti tilanteesta riippuen toimittajan on mietittävä tahdikkuutta. Mutta jos urheilija saapuu esimerkiksi alueelle, joka on varattu haastatteluiden tekemiseen, hän tietää olevansa siellä vastaamassa toimittajien kysymyksiin. Urheilijaa ei voida kuitenkaan pakottaa haastateltavaksi. Varsinkin heti urheilusuorituksen jälkeen urheilija saattaa kohdata monenlaisia mielialoja, eikä välttämättä edes saisi mitään järkevää tai harkittua sanotuksi sellaisessa tilanteessa (Kesäläinen 2010).

Mikäli urheilija tuntee olevansa pettynyt, eikä halua vastailta kysymyksiin, voi hän lähteä pois haastattelualueelta. Se on täysin ymmärrettävää. (Virtapohja 2010.)

Muutaman kerran olen ollut tilanteessa, että on ollut pakko kieltäytyä haastattelusta ja pyytää, että tilalleni pyydetäisiin joku toinen pelaaja. Mielestäni meillä on oikeus siihen, mikäli emme johonkin haastatteluun halua. (Riski 2010.)

Suurkisoissa on tullut vastaan tilanteita, joissa urheilija ei yksinkertaisesti epäonnistumisen jälkeen ole ollut valmis antamaan minkäänlaista kommenttia, ja hänet on lehdistö sekä urheilujohtajat haukkuneet. Olen tällaisessa tilanteessa täysin urheilijan puolella. Jos normaalisti 85 metriä heittävä keihäänheittäjä epäonnistuu ja heittää arvokisoissa vain 65

metriä, on hän täysin maansa myynyt. Ei häntä pidä mennä silloin häiritsemään. (Järvenpää 2010.)

Ihmiset ovat niin erilaisia, että jokaiseen pitää suhtautua eri tavalla. Jos joku laukoo viimeisellä sekunnilla ohi maalin, pitää toimittajan miettiä, meneekö hän tältä pelaajalta asiasta kysymään, vai antaako hän pelaajan vain olla. Toimittajan pitäisi oppia tuntemaan pelaajia. (Riski 2010.)

Vaikka medialla ei ole urheilijasta suoranaista vastuuta, tulee toimittajan silti osata arvioida urheilijakohtaisesti sitä, miten urheilijaa olisi käsiteltävä (Järvenpää 2010). Urheilijoiden mielestä on tärkeää muistaa, että varsinkin epäonnistumisten jälkeen urheilijan tekemisiä käsiteltäisiin asiallisesti. Olisi muistettava, että yleisö provosoituu hyvin helposti siitä, mitä toimittaja sanoo tai kirjoittaa (Lahti 2010). Joskus toimittajat yrittävät lähes väkisin vääntää urheilijalta edes jonkinlaista kommenttia, vaikka urheilija itse ei haluaisi edes asiasta puhua. Esimerkiksi 1990-luvun alussa nähtiin episodi, jossa silloin Keski-suomalaisessa työskennellyt toimittaja Ilkka Kulmala aiheutti lehtijutullaan jääkiekkoilija Raimo Summaselle kolmen ottelun pelikiellon (Partanen & Lamberg 2003, 65). Pelikieltoon johtanut lehtikirjoitus esitti Summasen verenhimoisena kostajana. Jutusta koituneen pelikiellon lisäksi kirjoitus teki varmasti hallaa myös Summasen julkiselle kuvalle. Kulmala oli ollut seuraamassa jääkiekko-ottelua, jossa Summanen oli pelaajana mukana. Ottelun aikana Summanen ajettiin kentältä liian kovien otteiden takia. Kulmala oli tuntenut Summasen jo entuudestaan ja päätti mennä jututtamaan tätä. Summanen oli vielä ulosajonsa jäljiltä kovassa tunnelatauksessa, ja hän kertoi ulosajoonsa johtaneen taklauksen olleen kosto vastapuolen pelaajaa kohtaan. Summanen huomautti, että kostaminen kuuluu jääkiekkoon ja hän tekisi niin jatkossakin. Näistä lausunnoista Kulmala sitten kirjoitti jutun lehteen. Lehtikirjoituksen seurauksena Summasen ulosajosta seurannutta pelikieltoa pidennettiin vielä kahdella ottelulla lehdistölle annettujen raakojen kommenttien takia.

On varmasti hyvin tavallista, että heti suorituksensa jälkeen urheilija on vielä sellaisessa mielentilassa, että hän voi antaa harkitsemattomia lausuntoja. Tällöin myös toimittajan tulisi juttua miettiessään ajatella, mitkä asiat ovat oleellisia jutun kannalta ja sitä, minkälaisissa olosuhteissa urheilija lausuntojaan antaa. Jos urheilija harjoittelee vuosia vaikkapa olympialaisiin, voi hän siellä epäonnistuessaan antaa lausuntoja, jotka eivät ole hänelle tyypillisiä. Näin urheilija saattaa antaa itsestään täysin valheellisen

kuvan mediassa. Toki urheilijan pitäisi silti myös itse ymmärtää, että hän on tekemisissä toimittajan kanssa. Etenkin kokemuksen myötä myös urheilutoimittajien kyky työskennellä urheilijoiden kanssa molempia osapuolia tyydyttävällä tavalla paranee (Järvenpää 2010). Lahden (2010) mukaan niin kuin urheilijoistakin, myös toimittajista jotkut ovat toisia taitavampia. Asiansa osaava toimittaja saa urheilijasta eräänlaisen otteen, jolloin lausuntojen antaminen tuntuu helpommalta.

### 3.3 Journalistin ja urheilijan välinen suhde

Urheilujournalismissa on tavallista, että toimittaja ja urheilija tulevat ajan myötä tutuiksi. Virtapohjan mukaan siitä voi muodostua tietyllä tavalla ongelma. Hänen mukaan on luonnollisesti hyvä asia, jos toimittaja pääsee urheilijan lähelle, mutta mikäli toimittaja ja urheilija ovat kavereita, saattavat juttujen sisällöt mennä jopa imeliksi. Lisäksi läheiset välit urheilijan kanssa voivat johtaa siihen, että toimittajan kyky havainnoida ja uutisoida etenkin ikäviä asioita heikentyvät. Voidaan myös ajatella, että toimittajalla on vaarana jättää oma työnsä sivummalle ja toimia eräänlaisena markkinointikoneiston osana. (Virtapohja 2010.) Kun journalistin tavoite on kertoa se, mitä tapahtuu, ja pyrkiä tasapuolisuuteen ja noudattaa journalistisia kriteereitä, pitää olla hyvin varovainen. Toimittajan on ratkaistava se ongelma, miten hän pyrkii urheilijaa lähelle, mutta säilyttää silti oman vapauden ja kyvyn tehdä journalistisia painotuksia ja ratkaisuja. (Virtapohja 2010.)

Timo Järvenpää myöntää, että läheiset välit toimittajan ja urheilijan välillä vaikuttavat luonnollisesti myös toimittajan tekemien juttujen sisältöön. Hän näkee, että tällaisessa tilanteessa toimittajalla on mahdollisuus saada urheilijasta enemmän irti. Kun toimittaja ja urheilija ystävystyvät, heidän luottamuksensa toisiaan kohtaan kasvaa. Tällöin toimittajalla on mahdollisuus saada juttuunsa enemmän syvyyttä. (Järvenpää 2010.)

Minulla on vuosien varrella tullut urheilijoita kavereiksi, joiden kanssa vietän myös vapaa-aikaa. Sanotaan, että silloin kirjoitustapa ehkä muuttuu ystävällisemmäksi tai syvällisemmäksi. En näe sitä kuitenkaan huonona asiana. Samalla se voi myös näkyä jutuissa niin, että ihmiset huomaavat, että tuo toimittajahan tuntee tuon urheilijan aika hyvin. On paljon toimittajia, joilla on suosikkiurheilijoita, joista he juttuja tekevät. Ne jutut ovat yleensä niitä parhaita. (Järvenpää 2010.)



Myös urheilijat näkevät sen positiivisena asiana, että jonkun toimittajan tuntee paremmin. Toimittajan lisäksi myös urheilija kokee tärkeäksi, että toimittajan ja urheilijan molemminpuolinen luottamus kasvaa ajan myötä. Kun ihminen oppii tuntemaan toisen ihmisen hyvin ja luottaa tähän, on helpompi jakaa henkilökohtaisiakin asioita.

Ehkä silloin toimittajakin on hyväsydäminen, eikä välttämättä kirjoita kaikkea sitä, mikä ei ole jutun kannalta tarpeellista. En ole kuitenkaan osannut itse olla toimittajaa kohtaan niin kylmäkiskoinen ja olen ollut sellainen hölösuu, että olen kertonut vähän liikaakin kaikennäköistä. (Kolkkala 2010.)

Urheilijan näkökulmasta toimittajan persoonallisuus on hyvin tärkeä tekijä siinä, kuinka helposti urheilija hänet päästää lähelleen (Lahti 2010). Toimittaja kiinnostuu urheilijan persoonasta, jos hän on sanavalmis ja hänellä on värikkäitä mielipiteitä. Urheilija taas luottaa toimittajaan silloin, jos hän osoittaa olevansa oikeasti kiinnostunut asiastaan ja osoittaa jonkinlaista asiantuntevuutta.

Toimittajan oma persoonallisuus kyllä vaikuttaa siihen, mitä hän saa irti urheilijoista ja siihen, miten häneen luotetaan ja hänelle avaudutaan. Oli helpompi olla, kun huomasi toimittajan tuntevan asian. Silloin me puhuimme samasta asiasta, keskustelimme. (Lahti 2010.)

Aina kyse ei ole kuitenkaan vain siitä, että toimittaja ja urheilija ovat ystäväystyneet vuosien aikana. Joskus kyse voi olla siitä, että toimittaja fanittaa ja ihailee jotakin urheilijaa. Toimittajat myös tiedostavat sen, kuka urheilija on erittäin kiinnostava.

Jos esimerkiksi Turkuun tulisi maailman paras jääkiekkoilija, niin aika moni toimittaja kokee, että juuri hän haluaisi päästä tekemään tuosta kiekkoilijasta jutun. (Virtapohja 2010.)

Tällöin toimittajan työhön ei siis vaikuta se, että toimittaja ja urheilija olisivat ystäviä keskenään. Kyse on siitä, että joku urheilija on toimittajan mielestä saavuttanut lajissaan eräänlaisen ehdottoman statuksen ja ylivertaisuuden. Urheilijasta kiinnostunut toimittaja haluaa yksinkertaisesti tavata ihailemansa urheilijan henkilökohtaisesti. 1950-luvulla urheilutoimittajien ei ollut sopivaa ihailta tai näkyvästi kannattaa jotain urheilijaa ainakaan työajallaan. Turun Urheilutoimittajien Kerhon ensimmäinen puheenjohtaja Jarl Bergbom on huomauttanut, että urheilutoimittaja voi toki kannustaa

urheilijoita, jos hän on seuraamassa ottelua maksavana katsojana. Työaikana toimittajan tuli Bergbomin mukaan vain seurata viileästi ottelun kulkua, jotta he voisivat kertoa siitä lukijoille. Hänen mukaan toimittaja ei tällaiseen pystyisi, jos tämä eläytyisi otteluun fanina, eikä toimittajana (Lamberg & Partanen 2003, 224). Nykyään urheilutoimittajat eivät ole näin tiukkoja linjauksissaan. Järvenpää uskoo, että vaikka urheilutoimittajat tietynlaisia urheilijoita fanittavatkin, se ei vaikuta toimittajan työhön (Järvenpää 2010). Urheilijoista kiinnostuminen ja heidän suoritustensa jonkinasteinen ihailu on toisaalta kuitenkin sellaisen asia, joka osaltaan tekee ihmisestä urheilutoimittajan. Tällaiset seikat tekevät toimittajien työstä kiinnostavaa. Urheilun sekä urheilijoiden fanittaminen ikään kuin kuuluu myös työn perusluonteeseen. Jos toimittaja sen kieltää, kieltää hän myös jotain omasta itsestään. (Virtapohja 2010.) Myös Järvenpää tiedostaa sen, että urheilusta kiinnostuminen on olennaista urheilujournalismin työssä.

Minä fanitan urheilua. En minä muuten olisi urheilutoimittaja. (Järvenpää 2010.)

## 4 MINUUS JA IDENTITEETTI

### 4.1 Identiteetti käsitteenä

Psykologiassa termillä identiteetti tarkoitetaan sitä, miten ihminen kokee oman itsensä (Jaakkola 2010). Kyse ei ole siis niinkään siitä, kuka yksilö on ja mistä hän tulee. Identiteetin kannalta tärkeimmät kysymykset ovat kuka hänestä voisi tulla, kuinka hänet nähdään ja mitkä kaikki tekijät voivat mahdollisesti vaikuttaa siihen, kuinka ihminen todellisuudessa esittää itsensä (Hall 1999, 250.) Hallin mukaan identiteetti muodostuu lopulta esittämisen eli representaation tuotteena. Tätä voisi siis tulkita niin, että jos esimerkiksi lehdistö ja yleisö ottavat jonkun urheilijan hampaisiinsa ja näkevät tämän petturina tai valesankarina, vasta urheilijan itsensä muodostama käsitys omasta identiteetistään on se, jolla on ainoastaan merkitystä. Toisin sanoen, jokaisella ihmisellä on henkilökohtainen käsitys siitä, kuka ja minkälainen hän on ja tämän tiedostaminen luo ihmiselle identiteetin. Vaikka ihmisen identiteetti määräytyy vahvasti sen mukaan, minkälaiset yksilölliset ominaisuudet hänellä on, vaikuttavat sen kehitykseen myös monet ulkopuoliset tekijät, kuten perhe, ystävät ja työtoverit. Jokaisella ihmisellä on siis identiteettinsä lisäksi oma persoona, joka on eräänlainen käyttäytymistä säätelevä sisäänrakennettu järjestelmä. Identiteetti taas on puolestaan yksilön omaksuttujen roolien sekalainen joukko, joiden kautta ihminen näkee itsensä. Nämä roolit taas määrittyvät ympäristön vaikutusten mukaan. (Jaakkola 2010.)

Yleisesti koetaan, että ihminen etsii itseään vielä nuorena aikuisena. Päivi Fadjukoff kuitenkin toteaa, ettei yksilön identiteetti ole missään tapauksessa lopullisessa muodossaan vielä vanhemmallakaan iällä (Fadjukoff 2007). Fadjukoffin mukaan ihminen kohtaa elämänsä aikana useita tilanteita, jotka vaikuttavat tämän identiteetin kehitykseen. Hän nostaa esimerkiksi monen nuoren edessä siintävät elämänvaiheet. Ensin muutetaan lapsuudenkodista omaan asuntoon. Opintojen jälkeen siirrytään työelämään ja perustetaan elämäkumppanin kanssa oma koti ja perhe. Jokaisessa ennalta tuntemattomassa tilanteessa ihminen joutuu tutkimaan ja pohtimaan sitä, kuka hän on. (emt.). Erilaiset elämäntilanteet myös vaikuttavat siihen, miten muut ihmiset näkevät tietyn yksilön ja minkälaisia mielikuvia he tästä muodostavat (Joensuu, Pirjo,

henkilökohtainen tiedonanto 17.8.2010.)<sup>8</sup> Esimerkiksi opiskelijasta voi ihmistä paremmin tuntematta olettaa, että tämä pukeutuu tietyllä tavalla ja yleensäkin näyttää tietynlaiselta.

Ihminen omaksuu monenlaisia arvoja, ajatusmalleja ja määritelmiä ulkoapäin häntä ympäröivästä maailmasta. Kotikasvatuksesta alkaen vanhemmat antavat ja luovat lapselleen erilaisia käyttäytymismalleja ja arvoja, joiden mukaan tässä maailmassa tulisi toimia ja mikä on maailmassa tärkeää. Iän myötä ihmisen identiteetti ja etenkin oma tahto kehittyy siinä määrin, että nuori alkaa koetella hänelle asetettuja arvoja ja käy etsimään uusia tilanteita ja erilaisia identiteettejä, joiden myötä hän ikään kuin testaa jo aiemmin omaksuttua identiteettiään. Ajan myötä ihminen sitten löytää ne itselleen sopivat roolit ja identiteetit. (Jaakkola 2010.)

Identiteettiä on vaikea käsitellä ilman, että tutkii myös minuutta. Minuus ja etenkin identiteetti määrittelee sen, mitä ja kuka ihminen on. Näitä käsitteitä on vaikea määritellä lyhyesti, sillä termeille ”minuus” ja ”identiteetti” on kehitetty monenlaisia määritelmiä. Useista eri tulkinnoista on kuitenkin havaittavissa samanlaisuuksia, joiden avulla minuudelle ja identiteetille voidaan asettaa karkeat määritelmät. Minuus voidaan määritellä niin, että ihminen on tietoinen itsestään ja siitä, että hän on olemassa. Identiteetti taas tarkoittaa sitä, miten yksilö ja muut ihmiset kokevat ja havaitsevat sen, kuka hän on (Rautio & Saastamoinen 2006, 170.). Yhteistä minuudelle ja identiteetille on se, että ne eivät ole yksilölle valmiiksi annettuja, vaan ne syntyvät, kehittyvät ja mahdollisesti muuttuvat elämän aikana uusien kokemusten myötä.

Psykologi Dan P. McAdamsin mukaan minuudella on länsimaisessa kulttuurissa (Rautio & Saastamoinen 2006, 171) tiettyjä tuntomerkkejä. Minuus on tiukasti yksilöön sidottua. Vain yksilö itse voi todeta minuutensa ja kehittää sitä. Toisten ihmisten muodostamat käsitykset eivät vaikuta yksilön minuuteen. Yksilön minuuteen liittyy vahvasti tunne jatkuvuudesta. Tällainen tunne on mahdollista saavuttaa, mikäli ihminen tuntee olevansa eheä kokonaisuus. Hän tuntee olevansa samanlainen ihminen riippumatta siitä, minkälaisessa tilanteessa hän kulloinkin on. Lisäksi ihmisen on kyettävä rinnastamaan itsensä aikajatkumoon. Yksilön on tunnistettava, että

---

<sup>8</sup> Jatkossa lähdeviittemerkintä (Joensuu 2010).

menneisyys, nykyisyys ja tulevaisuus ovat yksi ehyt kokonaisuus ja että hän on itse osa sitä. Ajan käsitteen hahmottamisen lisäksi yksilön on pystyttävä määrittelemään itsensä suhteessa omaan ympäristöönsä. Esimerkiksi vallitseva kulttuuri, yksilön ihmissuhteet sekä ihmisen oma historia muokkaavat ihmisen minäkuvaa. Kun yksilö osaa hahmottaa ja jäsenellä näitä asioita, hän alkaa muodostaa omaa identiteettiään. Erving Goffmanin mukaan identiteetillä tarkoitetaan tapoja, joilla ihminen tiedostaa ja määrittelee itsensä suhteessa omaan itseensä, sosiaaliseen ympäristöönsä ja kulttuuriinsa. (emt., 172.)

#### 4.2 Identiteetin kehitys

Identiteetin kehittymisestä voidaan puhua alati jatkuvana ihmiselle itselleen tiedostamattomanakin prosessina (Hall 1999, 39). Identiteetti ei ole koskaan siis täydellinen, vaan se kehittyy koko ajan. Koska yksilön identiteetti ei ole koskaan valmis, voi yksilö muuttua identiteetiltään myös aikuisiällä. Aikuisiin ihmisiin kohdistuva identiteetin tutkiminen on silti kansainvälisesti harvinaista (Fadjukoff 2007). Vaikka ihmisen identiteetti rakentuu vahvasti jo nuorena, kohtaa yksilö myös aikuisiällä tilanteita, jotka johtavat, jos ei identiteetin muuttumiseen, niin ainakin sen pohtimiseen, kuka hän oikeasti on tai kuka hän haluaisi olla. Esimerkkeiksi tällaisista tilanteista Fadjukoff nostaa muun muassa lyhytaikaiset työsuhteet, parisuhteet, opiskelun sekä muuttamisen uuteen kotiin. Merkittävät elämänmuutokset ja jatkuvat valinnat edellyttävät ihmiseltä alati pohdintaa siitä, mitä hän pitää tärkeänä ja mihin hän sitoutuu. Näitä asioita yksilö pohtii sen kautta, minkälaisena hän kokee oman identiteettinsä. Myös Stuart Hallin mukaan yksilön identiteetti on jatkuvassa muutoksen tilassa. Koska ihminen kohtaa elämänsä aikana monia valintoja ja arvoja koettelevia tilanteita, muodostuu yksilölle aina uusia identiteettejä vanhojen tilalle. (Hall 1999, 23.)

Yksinkertaisesti voisi sanoa, että ihmisen identiteetti ei ole koskaan valmis taikka lopullinen, sillä identiteetti kehittyy koko ajan. Ihmisellä on elämänsä aikana useita erilaisia rooleja, ja erilaiset asiat ovat hänelle tärkeitä eri elämänvaiheissa. Nuori ihminen saattaa olla vaikka opiskelija. Silloin hänellä on vahva opiskelijan identiteetti. Myöhemmin hänestä voi tulla jonkun toisen ihmisen puoliso. Tästä saattaa seurata se,

että hän saa jälkikasvua, jolloin ihminen omaksuu isän tai äidin identiteetin. Yksilö omaksuu elämänsä aikana jatkuvasti uusia rooleja ja identiteettejä. Vanhat, jo aiemmin omaksutut identiteetit korvautuvat uusilla sitä mukaa, minkä ihminen kokee olevan tärkeää ja keskeistä omassa elämässään juuri sillä kyseisellä hetkellä (Jaakkola 2010).

On myös mahdollista, ettei yksilön identiteetti muodostukaan niin, että se olisi aidosti hänen omansa. Joskus jokin vahva ulkopuolinen tekijä saattaa vaikuttaa yksilöön siinä määrin, että tämä alkaa muodostaa omaa identiteettiään tämän ulkoisen tekijän vaikutusten mukaan. Tällöin ihmiselle muodostuu oman identiteetin sijasta lainattu identiteetti (Forssell 2008). Forssellin tekstissä Fadjukoff huomauttaa, että kun ihminen muodostaa identiteettinsä jonkun toisen luomien vaikutteiden mukaan, muuttuu ihmisen elämä tämän ulkopuolisen tekijän odotusten suorittamiseksi. Tällaisesta lainatusta identiteetistä ja toisten odotusten täyttämiseen pyrkivästä identiteetistä voi olla vaikea päästä eroon, ja se voikin ajan myötä johtaa identiteetikriisiin. Fadjukoff uskookin, että ”kolmenkymppin kriisi” ja ”viidenkymppin villitys” juontavat juurensa juuri siitä, että yksilö yrittää irtautua ulkopuoleltaan omaksumastaan identiteetistä. (emt.)

Lainatun identiteetin piirteitä voi nähdä myös huippu-urheilijoissa. Huippu-urheilijat ovat usein sellaisia ihmisiä, että he ovat urheilleet aktiivisesti jo lapsesta asti. Kuitenkin varsinkin urheilumaailmaan kuuluu se, että ulkoiset tahot luovat urheilijalle odotuksia siitä, miten tämän tulisi käyttäytyä ja siitä, mitä hänen odotetaan urheilussa saavuttavan. Vaikka urheilija olisi ryhtynyt urheilemaan omasta päätöksestä ja vaikka hän urheilee vain itsensä takia, voisi kuvitella, että muilta ihmisiltä ja etenkin medialta tulevat odotukset vaikuttavat tavallaan siihen, millaisena huippu-urheilija näkee itsensä.

#### 4.3 Huippu-urheilijan identiteetti

Huippu-urheilijan ja niin sanotun normaalin ihmisen identiteetit muodostuvat toki samalla tavalla, mutta ne ovat silti hieman erilaiset. Voisi sanoa, että huippu-urheilijan identiteetti on samanlainen kuin sellaisen henkilön identiteetti, joka on omistautunut jollekin asialle hyvin antaumuksellisesti. Niin ammattiurheilija kuin esimerkiksi

taiteilija ja jonkin alan asiantuntija näkee ja hahmottaa oman itsensä vahvasti juuri työnsä kautta. Ammatikseen urheilevan ihmisen elämä keskittyy täysin urheilun ympärille. Usein huippu-urheilija on aloittanut urheilun harrastamisen lapsena, ja menestyksen myötä tie on vienyt urheilijan uralle. Kun tämä ura on vaatinut koko ajan enemmän aikaa ja huomiota, alkaa ihminen kokea ja tarkastella itseään juuri urheilemisen ja urheilijana olemisen kautta. Yksilö kokee olevansa urheilija myös silloin, kun hän ei ole tekemässä urheilusuoritusta. Hän muokkaa kaikki elämäntapansa ja rutiininsa niin, että ne palvelevat parhaiten urheilemista ja sitä, että hänen on mahdollista olla urheilija. Tällöin urheilijan identiteetistä tulee hyvin dominoiva ja kokonaisvaltainen, ja se vaatii ihmiseltä paljon myös silloin, kun tämä ei ole urheilemassa. Näin ollen urheilijan identiteetti on ikään kuin päällä koko ajan huippu-urheilijan jokapäiväisessä elämässä. (Jaakkola 2010.) Huippu-urheilijan identiteettiä voisi verrata vaikka korkea-arvoisen poliittisen henkilön identiteettiin. Esimerkiksi tasavaltamme presidentti elää vuorokauden ympäri presidentin roolissaan. Vaikka presidentti olisi ennen ollut jotain muuta, tulee hän loppuelämänsä ajan olemaan kansan silmissä presidentti. Presidentin elämässä ei jää tilaa muulle kuin sille, että hänen täytyy aina olla, toimia ja käyttäytyä presidentin tavoin. Vaikka huippu-urheilijaa ja presidenttiä ei sinänsä voi toisiinsa suoraan verrata, on heidän identiteettiensä muodostumisessa ja niiden ylläpitämisessä selkeitä yhtäläisyyksiä.

Huippu-urheilija on tavallinen ihminen siinä missä kuka tahansa muukin. Kuitenkin huippu-urheilijan ja niin sanotun normaalin ihmisen identiteetit kehittyvät eri tavalla. Merkittävä tekijä erilaisen identiteetin kehittämisessä on se, että ammatikseen urheilevan ihmisen identiteetin kehitykseen vaikuttaa kaiken muun ohella myös median toiminta. Vaikka urheilija voi olla urheilemisen ohessa opiskelija, jonkun ystävä tai jonkun vanhempi, juuri urheiluidentiteetti on se kaikkein määräävin. Urheiluidentiteettiin taas vaikuttaa se, miten mediassa käsitellään urheilijaa ja minkälaisia odotuksia media urheilijasta luo. Urheilijat ovat nykyään entistä julkisempia henkilöitä, joten urheilijan on kiinnitettävä huomiota myös siihen, miten hän käyttäytyy ja minkälaista elämäntyyliä hän elää. Media saattaa luoda jonkin verran jopa ulkonäköpaineita. (Jaakkola 2010.) Medianäkyvyyden myötä urheilija altistaa itsensä jokaisen ihmisen arvostelun alaiseksi, jolloin jokaisen mediaa seuraavan ihmisen on luvan kanssa mahdollista arvostella urheilijaa kilpasuoritusten ohella myös esimerkiksi tämän käytöksen tai ulkonäön mukaan. Urheilijoista on siis tullut ajan

myötä paljon julkisempia henkilöitä kuin ennen. Kattavamman medianäkyvyyden myötä yleisöllä on nykyään mahdollisuus kiinnittää huomiota erilaisiin asioihin kuin vuosikymmeniä sitten. Nykyään jokainen urheilua kuluttava ihminen kokee ikään kuin luvalliseksi sen, että urheilijan urheilun ulkopuolisiin tekijöihin voidaan ottaa kantaa. Esimerkiksi Kimi Räikkösen puhetyyliä tai Seppo Rädyn värikkäitä kommentteja on paisuteltu useamminkin sketseissä vuosien varrella. Tällaiset asiat eivät välttämättä olisi suuren yleisön tiedossa ilman kattavaa medianäkyvyyttä.

Toisaalta median kiinnostus ja laaja näkyvyys on johtanut siihen, että urheilemisesta on tullut yleisön silmissä hyväksyttävä ja oikea ammatti (Jaakkola 2010). Ammatikseen urheileva ihminen joutuu siis kohtamaan myös erilaisia urheilun ulkopuolisia paineita ja odotuksia monilta tahoilta siitä, minkälainen hänen pitäisi olla sekä urheilijana että ihmisenä. Kun urheilijan urallaan saavuttama menestys, median kiinnostus ja yhteistyökumppaneiden taloudellinen merkitys ovat noususuhdanteessa, eivät tällaiset paineet ole välttämättä vielä niin merkittävässä roolissa. Jossakin vaiheessa urheilijan uraa tulee vastaan väistämättä kuitenkin se hetki, jolloin urheilusuoritusten taso alkaa laskea nousemisen sijasta. Kun urheilijan tulostaso ja median ja yleisön luomat odotukset eivät enää kohtaa, saattaa jatkuvan noususuhdanteen katkeamisesta muotoutua urheilijalle eräänlainen kriisi (Joensuu 2010). Oli kyseessä kuinka taitava ja menestyvä urheilija tahansa, joutuu tämä väistämättä tekemisiin tällaisen ristiriidan kanssa ajan myötä, sillä kukaan ei voi olla huipulla ikuisesti. Pelkän huippu-urheilijan statuksen kyseenalaistumisen lisäksi heikentyneet urheilusuoritukset voivat ennen pitkää johtaa siihen, että urheilijan medianäkyvyys vähenee ja sitä kautta myös urheilijan tekemistä rahallisesti tukevat sponsorit alkavat menettämään kiinnostustaan urheilijaa kohtaan. Ilman medianäkyvyyttä ja näkyvyyden myötä tulevaa taloudellista hyötyä urheilijan olisi taas paljon vaikeampaa harjoittaa ammattiaan. Tällaisessa tilanteessa olisi urheilijan oman identiteetin kannalta tärkeää, että tämä pystyisi tarkastelemaan itseään ulkopuolisesta näkökulmasta. Kun huippu-urheilijan elämäntilanne on muuttunut siihen suuntaan, että urheilija ei enää olekaan lajissaan se kirkkain tähti, pitäisi hänen jälleen pyrkiä selvittämään itselleen, onko jokin muukin asia pelkän urheilun ohella hänelle tärkeää (Joensuu 2010). Ennen huipulla urheilevat ihmiset tekivät pääosin päivätyökseen jotain muuta ja urheilivat siinä ohessa. Urheiluidentiteetti ei ollut välttämättä niin vahva, sillä urheilun lisäksi ihmisen piti tehdä vaikkapa kirvesmiehen tai toimistotyöntekijän töitä. Nykyään taas ammatikseen



urheileva ihminen on identiteetiltään urheilija, ja urheilulla on selvästi tärkein ja aikaa vievin rooli hänen elämässään. Tämä tulee ilmi viimeistään silloin, kun urheilu-ura on päätöksessä ja suuri aukko, jonka urheilu on aiemmin täyttänyt, pitäisi paikata jollain muulla toiminnalla. Tällöin myös urheilijan identiteetti joutuu muutoksen keskelle. Urheilijasta tulee yllättäen jotain muuta kuin urheilija.

Uskon hyvin, että urheilu-uran jälkeen voi olla tyhjiössä. Lopetin urheilun ihan totaalisesti, eikä minua silloin kiinnostanut suunnistaminen tai lenkkeily enää yhtään. Minulla oli kuitenkin silloin pieni lapsi ja menin suoraan töihin, joten minun kohdallani arki jatkui heti normaalisti. En sitä silloin heti tajunnut, mutta myöhemmin olen ymmärtänyt, että siinä oli käynnissä eräänlainen muutosprosessi. Ei ollut enää olalle taputtajia ja kehuja niin paljon, kun en enää kilpaillut. Elämä muuttui ja piti ehkä ajatella, että olen nyt jossakin muissa asioissa hyvä. (Kolkkala 2010.)

Niinhän se tietysti on. Tavallaan se soutu oli kuitenkin aika kovaa räkkiä ja niin valtavan ankara laji harrastaa, että kyllä se oli aika helppo jättää. Se oli tavallaan helpotus kun se jäi pois, enkä ole oikeastaan soutamista yhtään kaivannut. Kai siinä oli sitten muutakin tekemistä, ettei se soutu ollut ainoa asia, mitä halusin tehdä. Siinä jäi sitten aikaa perheelle ja muille harrastuksille. (Kesäläinen 2010.)

Se on totta, että silloin kun urheilee, niin silloin siihen keskittyy 24 tuntia vuorokaudessa. Muuten siitä hommasta ei tule yhtään mitään. Tietenkin se sitten jättää jonkinlaisen aukon, kun urheilu jossakin vaiheessa väijäämättä loppuu. Mutta kyllä se urheileminen kasvattaa, ja jos saavuttaa menestystä, niin se kohottaa itsetuntoa. Ei se itsetunto sieltä mihinkään häviä. (Lahti 2010.)

Toisille huippu-urheilijoille tämän elämänmuutoksen kokeminen sujuu siis aika helposti, kun taas toisille se ei ole yhtä kivutonta. Lopulta sopeutuminen uudenlaiseen elämään riippuu täysin yksilöstä. Tämän takia on mahdotonta eritellä syitä, miksi joku urheilija sopeutuu uuteen arkeen ja joillekin tuntemattomaan elämäntyyliin sopeutuminen taas voi tuntua ylivoimaisen hankalalta. Ei voi kuitenkaan yleistää niin, että mikäli urheilija ei saa uudesta elämänrytmistä heti kiinni, olisi hän tuomittu ikuisesti elämään epätietoisuudessa. Esimerkiksi entinen mäkihyppääjä Toni Nieminen oli vaikeuksissa urheilu-uran päätyttyä yllättävän nuorena. Hän kuitenkin onnistui luomaan itselleen uuden identiteetin muun muassa mäkihyppykommentaattorina. Valitettavan monessa tapauksessa tuon tyhjiön täyttäminen ei täysin kuitenkaan onnistu yrityksistä huolimatta lopullisesti.

Moninkertainen uinnin arvokisojen kultamitalisti Hanna-Maria Seppälä puhuu urheilijan vaikeudesta yhdistää julkisuus ja tavallinen elämä. Seppälä tietää, että media seuraa hänen tekemisiään altaassa ja sen ulkopuolella. Hänelle on kuitenkin tärkeintä, että pystyy itse arvioimaan omaa elämäänsä. Motiivit ja ajatukset omista valinnoistaan urheilun suhteen kuuluvat Seppälän mukaan yksinomaan hänelle. Seppälä myöntää, että urheilun kautta hän on oppinut valtavasti itsestään. Varsinkin tunnetilojen hallinnan oppimisesta on ollut paljon hyötyä elämässä myös urheilun ulkopuolella. Seppälän mielestä ristiriita julkkisten ja toimittajan välille syntyy ristiriita, koska toimittajat eivät tunne julkisuuden henkilöitä. Tällöin myöskään kuva, jonka toimittajat julkkiksista ihmisille välittävät, ei voi olla täysin realistinen. (Kunnas & Lindfelt 2004, 11–19.)

Identiteetin kehittymisen kannalta media ei ole missään nimessä ainoa asia, joka siihen vaikuttaa. Ihminen omaksuu jokapäiväisessä elämässään niin monelta eri taholta niin monia erilaisia vaikutteita, ettei pelkän median aikaansaama vaikutus ratkaise sitä, minkälaiseksi ihmisen identiteetti muodostuu. Median ei tule kantaa huolta urheilijan identiteetistä vaan enemmänkin siitä, minkälaisena tarkkailtavan urheilijan julkisuuskuva maailmalle välittyy (Jaakkola 2010).

## 5 RADIO-OHJELMA MEDIAN JA URHEILUN SUHTEESTA

Toimitimme opinnäytetyömme tuoteosana syksyllä 2010 kaksiosaisen radio-ohjelman. Radio-ohjelma esitetään vuoden 2010 loppuun mennessä Yleisradion Turun radiossa. Toimittamamme radio-ohjelma käsittelee sitä, minkälainen median suhde on huippu-urheiluun ja huippu-urheilijaan. Ohjelmassa tutkitaan urheilutoimittajien, entisten ja nykyisten huippu-urheilijoiden sekä urheilupsykologien näkökulmasta sitä, millä tavalla media urheilun ja urheilijat esittää ja mitä tekijöitä median ja urheilun välisen suhteen takana on. Vaikka radio-ohjelma on toimitettu kokonaisuus, halusimme saada ohjelmaan tietynlaista keskusteluohjelman henkeä. Siksi ohjelman molemmat osat ovat kestoltaan noin viidentoista minuutin mittaisia.

Olemme molemmat innokkaita urheilun kuluttajia, ja idea radio-ohjelman tekemiseen syntyi siitä, että pohdimme usein näkemiämme ja kuulemiamme urheilu-uutisia ja niihin valittuja näkökulmia. Huomasimme, että usein toimittajat valitsevat tietyn näkökulman, jonka kautta jutussa esiintyvät urheilijat suoraviivaisesti esitetään. Oli juttu sitten positiivinen tai negatiivinen, vaikuttaa sen sisältö välttämättä itse urheilijaan, jota juttu käsittelee. Päätimme tutkia, miten median luoma myönteinen tai kielteinen näkyvyys vaikuttaa urheilijaan. Halusimme myös tutkia, millä tavalla media ja urheilijat ovat suhtautuneet toisiinsa menneinä vuosikymmeninä. Tätä tarkoitusta varten päätimme haastatella ohjelmaamme huippu-urheilijoita jokaiselta vuosikymmeneltä aina 1960-luvulta lähtien.

Ohjelmamme rakenne koostuu tekemistämme haastatteluista sekä Yleisradion arkistosta löytämistämme materiaaleista. Haastattelimme ohjelmaamme varten neljää urheilijaa. Päätimme, että haastateltavien urheilijoiden pitäisi olla sellaisia, jotka joko ovat tai olivat aikanaan lajissaan Suomen ehdotonta huippua. Lisäksi halusimme valita haastateltavat urheilijat niin, että he olivat uransa huipulla eri vuosikymmeninä. Urheilijoiden lisäksi haastattelimme urheilutoimittajia sekä kahta psykologia.

Ensimmäinen haastateltavamme oli soutaja Teppo Kesäläinen, joka edusti Suomea Tokion kesäolympialaisissa 1964. Toinen urheilija, jota haastattelimme, oli Johannes Lahti. Lahti kilpaili kaksissa kesäolympialaisissa 1970-luvun ja 1980-luvun taitteessa.

Lahden lajina oli 10-ottelu. Kolmanneksi haastateltavaksi valitsimme suunnistuksen kaksinkertaisen maailmanmestarin Reeta-Mari Kolkkalan. Kolkkala tuo syvyyttä haastatteluihimme vastaamalla kysymyksiimme naisen näkökulmasta. Lisäksi oli mielenkiintoista selvittää, miten suunnistajan kokemukset eroavat muiden urheilijoiden tuntemuksista. Suunnistus on kuitenkin lajina sellainen, joka ei kerää medianäkyvyyttä lähellekään samalla mittakaavalla kuin esimerkiksi yleisurheilu. Neljäntenä urheilijana haastattelimme suomalaisen jalkapalloilun suurlupausta Roope Riskiä. Myös Riskin valinta antoi työhömmme uuden ulottuvuuden, sillä hän eroaa muista haastateltavista siten, että Riski on vasta aloittelemassa työskentelyä median parissa.

Urheilutoimittajista haastateltaviksi valitsimme Turun Sanomien urheilupäällikkö Kalle Virtapohjan sekä Auran Aaltojen urheilutoimittaja Timo Järvenpään. Heistä molemmat ovat työskennelleet urheilujournalismin parissa jo pitkään. Lisäksi Virtapohja on itsekin tutkinut muun muassa urheilijoiden julkisuuskuvaa mediassa. Toimittajia haastatellessa oli myös tärkeää, että he työskentelivät eri välineissä. Vaikka Turun Sanomat ja Auran Aallot ovat molemmat osa TS-yhtymää, on valinta mielestämme toimiva. Tarkoituksenamme ei ollut tutkia jonkin mediatalon yhteisiä uutisointitratkaisuja. Keskityimme sen sijaan siihen, miten kaksi kokenutta urheilutoimittajaa näkevät oman työnsä ja miten he sen kokevat lehden ja radion parissa. Vaikka toimittajat kuuluvat samaan yhtymään, ovat he silti yksilöitä, joilla on omat näkemykset urheilun ja median kanssakäynnistä.

Ohjelmassamme urheilijoiden ja toimittajien lisäksi myös asiaan perehtyneet psykologit pohtivat median vaikutusta urheilijan julkisuuskuvaan. Asiaa selvittääksemme keskustelimme kyseisistä seikoista urheilupsykologi Matti Jaakkolan sekä imagokonsultti Pirjo Joensuun kanssa.

Radio-ohjelman ideoinnin aloitimme alkuvuodesta 2010. Tuolloin mediassa hehkutettiin tulevia Vancouverin talviolympialaisia. Olympialaisten kaltaisten suurten urheilun massatapahtumien tuoma medianäkyvyys urheilijoille herätti mielenkiintomme. Voisi helposti kuvitella, että kaikki urheilijat haluavat mahdollisimman paljon medianäkyvyyttä, sillä laaja julkisuus takaisi myös sponsorien kiinnostuksen ja sitä kautta taloudellisen vakauden harjoittaa ammattiaan. Mittavalla julkisuudella on kuitenkin myös varjopuolensa. Kun media seuraa tekemisiä

herkeämättä, välittyä urheilijan jokainen epäonnistuminen nopeasti jopa koko maailman nähtäville. Halusimme selvittää, miltä urheilijasta tuntuu olla jatkuvasti julkisuuden polttopisteessä. Lisäksi pohdimme sitä, miten median edustajat asennoituvat siihen, että heidän työnsä luo urheilijalle valtaviakin paineita.

Ajatuksemme siitä, kuinka media voi vaikuttaa siihen, millaisena huippu-urheilija näkee itsensä, tuntui myös radio-ohjelmamme tilaajan mielestä mielenkiintoiselta lähtökohdalta radio-ohjelmalle. Sovimme siis keväällä 2010 toimittavamme Turun radiolle kaksiosainen radio-ohjelman, jonka olisi alustavasti määrä tulla ulos kanavalta marras-joulukuussa 2010.

Meillä oli runsaasti aikaa radio-ohjelman tekemiseen. Pitkä aikataulu mahdollisti sen, että saisimme ohjelmaamme riittävän määrän haastateltavia. Vaikeinta ohjelman tekemisessä ei ollutkaan se, saisimmeko riittävästi kiinnostavaa materiaalia kaksiosaisen ohjelman tarpeiksi vaan se, että jouduimme jättämään mielestämme monia mielenkiintoisia asioita ohjelmasta rannalle. Kaiken keräämämme materiaalin lisäksi kun meillä oli myös mahdollisuus hyödyntää Yleisradion arkistoja. Arkistoista löytyy erilaisia äänitallenteita aina menneiltä vuosikymmeniltä tähän päivään asti.

Toisaalta se, että kahteen jaksoon eivät mahtuneet kaikki ne asiat, jotka mielestämme olivat mielenkiintoisia, auttoi pitämään ohjelmamme paremmin kasassa. Työprosessin edetessä teimme useita uusia kiinnostavia havaintoja. Näille havainnoille ei kuitenkaan ollut luonnollista sijaa ohjelmissamme. Näin ollen päätimme suosiolla olla käyttämättä suurta osaa uusista ideoistamme, jottei radio-ohjelmasta tulisi liian sekava. Päätimme, että olisi parempi keskittyä vain muutamaan pääasiaan ja käsitellä niitä perusteellisesti.

Alkuperäinen lähtökohta radio-ohjelman jaksoja ajatellen oli se, että ensimmäinen osa keskittyisi menneeseen aikaan ja toinen osa keskittyisi nykypäivään ja tulevaan. Tällainen lähtöasetelma tuntuikin aluksi ihan toimivalta. Kuitenkin kun etenimme työssämme lopulliseen leikkausvaiheeseen, huomasimme mielestämme paremman tavan jäsentää tulevan ohjelmamme osat. Työn edetessä ohjelman perusajatus ei toki muuttunut, mutta se, mitä ohjelman jaksot edustavat, muuttui. Totesimme, että kokonaisuus voisi toimia paremmin, mikäli radio-ohjelmamme ei jakautuisi menneisyyteen, nykyhetkeen ja tulevaisuuteen. Päätimme, että ensimmäinen osa

käsittelisi sitä, kuinka media vaikuttaa urheiluun ja urheilijoihin positiivisella tavalla. Toisessa jaksossa taas painottaisimme media ja urheilumaailman kanssakäynnin varjoisempia puolia. Päätimme lopettaa ohjelman ensimmäisen osan niin, että jo sitä kuunnellessa kuulijalle syntyy lopussa ajatus siitä, miten median vaikutuksella urheiluun on kaiken hyvän lisäksi myös huonot puolensa. Tämä jaottelu median myönteisiin ja kielteisiin seikkoihin myös mahdollisti sen, että eri haastateltavat pääsisivät varmemmin ja useammin ääneen tekemässämme radio-ohjelmassa.

Tutkielmassamme selvitimme, kuinka median toimintatavat ovat muuttuneet viihdyttävämpään suuntaan. Kalle Virtapohja ja Seppo Pänkäläinen ovat omissa teoksissaan pohtineet median muutosta ja sen vaikutuksia urheilumaailmaan ja yhteiskuntaan. Tuoteosaa varten haastattelemamme urheilijat vahvistivat väitteen, että urheilujournalismi on muuttunut valtavasti. Lisäksi urheilijoilta vaaditaan nykyisin yhä enemmän valmiuksia toimia mediassa. Huomasimme selvän eron, kun jututimme huippu-urheilijoita eri vuosikymmeniltä ja kysyimme heidän kokemuksiaan median toiminnasta omana aikanaan. Mikäli vertaa 1960-luvulla urheilleen Teppo Kesäläisen ja 2010 uraansa aloittelevan Roope Riskin kokemuksia, saa niistä hyvää vertailua median muutoksista. Suurimpia havaitsemiamme eroja olivat mediavälineiden selkeä lisääntyminen ja tästä seurannut urheilun kaupallistuminen. Vielä muutama vuosikymmen sitten urheilu oli kunnian tavoittelua. Nykyisin taloudelliset seikat ovat vähintään yhtä tärkeässä roolissa kuin kunnia. Rahan merkitys urheilumaailmassa heijastuu jalkapalloilijoista maksetuista siirtosummista. 1950-luvulla pelaajien markkina-arvo alkoi nousta selvästi. Vuonna 1957 italialainen Juventus maksoi argentiinalaiselle River Platelle 93 000 puntaa Enrique Omar Sivorin palveluksista. 1970-luvun puolivälissä nähtiin jo ensimmäinen yli miljoonan punnan pelaajakauppa. Vuonna 1992 Jean-Pierre Papin oli ensimmäinen jalkapalloilija, josta maksettiin kymmenen miljoonaa puntaa. 2000-luvulla jalkapallossa liikkuvat rahamäärät moninkertaistuivat entisestään. Vuonna 2001 maailman kalleimman jalkapalloilijan titteliä kantoi Zinedine Zidane. Tuolloin espanjalainen Real Madrid maksoi hänestä lähes 50 miljoonaa puntaa. Tähän mennessä suurin siirtokorvaus on maksettu Cristiano Ronaldon palveluksista. Vuoden 2009 kesällä toteutunut pelaajasiirto maksoi Real Madridille lähes käsittämättömät 80 miljoonaa puntaa. (Sportige 2010.) Kun näitä jalkapalloilijoista maksettuja korvauksia tutkii, on huomattava, että rahamäärät alkoivat toden teolla kasvaa 1980-luvun alussa. Tuolloin myös urheilun ja urheilijoiden saama

medianäkyvyys alkoi olla kattavampaa. Ei ole siis sattumaa, että urheilun saaman medianäkyvyyden myötä myös urheilussa liikkuvat rahamäärät moninkertaistuivat.

Urheilun vahva kaupallistuminen on vaikuttanut myös mediaan. Urheilussa liikkuu nykyään valtavat rahat ja mediakonsernit haluavat siitä osansa. Valtava mediahuomio on vaikuttanut siihen, mitä huippu-urheilija voi tehdä vapaa-ajallaan. Maineen menettäminen ei vaikuta vain urheilijaan itseensä, vaan myös hänen edustamaan organisaatioon tai sponsoriin. Pahimmassa tapauksessa urheilijan edustama organisaatio tai voi menettää valtavasti rahaa urheilijan pienen töppäilyn vuoksi. Nykyään huipulla urheilevan täytyy tiedostaa uravalintansa seuraukset. Haastattelemamme jalkapalloilija Roope Riski painottaa, että Suomessa hölmöilyllä on pienemmät seuraukset, kuin monessa muussa maassa. Monet urheilijat joutuvat nykyisin turvautumaan mediakonsulttien apuun. He opastavat urheilijoita, kuinka rakentaa hyvä imago, joka hyödyttää paitsi urheilijaa itseään, niin ennen kaikkea tämän yhteistyökumppaneita.

## 6 POHDINTA

Päivittäiset urheilu-uutiset ovat sisällöiltään hyvin samankaltaisia. Yleensä otsikoissa kerrotaan, että joku urheilija tai joukkue on voittanut vastustajansa. Lisädramatiikkaa otsikoihin saadaan siitä, että kerrotaan jonkun yksittäisen henkilön panoksesta ottelun tai kilpailun lopputuloksen kannalta. Joku dominoi ottelutapahtumia, joku pelasi alle oman tasonsa, joku nousi yllättäen altavastajaista sankariksi tai joku epäonnistui totaalisesti. Tyypillistä uutisoinnille onkin se, että siinä jaotellaan urheilijoita onnistujiin ja epäonnistujiin. Voittajan ja häviäjän rooli lankeaa joka päivä jollekin urheilijalle.

Miksi sitten urheilu-uutiset ovat niin usein samanlaisia? Kuka sen päättää, mistä asioista uutisoidaan ja minkälaisilla kriteereillä? Onko olemassa vaara, että urheilu-uutisoinnin ylläpitämä eräänlainen sankarikultti voisi johtaa siihen, että urheilija leimautuu mediassa yleisön silmissä esimerkiksi epäonnistujaksi tai ikuisesti kakkoseksi? Kokevatko median edustajat, että heillä olisi jonkinlainen vastuu urheilijoista ja siitä, minkälaisena heidät julkisuudessa nähdään? Ja miten urheilijat kokevat kaiken median vaikutuksen ja tuntevatko urheilijat, että se, miten heidät mediassa esitetään, vaikuttaisi heidän omakuvaansa? Tällaisia ajatuksia lähdimme selvittämään opinnäytetyötä suunnitellessamme. Koska olemme molemmat innokkaita urheilun kuluttajia, oli meillä jo jonkinlaisia ennakkokäsityksiä siitä, minkälaisia vastauksia kysymyksiimme saisimme. Oletimme, että media varmasti ainakin jollakin tavalla on häiriöksi urheilijoille, ja tähän oletukseen saimme myös vahvistuksen haastattelemiemme urheilijoiden lisäksi sekä toimittajilta että urheilupsykologeilta, joita myös haastattelimme.

Valitsimme haastattelumethodiksemme teemahaastattelun, sillä haastattelumme aihealueet ja teemat olivat samanlaiset, vaikka jokaiselta haastateltavalta kysytyt kysymykset eivät välttämättä täysin identtisiä toisiinsa nähden olleetkaan. Mielestämme teemahaastattelu sopi menetelmäksemme, sillä emme voineet ennalta tietää, mitä haastateltavamme meille tulisivat vastaamaan. Haastattelumme olivat aihepiireiltään samanlaisia ja tärkeintä oli, että jokaisella haastateltavalla oli kokemusta tilanteista, joista haastatteluissa puhuttiin. Teemahaastattelun käyttäminen oli



mielekästä myös siksi, että näin saimme varmemmin hyvää materiaalia opinnäytetyömme tuoteosaa varten. Halusimme tehdä radio-ohjelmastamme keskustelevan kokonaisuuden. Koska teemahaastattelu antaa haastateltavan vastauksille aika paljon vapaata tilaa, olimme aika varmoja siitä, että juuri teemahaastattelua käyttämällä haastateltavien vastaukset toimisivat eräänlaisena keskinäisenä keskusteluna. Näin saisimme radio-ohjelmaamme keskusteluohjelmaa muistuttavia kokonaisuuksia, vaikka ohjelma koostuukin erikseen tehdyistä haastatteluista. Lisäksi teemahaastattelu mahdollistaa sen, että haastattelujen aikana saattaa ilmetä uusia mielenkiintoisia asioita, joita itse emme ennen haastattelua olleet edes ajatelleet. Tämä johtuu siitä, että teemahaastattelu ei etene tiukkojen ennalta määriteltyjen kysymysten mukaan, vaan laajempien aihepiirien sisällä.

Kun lähdimme tekemään opinnäytetyötämme, oletimme, että urheilijat voisivat luonnollisesti todeta median olevan jollakin asteella häiriötekijä heidän elämässään. Sitä emme kuitenkaan olettaneet, että myös haastattelemamme urheilutoimittajat myöntäisivät niin suoraan, että median toiminta johtaa hyötyjen lisäksi moniin urheilijan kannalta haitallisiin asioihin. Yllätyimme siitä, kuinka suoraa urheilijoiden fanittamista ja ihailua toimittajien keskuudessa harrastetaan. Toki on ymmärrettävää, että urheilusta ja urheilijoista kiinnostuminen on edellytys urheilutoimittajan työssä. Toimittajan työtä ajatellaan yleensä kuitenkin puolueettomana ja siinä pitäisi jättää omat mieltymykset ja tunteet syrjään. Puolueettoman asioista raportoimisen ja joskus hyvin tunteikkaan urheilujournalismin välillä on kuitenkin selvä kuilu. Tästä voisi vetää johtopäätöksen, että urheilujournalismi toimii esimerkiksi uutisjournalismista poikkeavin säännöin. Toki myös urheilujournalismissa, niin kuin kaikessa journalismissa, toimittajan tulee noudattaa hyvää journalistista tapaa. Silti urheilujournalismia värittävät toimittajien henkilökohtaiset näkemykset ja mieltymykset. Näin ei ollutkaan kovin yllättävää, että Turun Sanomien urheilupäällikkö Kalle Virtapohja (2010) kertoi joidenkin toimittajien selvästi pettyvän ja jopa katkeroituvan, mikäli heidän kannattamansa urheilija jollakin tavalla paljastuu epäonnistujaksi tai jopa petturiksi. Toisaalta urheilujournalismi poikkeaa esimerkiksi politiikan toimittamisesta siinä, että kyse on ”vain” urheilusta. Tämä tarkoittaa siis sitä, että urheilu-uutisia ei koeta niin yhteiskunnallisiksi asioiksi, että ne koskettaisivat ihmisten jokapäiväistä elämää. Urheilujournalismiin ei sovi niin sanottu

virkamiesuutisointi, sillä urheilussa on kyse intohimosta ja sen tulee myös näkyä ja kuulua uutisoinnissa.

Työmme perusteella tärkein kriteeri sille, että journalistisessa mielessä urheilija olisi kiinnostava, on se, että urheilija menestyy (Virtapohja 2010). Urheilujournalismi nähdään eräänlaisena tarinankerrontana, ja kiinnostaviin tarinoihin kuuluu yleisön palkitseva lopetus. Urheilijan on kuitenkin saavutettava menestystä yhä uudelleen, jotta hän olisi median silmissä kiinnostava vielä myöhemmin. Urheilijalle luodaan näin valtavasti paineita huipulla pysymisestä. Urheilussa suurin haaste ei olekaan menestyksen saavuttaminen, vaan sen säilyttäminen. Sankarin asema hiipuu, mikäli menestystä ei enää tule. Silloin urheilija voi helposti ajatella pettäneensä itsensä lisäksi kaikki, jotka ovat häneen uskoneet.

Tiedotusopin professori Risto Kunelius määrittelee journalismin olevan tiedonvälitystä. Journalismin tehtävä Kuneliuksen mukaan on ylläpitää keskustelua. Lisäksi hän toteaa, että journalismissa on kysymys tarinoiden kertomisesta. Kunelius huomauttaa, että toimittajat kokevat journalismi kertoo merkittävistä uutisista. Niiden lisäksi journalismi kertoo toimittajien mukaan myös koskettavia, ihmisläheisiä ja tunteita herättäviä tarinoita. (Kunelius 2003.) Hyvä tapa kertoa lukijaa liikuttavia tarinoita on käyttää vastakkainasettelua. Useille tarinoille on oleellista, että niissä esiintyy sankareita sekä heidän vastapuolia, eli antisankareita. Tarinankerronnalle on oleellista myös se, että sankarien lisäksi niissä esiintyy myös antisankareita. Etenkin urheilujournalismi rakentuu sankarien ja petturien vastakkainasettelulle. Onkin huomattava se tosiasia, että median suhtautuminen urheilijaan saattaa muuttua oleellisesti sen mukaan, onko urheilija saavuttanut onnistumisia tai epäonnistumisia. Urheilijaan saatetaan lyödä mediassa esimerkiksi ikuisen epäonnistujan leima, josta tämän voi olla hankala päästä eroon edes silloin, vaikka hän olisi todistanut voivansa saavuttaa tappioista huolimatta myös menestystä (Järvenpää 2010). Sekä urheilijat, toimittajat että psykologit uskovat, että medialla on valta edesauttaa sitä, minkälaisena yleisö urheilijat näkevät. Mahdollisen leimautumisen ei kuitenkaan koeta olevan täysin median syy. Suomessa media ei kuitenkaan kovin usein leimaa urheilijoita niin voimakkaasti kuin sillä olisi siihen mahdollisuus. Jalkapalloilija Roope Riskin (2010) mukaan ulkomailla tällainen leimaaminen on puolestaan arkipäivää. Epäonnistumiset, kentällä tai sen ulkopuolella, voivat seurata urheilijaa useita vuosia.

Nykyään urheilujournalismi keskittyy yksilöihin enemmän kuin menneinä vuosikymmeninä. Yksilöiden poimiminen esille on yleistä yksilöurheilun lisäksi myös joukkueurheilussa (Järvenpää 2010). Vielä 1960-luvulla oli tavallista, että esimerkiksi valmentaja saattoi vastata toimittajille joukkueensa kuulumisista (Kesäläinen 2010). Jopa 1980-luvun alussa media seurasi urheilijan tekemisiä paljon pienemmälle intensiteetillä kuin nykyään. Silloin urheilu-uutisointi painottui suurimpien arvokisojen ympärille. Nykyään toimittajien mukaan yleisö harjoittaa eräänlaista tähtikulttia. Yleisö toivoo, että mediassa erotellaan yksilöistä jyvät akanoista. Näin ollen myös toimittajat karsivat yksilöitä niin, että sellaiset, joilla on menestyksen ohella jonkinlaista muutakin särmää, saattavat nousta sekä toimittajien että yleisön kestopuosikeiksi. (Järvenpää 2010.) Urheilijoiden voi sanoa olevan nykyään julkkiksia siinä missä laulajat ja näyttelijätkin ovat. Johannes Lahti (2010) huomauttaa, että etenkin ulkomailla urheilijat ovat usein tunnetuimpia suomalaisia julkkiksia. Urheilijat saavatkin nykyään näkyvyyttä esimerkiksi eri lehdissä ja televisio-ohjelmissa muiden julkkisten tavoin. Julkkiksen asema toisaalta on johtanut siihen, että myös urheilijoita voi nykyään nähdä myös kyseenalaista julkisuutta synnyttävissä lööpeissä. Juuri urheilijoihin yhdistettävä mielikuva puhtaasta ja raittiista esikuvasta luo pohjan sille, miksi yleisöä kiinnostaa jonkun urheilijan töppäilyt.

Ehkä suurin median aikaansaama häiriötekijä urheilijaa kohtaan on valtaviin menestyspaineiden luominen. Esimerkiksi suuria arvokilpailuja edeltävät mitalitavoitteista kirjoittelut nähdään toimittajien mielestä sellaisena asiana, joka luo urheilijalle liikaa turhia paineita. Toisaalta tällaista ennakkokirjoittelua tehdään siksi, koska lukijat sitä vaativat. Auran Aaltojen urheilutoimittaja Timo Järvenpään (2010) mielestä tällainen uutisointi on valitettavasti nykypäivää. Haastattelemiemme urheilijoiden mukaan julkisista menestystavoitteista seuraa luonnollisesti ylimääräisiä paineita. Usein nämä mitalitoiveet nähdään myös kovin epärealistisina. Urheilijoiden mukaan tällaisessa tilanteessa koetellaan yksilöä. Mikäli urheilija on riittävän kypsä, osaa hän suhtautua sekä median että yleisön epärealistisiin odotuksiin järkevästi. Haastattelemamme urheilijat muistuttivat kuitenkin, että julkisuus kuuluu olennaisesti huippu-urheiluun. Huippu-urheilijan tulee siis tietää jo ammittiaan valitessa, mitä on tulevaisuudessa luvassa.

Huippu-urheilija on identiteetiltään poikkeava verrattuna tavalliseen harrastelijaan. Huippu-urheilijan elämä on usein jo lapsesta asti pyörinyt urheilemisen ja urheilijana olemisen ympärillä. Vuodesta toiseen vuorokauden ympäri urheilun ehdoilla eläminen luonnollisesti johtaa siihen, että urheilijan identiteetti on hyvin kokonaisvaltainen, ja se on ikään kuin päällä koko ajan. Sen takia onkin normaalia, että urheilu-uran hiipussa ja lopulta jäädessä taakse urheilijan pitää ensimmäistä kertaa elämässään olla jotain muuta kuin huippu-urheilija. (Jaakkola 2010.) Urheilijoiden mukaan oman identiteetin uudelleen arvioiminen on ollut kuitenkin aika helppoa, kun on ollut itselle tärkeitä asioita, joihin urheilu-uran jälkeen keskittyä. Medianäkyvyyttä ja yleensäkin median läsnäoloa urheilijat eivät ole jääneet kaipaamaan. Esimerkiksi suunnistuksen maailmanmestari Reeta-Mari Kolkkalan mukaan urheilu-uran jälkeen vaati totuttelua, kun ympärillä ei ollut enää niin paljon kehuja ja olalle taputtelevia ihmisiä. Urheilijat eivät siis ole kokeneet median kiinnostusta lopulta huonona asiana, mutta he eivät ole myöskään tarvinneet mediaa määrittelemään sitä, keitä he ovat ihmisinä.

Haastatellut toimittajat ja urheilijat olivat myös yhtä mieltä siitä, että toimittajat ja urheilijat saattavat ajan myötä ystävystyä. Silloin myös molemminpuolinen suhtautuminen sekä toimittajan tekemien juttujen sisällöt muuttuvat. Toimittajien puolelta tällainen toveruus pitää sisällään hyviä ja huonoja puolia. Toisaalta lähemmät välit urheilijaan mahdollistavat sen, että toimittaja saa juttuihinsa aivan uudenlaista syvyyttä. Toisaalta liian läheinen ystävyys saattaa paistaa joistakin toimittajan tekemistä jutuista läpi. Kalle Virtapohjan (2010) sanojen mukaan silloin puhutaan imelistä kaveriuutisista. Samoin liian läheiset välit urheilijaan ja tämän taustajoukkoihin voi asettaa toimittajan puolueettoman kannan kyseenalaiseksi. On olemassa vaara, että tällaisessa tilanteessa toimittaja voi kokea urheilijan asiat ikään kuin omikseen ja näin ollen toimia osana urheilijan markkinointikoneistoa. Urheilijan näkökulmasta toimittajan kanssa voi olla kuitenkin miellyttävämpi työskennellä, mikäli toimittaja on jo ennalta tuttu. Tutun toimittajan kanssa urheilija voi olla varma siitä, että toimittaja tuntee asiansa (Lahti 2010). Silloin haastattelutilanne tuntuu enemmän keskustelulta kuin siltä, että urheilija olisi paikalla vain vastailemassa toimittajan esittämiin kysymyksiin.

Yksi asia, joka nousi esille jokaisessa tekemässämme haastattelussa, on se, että toimittajilta toivotaan nykyistä parempaa tahdikkuutta. Juuri urheilusuorituksen tehnyt

urheilija saattaa olla kovassa tunnelatauksessa. Toimittajan olisi huomioitava, mitä asioita urheilijalta kannattaa kysyä juuri sillä hetkellä ja mitä asioita voi kysyä vähän myöhemmin. Urheilijoiden mukaan jokainen ihminen on erilainen, mutta esimerkiksi epäonnistuneen urheilusuorituksen jälkeen toimittajan olisi hyvä miettiä, kannattaako mennä häiritsemään urheilijaa, joka on silminnähdessä pettynyt suoritukseensa. Toimittajien mukaan juuri kokemus on tällaisissa tilanteissa se ratkaiseva tekijä. Kun toimittaja on nähnyt tarpeeksi kilpailuja ja eri urheilijoiden tunnereaktioita, osaa hän arvioida, kuinka missäkin tilanteessa tulee toimia tai antaa jopa urheilijan olla ihan omassa rauhassaan.

Medialla on iso valta, jota se ei epäile käyttää. Valta tuo mukanaan aina vastuun. Urheilujournalismissa toimittajille tulee monesti eteen tilanne, jossa pitäisi jututtaa pettynyttä urheilijaa. Tällaisissa tilanteissa monet haastattelemistamme urheilijoista toivovat toimittajilta hyvää journalistista silmää ja harkintakykyä. Toimittajan kannalta tilanne on hankala, koska ihmiset haluavat kuulla suosikkiurheilijansa kommentteja, toiset puolestaan vaativat koottuja selityksiä, miksi taaskaan ei tullut menestystä. Pettynyt urheilija voi pahimmassa tapauksessa olla huonoin mahdollinen haastateltava. Toimittaja ei saa vastauksia mihinkään esittämäänsä kysymykseen ja urheilijasta huomaa, ettei tämä halua olla median kanssa tekemisissä. Toisaalta draaman kannalta mikään ei ole sen näyttävämpää kuin haastateltava, jonka tunteita pystyy lähes käsin koskettamaan. Urheilijat arvostavat sellaisia toimittajia, jotka osaavat valita oikean hetken haastatteluilleen ja osaavat kysyä kuhunkin tilanteeseen sopivia kysymyksiä.

Median rooli on raportoida yleisölle siitä, mitä missäkin on tapahtunut. Urheilujournalismissa raportoinnin objektiivisuus saattaa ajoittain hämärtyä. Tämä voi johtua esimerkiksi siitä, että toimittajalla on tarkasteltavaan urheiliijaan tai joukkueeseen jonkinlaisia tunnesiteitä tai siitä, että tarkasteltava urheilija tai joukkue on aiheuttanut suorituksellaan valtavan pettymyksen yleisön ohella myös toimittajalle (Virtapohja 2010). Toimittajan tulisikin aina muistaa se, että omille tunteilleen ei saisi antaa valtaa uutisjournalismissa. Urheilijoiden ammatti on hyvin julkinen, ja heitä seuraava yleisö luo jatkuvasti mielikuvia siitä, millainen henkilö kukakin urheilija on. Median osuus näiden mielikuvien luomisessa on merkittävä. Urheilijoita käsittelevät jutut vaikuttavat siihen, kuinka yleisö urheilijoihin suhtautuu. Sillä on suuri ero, kuvataanko urheilija jutussa vaikeudet kukistaneena sankarina vai paineiden alla

romahtaneena epäonnistujana. Kuitenkaan media ei ole sen enempää vastuussa urheilijan julkisuuskuvasta kuin itse urheilijakaan, kunhan median toiminta pysyy tasapuolisena ja toimittajat muistavat muutenkin toimia hyvän journalistisen tavan rajoissa.

Tutkielmamme mukaan media on muuttunut sisällöltään entistä viihdyttävämpään suuntaan. Viihteellistyminen näkyy myös siinä, miten urheilu on nykyään hyvin mittavasti esillä mediassa. Sekä Seppo Pänkäläinen (1998) että Kalle Virtapohja (1998) ovat teoksissaan pohtineet sitä, kuinka median evoluutio on vaikuttanut yhteiskuntaan ja sitä kautta urheilun maailmaan. Radio-ohjelmaamme varten haastattelemamme urheilijat olivat samaa mieltä siitä, että urheilujournalismi on muuttunut menneiden vuosikymmenien aikana valtavien harppauksin. Aktiiviuransa 1980-luvun alkupuolella päättänyt Johannes Lahti myönsi myöhemmin (2010) harmitelleensa sitä, ettei jatkanut urheilemista vielä muutaman vuoden pidempään. Lahti totesi lopettaneensa huippu-urheilun vain hetkiä ennen kuin urheilussa alkoi liikkua merkittävästä raha. Radio-ohjelmaamme luo myös selkeän läpileikkauksen siitä, miten urheilujournalismin sisältö on viimeisen 50 vuoden aikana muuttunut. Vanhin urheilija, jota haastattelimme, oli Tokion olympialaisissa 1964 soutanut Teppo Kesäläinen. Nuorin ohjelmassamme esiintyvä urheilija puolestaan oli 19-vuotias Turun Palloseurassa jalkapalloileva Roope Riski. Heidän kokemuksena ja näkemyksensä urheilujournalismista ja urheilutoimittajien työskentelytavoista ovat hyvin erilaiset. Merkittävin muutos urheilujournalismissa on se, että nykyään jokainen tiedotusväline on tulvillaan urheilua. Kun Kesäläinen oli lajinsa huipulla, oli hän tekemisissä lähinnä lehtimiesten kanssa. Väritelevisiot alkoivat siihen aikaan vasta yleistyä Suomessa. Koska urheilun medianäkyvyys ja sitä kautta kiinnostavuus on kasvanut räjähdysmäisesti, urheilu on muuttunut hyvin kaupalliseksi toiminnaksi. Nykyään urheilussa on edelleen tärkeä saavuttaa mainetta ja kunniaa, mutta myös rahallisen voiton tavoittelu on urheilussa nykyään erittäin merkittävässä asemassa.

Urheilun valtava mediahuomio vaikuttaa myös siihen, kuinka urheilijan tulee toimia vapaa-ajallaan (Jaakkola 2010). Usein huippu-urheilija on riippuvainen sponsoreiltaan saamastaan taloudellisesta tuesta. Taloudelliset tukijat toivovat rahoittamansa urheilijan pitävän yllä myönteistä julkisuuskuvaa. Mikäli urheilija tavalla tai toisella luo itsestään kielteisen kuvan, saattavat sponsoreilta saatava rahavirta ehtyä. Urheilijoiden kannattaa

siis panostaa harjoittelunsa ohella myös siihen, että hänen julkinen imagoinsa olisi mahdollisimman hyvässä kunnossa. Monet urheilijat joutuvatkin nykyään turvautumaan erilaisten mediakonsulttien apuun.

Huippu-urheilijoiden ja heidän sponsoriensa yhteistyötä voisi tutkia tarkemmin jatkossa. Olisi mielenkiintoista ottaa selvää siitä, minkälainen suhde urheilijalla ja häntä tukevalla taholla käytännössä on. Määrittelevätkö sponsorit urheilijalle jonkinlaiset raamit joiden puitteissa tämän tulisi elää? Entä luovatko sponsorit median ohella urheilijalle menestyspaineita? Tutkimuksemme perusteella olemme jo huomioineet, että urheilu, media ja sponsorit toimivat eräänlaisessa kolmiyhteydessä. Kun yhtälöstä poistetaan yksi kolmesta tekijästä, vaikuttaa se suoraan kahden jäljelle jäävän tekijän toimintaan. Huippu-urheilija ei voisi keskittyä ammattiinsa täydellisesti, ellei hänellä olisi riittävän vakaat tulot. Sponsorirahat ovat varmasti urheilijoille tervetullut lisä, mutta kuinka elintärkeästä asiasta on lopulta kyse? Vaikka urheilija olisikin riippuvainen yhteistyökumppaneilta saadusta taloudellisesta tuesta, voiko urheilija vaikuttaa saamaansa tukeen tai tukijoihin, vai vaatiiko urheilijan ja sponsorin yhteistyö aina aloitteen sponsorin puolelta? Emme laajentaneet tutkimustamme niin pitkälle, että olisimme selvittäneet sponsorien tapoja arvioida urheilijoiden kelpoisuutta ansaita rahallista tukea. Heräsi myös ajatus siitä, kuinka tärkeää esimerkiksi eri yrityksille on se, että heidän tuotettaan edustaa joku huippu-urheilija. Kartoittavatko yritykset jo etukäteen potentiaalisia urheilijoita, joita he voisivat tukea hyvän mainoskasvon toivossa, vai kiinnostuvatko sponsorit urheilijoista vasta sitten, kun urheilija on tehnyt itsestään kiinnostavan median silmissä?

## LÄHTEET

### Julkaistut lähteet

Falck, Harri 2003. Television urheilu-uutisten sisältö ja toimintatavat. Diakonia-ammattikorkeakoulu. Diak Länsi, Turku. Opinnäytetyö.

Hall, Stuart 1999. Identiteetti. Tampere: Vastapaino

Itkonen, Hannu, Ilmanen Kalervo, Matilainen Pertti & Jaskari Liina 2008. Media urheilun tulkkina ja tekijänä. Jyväskylä: Kopijyvä Oy

Kunnas, Kaj & Lindfelt Mikael 2004. Aikalisä – urheilun ja elämän tarkoitus. Helsinki: Fontana Media

Lamberg, Kalle & Partanen Mikko 2003. Urheilutoimittajien kootut sattumukset. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Pänkäläinen, Seppo 1998. Suomalainen urheilujournalismi. Tampere: Tammer-Paino Oy

Rautio, Pertti & Saastamoinen, Mikko 2006. Minuus ja identiteetti. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy

Virtapohja, Kalle 1998. Sankareiden salaisuudet. Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino Oy

### Elektroniset lähteet

Fadjukoff, Päivi 2007. Identity formation in adulthood. Jyväskylän yliopiston julkaisuarkisto. Viitattu 21.11.2010.

<https://jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456789/13394>



Forssell, Jarmo 2008. Rakenna identiteettisi itse – on aikuisena helpompaa. Viitattu 1.9.2010.

[http://www.tiede.fi/artikkeli/869/rakenna\\_identiteettisi\\_itse\\_on\\_aikuisena\\_helpompaa](http://www.tiede.fi/artikkeli/869/rakenna_identiteettisi_itse_on_aikuisena_helpompaa)

Halonen, Irma Kaarina 2002. Naiset ja julkisuus: länsimainen uutiskäsitys ja naiset ei-uutisena. Viitattu 19.11.2010.

<http://www.uta.fi/kirjasto/nelli/verkkoaineistot/yht/halonen.pdf>

Iltta-Sanomat 28.8.2010. Esa Pekonen kävi kuumana Turussa. Viitattu 21.10.2010.

<http://www.iltasanomat.fi/urheilu/uutinen.asp?id=2243405>

Julkinen sana: Miltä nyt tuntuu? 22.2.2010. Yleisradio. Toimittaja Päivi Leino.

Kunelius, Risto 2003. Journalismi nelijalkaisena otuksena. Viitattu 23.11.2010.

<http://www.uta.fi/~tierka/kunelius.htm>

MTV3 27.2.2009. Harri Ollin outo käytös jatkuu: Haistatteli toimittajalle. Viitattu 10.11.2010.

[http://www.mtv3.fi/viihde/uutiset/muut.shtml/827445?olli\\_harri](http://www.mtv3.fi/viihde/uutiset/muut.shtml/827445?olli_harri)

Saarenmaa, Laura 2010. Journalismikritiikin vuosikirja 2010. Kuningaskotkan kosteat kisareissut – miesurheilijat ja alkoholi mediassa, 134–141. Viitattu 28.9.2010.

<http://tampub.uta.fi/tiedotusoppi/978-951-44-8030-0.pdf>

Sportige 2010. The history of soccer's most expensive players. Viitattu 26.11.2010.

<http://sportige.com/most-expensive-footballers-progression>

Urheilulehti 2005. Yli sadan vuoden historia. Viitattu 26.11.2010.

<http://www.urheilulehti.fi/lisaa-lajeja/yli-sadan-vuoden-historia>

Vierumäkeläinen 2009. Mitä on hyvä urheilujournalismi? Viitattu 26.11.2010.

[http://www.ziemann.fi/upload/VM407\\_ujo.pdf](http://www.ziemann.fi/upload/VM407_ujo.pdf)

## Aineistolähteet

Jaakkola, Matti, henkilökohtainen tiedonanto. Haastateltu 14.7.2010.

Joensuu, Pirjo, henkilökohtainen tiedonanto. Haastateltu 17.8.2010

Järvenpää, Timo, henkilökohtainen tiedonanto. Haastateltu 8.10.2010.

Kesäläinen, Teppo, henkilökohtainen tiedonanto. Haastateltu 10.8.2010.

Kolkkala, Reeta-Mari, henkilökohtainen tiedonanto. Haastateltu 11.10.2010.

Lahti, Johannes, henkilökohtainen tiedonanto. Haastateltu 29.9.2010.

Riski, Roope, henkilökohtainen tiedonanto. Haastateltu 5.10.2010.

Virtapohja, Kalle, henkilökohtainen tiedonanto. Haastateltu 25.8.2010.

## LIITE 1: Haastattelurunko, kysymykset toimittajille

Mitä kriteereitä urheilu-uutisoinnille on?

Kuka on tarpeeksi kiinnostava urheilija?

Millä perusteella valitaan urheilija, josta tehdään juttua?

Kuinka kauan urheilija on kiinnostava?

Onko urheilussa kovia uutisia?

Miten urheilu-uutisointi on muuttunut?

Keskitytäänkö nykyään enemmän yksilöihin?

Tuleeko näkyvyydestä välttämätön osa urheilijaa?

Pitäisikö uutisoinnissa keskittyä vain urheilullisiin asioihin?

Suhtautuuko media samalla tavalla huippu-urheilijaan ja normaaliin urheilijaan?

Uskotko, että media vaikuttaa siihen, kuinka urheilija näkee itsensä?

Muuttuuko median suhtautuminen urheilijaan menestyksen tai epäonnistumisen myötä?

Tarvitseeko urheilu mediaa?

Tarvitseeko media urheilua?

Fanittavatko urheilutoimittajat urheilua tai urheilijoita?

Muuttuvatko juttujen sisällöt, kun toimittaja ja urheilija ystävystyvät?

Onko olemassa vaara, että urheilija leimautuu mediassa?

Onko medialla jokin vastuu urheilijasta?

Aiheuttaako media liikaa paineita urheilijalle?

Olisiko tarvetta sille, että urheilijoita koulutettaisiin työskentelemään median kanssa?

Pitäisikö toimittajien oppia jotain siitä, miten urheilijoiden kanssa tulisi toimia?

Saako urheilija kieltäytyä haastattelusta?

Tuleeko urheilijalle paineita näkyä mediassa?

Suhtautuuko media urheilijoihin samalla tavalla, oli kyseessä sitten nuori tai vanha, mies tai nainen?

## LIITE 2: Haastattelurunko, kysymykset urheilijoille

- Minkälaiset olivat ensimmäiset kohtaamiset median kanssa?
- Muuttuiko median suhtautuminen menestyksen myötä?
- Minkälaista urheilu-uutisointi oli urasi aikana?
- Vertaa silloista urheilu-uutisointia nykyaikaan?
- Olisitko toivonut, että silloin olisi ollut enemmän mediaa ympärilläsi?
- Millä mielellä seuraat sitä, että nykyään urheilijat ovat julkkiksia?
- Julkaistiinko silloin mediassa menestystavoitteita?
- Häiritsevätkö julkiset menestystavoitteet urheilijaa?
- Millä mielellä seuraat nykyistä ammattuurheilua?
- Tarvitseeko urheilu mediaa?
- Onko medianäkyvyys tärkeää urheilijalle?
- Tuleeko urheilijalle paineita siitä, että pitäisi ” pärjätä ” myös mediassa?
- Tarvitsevatko urheilijat henkistä valmennusta?
- Pitäisikö toimittajien oppia jotakin siitä, miten urheilijoiden kanssa tulisi toimia?
- Kielletäänkö urheilijoita seuraamasta mediaa?
- Valmistetaanko urheilijaa kohtaamaan mediaa?
- Ovatko median kiinnostuksen kohteet muuttuneet ajan myötä?
- Vertaile toimittajia silloin ja nykyään?
- Olitko joidenkin toimittajien kanssa läheisimmissä väleissä kuin muiden?
- Uskotko, että media vaikuttaa siihen millaisena urheilija kokee itsensä?
- Jäitkö uran jälkeen kaipaamaan sitä, että mediassa puhuttiin sinusta?
- Onko medialla jonkinlainen vastuu urheilijasta?