

Urheilujournalismi ja median muutos:

Vähemmällä väellä enemmän juttuja useammalle kanavalle

Suomalainen urheilujournalismi oli pitkään asialleen omistautuneitten toimittajien toimintakenttä. Yhteen tai muutamaan lajiin perehtyneet journalistit olivat urheilun asialla. Puhtaiden ”lajiniilojen” aika on ohi. Kriittistä sanaakin kaivataan. Tämän päivän urheilutoimittaja kirjoittaa, kuvaa ja tuottaa elävää kuvaa.

TYÖN ALLA OLEVASSA VÄITÖSKIRJASSANI silmäilen suomalaisen urheilujournalismin historiaa seuraavasti: se on ollut vahvasti sidoksissa siihen, millainen asema kilpa- ja huippu-urheilulla on ollut maassamme. Kun urheilun asema on ollut vahva, urheilujournalismille on ollut kysyntää, sitä on kulutettu ja siihen on panostettu mediataloissa.

Urheilu-uutiset olivat keskeinen tekijä muun muassa päivälehtien muuttumisessa seitsemänpäiväisiksi: sunnuntait tuottivat urheilua maanantain lehtiin runsaasti ja helposti. Sittemmin urheilutapahtumien painopiste on siirtynyt perjantaihin ja lauantaihin penkkiurheilijoiden kulutustottumusten vuoksi.

Urheilutoimittajat ovat lisäksi olleet monin tavoin lähellä urheilupiirejä. Alan ensimmäisen polven toimittajat olivat osa urheiluliikettä. He katsoivat velvollisuudekseen urheilun juurruttamisen Suomeen. Monet urheilutoimittajat olivat kilpaurheilijoita, jotka saattoivat tehdä juttuja kilpailumatkoiltaan. Vasemmistolehdistä tilanne oli sama, vaikkakin painopiste oli TUL-urheilijoissa ja -lajeissa.

Myöhempienkin aikojen urheilutoimittajien on pitänyt vähintäänkin pitää urheilusta, että ovat alalle tulleet. Tästä sidoksesta nuoremman polven urheilutoimittaja **Timo Inananen** on käyttänyt termiä ”vanhan liiton fanitoimittaminen” (Fair Play -lehti 2/2019).

Otsikoissa näkyvät yleensä miehet

Urheilujournalismi on elänyt kilpa- ja huippu-urheilusta, jolloin tärkeintä eri lajien ja urheilijoiden seuraamisessa on ollut urheilumenestys. Suomessa seurattavimmat lajit olivat pitkään yleisurheilu ja hiihto, – lajit, joissa on saavutettu eniten kansainvälistä menestystä. Kansallisesti me-

dia on seurannut alueellisesti tai paikallisesti merkittäviä lajeja, kuten Pohjanmaalla painia ja pesäpalloa.

Juuri menestys on kuitenkin nostanut suosituimpien lajien rinnalle valokeilaan satunnaisesti vähemmän kansallisesti näkyviä lajeja, kuten curlingin 2000-luvun alkupuolella. Menestys on kohottanut otsikoihin myös naisia, mistä hyvä esimerkki on ampumahiihtäjä **Kaisa Mäkäräinen**.

Teemu Pukin kohdalla suomalainen julkisuus hurautti fanittamaan Valioliigan Norwich Cityssä pelannutta jalkapalloilijaa, kun tämä onnistui hyökkääjänä alkukaudella 2019–20. Kun Pukin maalihana tyrehtyi ja Norwich putosi sarjasta, ylisanat vaihtuivat vaivautuneeseen hiljaisuuteen.

Urheilujournalismi on suosinut miesten urheilua, kilpa- ja huippu-urheilua sekä kansallisesti suosittujen lajien seuraamista naisurheilun, liikunnan ja vähemmän suosittujen lajien kustannuksella. Urheilutoimittajista valtaosa on miehiä. Yle ja Helsingin Sanomat sanovat kuitenkin panostavansa naisurheiluun ja naisiin urheilujournalismin kuluttajina (Fair Play -lehti 3/2019). Naiskatsojat ja -tilaajat kelpaisivatkin varmasti mediataloille, mutta vaikea on nähdä, että esimerkiksi naisten jääkiekkoliiga saisi yhtä paljon näkyvyyttä ja palstatilaa mediassa kuin miesten Liiga.

Väline on viesti

Urheilujournalismia on tehty ammattimaisesti 1920-luvulta alkaen, ensin alan erikoislehdistössä, ja pian myös päivälehdissä. Sittemmin päätoimisuus laajeni radion ja televisioon. 1990-luvulta lähtien urheilujournalismi on siirtynyt yhä enemmän verkkoon.

Kun aiemmin urheilutoimittajat erikoistuivat edustamiensa välineiden luonteeseen mukaan, niin 2020-luvulta tultaessa ammatillisen osaamisen alueet ovat lähentyneet



Jalkapallon A-maajoukkueen kapteeni Tim Sparv toimittajien haastateltavana elokuussa 2020. Kuva: Jussi Eskola

toisiaan monimediatautuotannossa. Verkkojulkaiseminen koostuu kirjoitetusta tekstistä, kuvista sekä elävästä kuvasta, kuten Aamulehden **Elina Paasonen** on kertonut (Fair Play -lehti 1/2017).

Aiemmin urheilutoimittaja saattoi keskittyä vain muutamaani lajiin. Hyviä esimerkkejä ovat Turun Sanomien formulaykkösistä kirjoittanut **Heikki Kultra** ja Keski-suomalaisessa jääkiekkoon erikoistunut **Ilkka Kulmala**. Toimitusten sittemmin ohennuttua ja lajien menestys-odotusten muututtua tämä ei enää ole mahdollista. Toki toimittajilla on edelleen seurattavia suosikkilajeja.

Yksi syy tähän ”lajiniilouteen” oli ja on, että urheilutoimittajien ammattihyveenä on aina pidetty urheilutietämystä. Toinen hyve on ollut nopeus työssä välinekohtaiset vaatimukset muistaen: suoran pelitapahtuman selostaminen radioon ja televisioon on eri asia kuin otteluselostuksen tekeminen ja taittaminen sanomalehteen.

Oletus hyvällä asialla olemisesta

Toimittajien on lisäksi toivottu pitävän yllä urheilun hyvää eetosta nostamalla esille urheilun epäkohtia ja urheiluun kuulumattomia ilmiöitä, kuten doping, rasismi, epäurheilijamaisuus ja seksuaalinen häirintä. Tätä on toivonut Suomen Urheiluliiton puheenjohtaja **Sami Itani** (Fair Play -lehti 1/2019). Toisaalta lähestymistavasta on varoitannut Suomen urheilun eettisen keskuksen (SUEK) viestintäpäällikkö **Susanna Sokka**, joka pelkää kielteisen julkisuuskuvan vaikuttavan urheilun suosioon (Fair Play -lehti 1/2019).

Epäkohtien esille nostamisen on oletettu pitävän urheilun terveenä – mitä ikinä se sitten tarkoittaakaan.

Useimmille urheilutoimittajille on nimittäin selvää, että urheilussa on yhteiskunnan kannalta myönteisiä ja kannatettavia arvoja, kuten (kansan)terveys, suomalaisen osaamisen (menestys) näkyvyys maailmalla sekä kasvatukselliset tekijät (kuten pitkäjäteisyys, tavoitteellisuus ja yhteisöllisyys). Siksi urheilua kannattaa suosia ja siitä pitää huolta. Ja onhan voittava fanittaminen aina parempi asia kuin jatkuva turpiin ottaminen, kysykää vaikka pitkäaikaisilta Huuhkajat-faneilta tai pitkän linjan jalkapallotoimittajilta.

Työskentelen itse tällä hetkellä urheilutoimittajana, joten tiedän jotain suomalaisesta urheilujournalismista vuonna 2020. Mutta analyysiin pitää lisätä tutkijoiden ja muiden urheilutoimittajien näkemys. Lisäksi tein kirjoitusta varten sisällönanalyysiä eräiden tiedotusvälineiden urheilujournalismista.

Avaukseksi sopii täydellisesti niin hyvässä kuin pahassa urheilutoimittajien omassa Fair Play -lehdessä (1/2017) julkaistu urheilutoimittaja **Marko Lempi-**sen haastattelu. Lempisellä on urheilijatausta eikä juuri alan opintoja, mikä on historiallisesti kuulunut urheilutoimittajien alkuprofiiliin. Alalle hän pääsi pienempien julkaisujen kautta päätyen lopulta Sanoma Oy:n palvelukseen. Lempi-

toteaa haastattelussa, että urheilutoimittajuus on hänelle ”elämäntapa” ja ”verkko ykkösasia”. Hän puhuu uutisista, mutta on huolissaan, löytävätkö lukijat verkosta ”henkilökuvat ja tutkivan journalismin tuotteet”.

Samassa Fair Play -lehdessä (1/2017) Vuoden urheilujournalismi -palkinnon 2016 voittanut Elina Paasonen kertoo, miten hänen tehtävänsä oli ”kehittää Aamulehden digitaalisia kerrontatapoja”. Yksi tällainen kerrontata-

Valtaosa urheilujournalismia on edelleen tuloksia, kilpailuselostuksia, muita uutisia sekä henkilöhaastatteluja kuvineen.

pa on podcast, äänitiedosto, joiden tekemisestä urheilussa on kertonut muun muassa Uusimaa-lehden urheilutoimittaja **Toni Degerlund** (Fair Play -lehti 3/2018). Ei siis ihme, jos Urheilutoimittajien liitto vastasi vuonna 2018 ”koulutuskyselyn toiveisiin” järjestämällä useita sosiaalisen median koulutuksia. Digijulkaiseminen on tullut urheilujournalismiin jäädäkseen.

Onko Suomessa tutkivaa urheilujournalismia?

Lempinen on toimittajana hyvä ajan kuva. Hän kirjoittaa myös urheiluaiheisia kirjoja, mikä on nykytoimittajille tavallista: kirjankustantajat ovat tulleet median kupille nopeasti tehtävien, henkilökeskeisten urheilukirjojen kautta.

Toinen Lempisen esille nostama asia on tutkiva journalismi. Kollegoille ja kustantajille tuntuu olevan tärkeää ainakin puhua tutkivasta journalismista, vaikka todellisuudessa sen osuus julkisuudesta on häviävän pieni. Valtaosa urheilujournalismia on edelleen tuloksia, kilpailuselostuksia, muita uutisia sekä henkilöhaastatteluja kuvineen.

Kun urheilutoimitukset mediatalouden puristuksessa pienenevät, kutistuvat myös mahdollisuudet tutkivan journalismin tekemiseen. Tutkivaksi sanottu urheilujournalismi saattaa täyttää yhteiskunnalliset tavoitteet päätoimittajien ja kustantajien mielestä, mutta asiakassuhteiden hoitoon se on turhan raskas ja tehoton työkalu. Silloin tällöin tehdyt tutkivan journalismin iskut myyvät huonommin kuin päivittäinen lukijoiden, katsojien ja kuuntelijoiden palveleminen.

Samaa harhaa urheilujournalismin painopisteistä pitävät yllä myös tutkijat. Esimerkiksi Jyväskylän yliopiston yliopisto-opettaja **Panu Uotila** kirjoittaa Suomen Lehdissä (3/2019), miten urheilua ei tarkastella kriittisesti politiikan tapaan. Uotilan mukaan valtaa pitävien viesti välitetään urheilussa usein ilman tutkivaa otetta.

Uotilan mielestä objektiivisuus ja riippumattomuus eivät kuulu urheilujournalismiin, kun ”pidetään omien puolta”. Tämän ”viestin” esitti muuten aikoinaan jo SUL:n puheenjohtaja (1983–1990) **Tapani Ilkka**, joka piti dopingista ”kriittisesti” kirjoittaneita urheilutoimittajia ”oman pesän likaajina”. Vaikka eiväthän urheilutoimittajat dopingia urheiluun tuoneet eivätkä sitä paljastaneet. Ja aina voidaan kysyä, millaisen ”viestin” Ylen ajankohtaisohjelmassa iltautuisten jälkeen vierailevat, valtaa pitävät poliitikot saavat läpi.

Uotilan mukaan urheilutoimittajat ovat hyviä tapah-
tumaselostuksissa, henkilöjutuissa, tulosuutisoinnissa ja

analyseissä, mutta urheilun rakenteisiin pureutuvat jutut ”vaatisivat toisenlaista työtappaa”. Ilta-Sanomien toimittaja **Juha Kanerva** myötäilee samassa Suomen Lehdistön numerossa Uotilaa toteamalla, että urheilujournalismissa näyttäisi olevan kaksi linjavaltintaa, fanittaminen ja hehkuttaminen sekä tutkiva ja analyttinen.

Mikä erottaa urheilujournalismin muusta journalismista?

Monella tapaa urheilujournalismi on ammattimaistunut. Itse käytän tästä sanaparia, jossa pitkään paino oli sanalla urheilu, nykyisin yhä enemmän sanalla journalismi. Mutta yhä urheilujournalismissa sallitaan esimerkiksi suomalaisten menestyksen kritiikitön fanittaminen ja urheilijoiden hehkuttaminen, mikä politiikkajournalismissa olisi ennen kuulumatonta.

Selostaja **Mikko Innanen** voi sanoa, että jalkapallomaajoukkueen valmentaja **Markku Kanerva** oli laatinut otte-
luun loistavan taktiikan. Yksikään television politiikan toimittaja ei voi kuitenkaan lausua suorassa lähetyksessä, että pääministeri **Sanna Marin** on laatinut hallitukselle loistavan ohjelman. Edellistä lausetta pidetään normaalina ja jopa toivottavana, kun Suomi voittaa jalkapallo-
ottelunsa. Jälkimmäistä kritiikittömänä ja kantaaottavana riippumatta siitä, ”voittaako” vai ”häviääkö” Suomi Marinin hallitusohjelmalla.

Esimerkki osoittaa, että journalismeille on erilaisia ehtoja ja odotuksia, vaikka esimerkiksi Journalistin ohjeet eivät tätä eroa tee. Kun arkielämässä kulttuuri ja urheilu nähdään usein janan eri päissä, journalistisesti kulttuuri ja urheilu ovat lähellä toisiaan: kumpikin muun muassa arvottaa asioita, ja tietää, mikä on hyvää ja mikä huonoa.

Onkin syytä kysyä journalismille kaikkein olennaisin kysymys: kenelle ja mitä varten urheilujournalismia tehdään? Maksavalle yleisölle, valmentajille, urheilijoille, urheilujohtajille, kasvattajille vai yhteiskunnan suurista linjoista päättävälle? Kaupallisen median osalta vastauksen pitäisi olla kaikille selvä.

Kun tutkin tätä kirjoitusta varten seitsemää painettua mediaa (Etelä-Suomen Sanomat, Helsingin Sanomat, Ilkka-Pohjalainen, Iltalehti, Ilta-Sanomat, Kaleva ja Savon Sanomat) analyysin tulos on selvä. Painettuna aluelehdissä ilmestyy paikallisia urheilujuttuja isot ja suosittu sarjat sekä lajit huomioiden. STT täydentää tätä kansallisilla ja kansainvälisillä jutuilla, joita lehdet käyttävät tarpeen ja valintansa mukaan. Päivittäinen sivutila on kutistunut 10–16 broadsheet-sivusta 3–5 tabloid-sivuun. Helsingin Sano-

mat, Ilta-lehti ja Ilta-Sanommat ovat valtakunnallisia julkaisuja, minkä vuoksi ne eivät ole niin paikallisia (pk-seutu). Nekin suosivat valtalajeja ja tunnetuimpia urheilijoita omine mausteineen.

Ylen, MTV:n ja Nelosen urheilu-uutisoinnissa korostuvat valtalajit (muun muassa ralliautoilu, jääkiekko, jalkapallo, pesäpallo ja yleisurheilu), tosin Ylellä on mahdollisuus tehdä iskuja myös valtakulttuurin ulkopuolelle. Kaupalliset tv-kanavat ovat lisäksi vahvasti sidoksissa niihin lajeihin, joiden tv-oikeudet niillä on. Tämä liittyy liikuvan kuvan käyttömahdollisuuteen mutta myös kanavan profilointiin ja promoamiseen. Mutta osaa Ylekin hyödyntää kansalliset ja kansainväliset tv-sopimuksensa.

Missä mennään 2020-luvun urheilujournalismissa?

Urheilujournalismia selittävät parhaiten edelleen menestys ja kansallisesti suosittu lajit. Viime aikojen lajivoittajia ovat jalkapallo Huuhkajien menestyksen vuoksi ja golf lajin korona-aikaisen suosion kasvun sekä maailmalla aika ajoin voittavien pelaajien ansiosta. Miesten ja aikuisten urheilulla on edelleen enemmän painoa kuin naisten, juniori- ja senioriurheilulla tai paralympialajeilla.

Viime aikoina urheilujournalismi on kohdannut kaksi uutta asiaa, koronan ja e-urheilun. Kun korona lopetti jokikin aikaa kokonaan urheilutapahtumat, toimittajat joutuivat tekemään enemmän henkilö- ja ilmiöjuttuja. Tämä saattaa näkyä jatkossa, vaikka tulosurheilun alettua uudelleen, se palasi myös mediaan. Jos välillinen urheilutapahtumien kuluttaminen koronan takia lisääntyy, se on huono uutinen seuroille ja tapahtumajärjestäjille, mutta hyvä uutinen mediataloille.

Tätä kirjoitettaessa jääkiekko näyttäisi olevan koronan vuoksi Suomessa köyissä, kun yleisö ei uskaltanut katsoomoihin ja arvokisat ovat vaarassa. Jääkiekon osalta paluu myönteiseen arkeen tapahtuu kuitenkin ennemmin tai myöhemmin.

E-urheilu on tässä jutussa esimerkkinä mistä tahansa uudesta lajista, joka tulee vaatimaan medianäkyvyyttä. Ilmiö ei ole uusi. Samanlaisia lajeja on ollut aina, esimerkiksi salibandy, futsal, lumilautailu, freestyle-hiihto, frisbeegolf ja kaikki uudet olympialajit. Ne ovat joutuneet ja joutuvat haastamaan vanhat lajit.

Yksi keino uudella lajilla päästä kansalliseen julkisuuteen on ollut kansainvälinen menestys, kuten lumilautailulla. E-urheilu on joutunut lisäksi ”perustelemaan” itsensä urheiluna. Tällä hetkellä Urheilutoimittajien Liitto hyväksyy e-urheilun palkintokategoriaansa mutta vain urheilupelien osalta. E-urheilu on ongelmallinen medialle siksi, että sitä suosivat nuoret – tulevaisuuden maksavat katsojat ja digitilaajat. Tosin onko niin, että e-urheilun toimijat menestyvät myös – ja ennen kaikkea – ilman perinteistä mediaa?

E-urheilu liittyy myös digitaalisuuteen, mikä nykyisin on keskeinen osa urheilutoimittajien arkea. Käytännön työssä mennään yhä useammin verkko edellä: uutinen ja juttu julkaistaan verkossa ennen painamista.

Myös tv-kanavilla on verkkotoimintaa, joka tukee niiden perinteistä ohjelmalvelua. Ylen verkkotoimintahan on tunnetusti ollut painetun median hampaissa, koska

monopoliyhtiön katsotaan tekevän verovarolla verkossa sellaista, joka ei kuulu sen toimenkuvaan.

Uutinen monistuu eri muotoihin

Kun sanomalehtien urheilutoimituksissa toimittajien määrä ennemmin vähenee kuin kasvaa, toimittajakohtaisen työn määrä lisääntyy. Sitä on aiheuttanut myös monimediatuotanto: kun ennen juttu tehtiin vain seuraavan päivän printtiin, nyt aiheesta voidaan tehdä video, radio-sähke ja -haastattelu sekä verkkojuttu. Jo aiemmin tekninen kehitys yhdisti lehdenteonvaiheet niin, että yksi toimittaja voi kerätä aineiston ja kuvata kohteen, kirjoittaa jutun ja saattaa kuvat järjestelmään, taittaa kokonaisuuden sekä valmistaa sivun painettavaksi. Vain rotaatiota hän ei käynnistä.

Lehtitaloissa pohditaan parhaillaan tulosten julkaisemisen mielekkyyttä. Ne sitovat työvoimaa, vievät palstatilaa ja ovat osin päällekkäisiä verkkotarjonnan kanssa. Samaan aikaan konserniyhteistyö lisääntyy, kun saman konsernin lehdet tekevät yleisluontoisia juttuja yhteisesti käytettäväksi. Yksi tällainen on Keski-suomalainen-konsernin konsepti, jossa Etelä-Suomen Media, Etelä-Suomen Sanomat, Keski-suomalainen ja Savon Sanomat tekevät yhteistyötä konserniin kuulumattoman Karjalaisen kanssa juttu- ja sivunvaihdon sekä urheilun suur tapahtumien osalta.

Televisiossa aika suosii keskeisten valtalajien rinnalla pienessä tilassa tapahtuvia lajeja, joihin saadaan draamalinen, helposti ymmärrettävä finaali, jos kilpailee mielellään urheilija toista vastaan. Kilpailulla pitää olla rajallinen kesto, ettei se sotke ohjelmakaavioita venymisellään. Samalla tv-tekniikka tuo uusia elementtejä kilpailusuorituksiin, kuten on tehnyt VAR-järjestelmä jalkapallossa.

Kovimmat haastajat tulevat kehän ulkopuolelta

Loppuun voisi viisastella sanomalla, että urheilujournalismin pahin vihollinen on se itse. Mutta näin ei ole. Urheilujournalismin pahin vihollinen on muu kuin toimittajien tuottama journalismi ja julkisuus.

Urheilussa toimivat tahot, kuten liitot, seurat ja urheilijat tuottavat yhä enemmän itse julkisuutta, pääsääntöisesti verkkoon. Kun esimerkiksi seura julkaisee uutisen Twitterissä, sen ei tarvitse järjestää tiedotustilaisuutta ja se voi näin yrittää saada viestinsä läpi sellaisenaan. Kun käytössä ovat lisäksi Facebook, Instagram, Youtube, Snapchat ja LinkedIn (tällä hetkellä), usein uutinen onkin ensin somessa, josta perinteiset urheilutoimittajat ne siirtävät editoimalla omiin kanaviinsa.

Jos ja kun tällainen viestintä on kohdennettua ja sillä seuraajia tarpeeksi, voidaan kysyä, mihin pian tarvitaan niin sanottua perinteistä urheilujournalismia, joka aikojen alussa oli se ainoa kanava urheiluliikkeelle saada viestinsä julkisuuteen. Siinä onkin mietittävää Urheilutoimittajien liitolle.

SEPPO PÄNKÄLÄINEN, FL

urheilutoimittaja

Keskisuomalainen

seppo.pankalainen@keskisuomalainen.fi