

TAMPEREEN YLIOPISTO

Sanna Vuorinen

KOHTI KOKO KANSAN URHEILUJOURNALISMIA

**Sanomalehtien urheilutoimitusten
esimiehet urheilujournalismin kehittäjinä**

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma

Toukokuu 2007

TAMPEREEN YLIOPISTO

Tiedotusopin laitos

VUORINEN, SANNA: Kohti koko kansan urheilujournalismia. Sanomalehtien urheilutoimitusten esimiehet urheilujournalismin kehittäjinä

Pro gradu -tutkielma, 93 s., 2 liites.

Tiedotusoppi

Toukokuu 2007

Pro gradu -tutkielmani aihe on urheilujournalismin laatu sanomalehtien urheilutoimitusten esimiesten näkökulmasta. Pureudun siihen, mihin suuntaan ja millä keinoin urheilutoimitusten esimiehet kehittävät urheilujournalismia. Keräsin tutkielmani aineiston haastattelemalla kymmentä urheilutoimituksen esimiestä, jotka työskentelivät kuusi tai seitsemän kertaa viikossa ilmestyvissä valtakunnallisissa lehdissä tai alueensa johtavissa maakuntalehdissä. Menetelmänä käytin teemahaastattelua. Analysoin aineistoni laadullisesti teemoittelua, tyypittelyä ja tulkintaa hyväksikäyttäen.

Urheilutoimitusten esimiehet määrittelevät urheilujournalismin laadun hyvin lukijalähtöisesti: laadukas urheilujournalismi tavoittaa elämäntavoiltaan ja -asenteiltaan erilaiset lukijat. Urheilujournalismia ei tehdä enää pelkästään urheilua aktiivisesti seuraaville ihmisille, mikä merkitsee urheilujournalismin yleisösuhteen murrosta. Esimiehet haluavat edistää koko kansan urheilujournalismia ja tavoittelevat siksi erityisesti naisia, nuoria ja perheitä urheilusivujen lukijoiksi. Taustalla on esimiesten halu turvata osaltaan sanomalehden levikin kehitys ja pärjääminen mediakilpailussa.

Urheilujournalismilla on esimiesten mukaan neljä tehtävää: ennakoida urheilun tapahtumia, taustoittaa urheilun ilmiöitä, viihdyttää lukijoita ja kertoa urheilusta osana yhteiskuntaa. Hyvän urheilujutun näkökulma on harkittu ja tavanomaisesta poikkeava. Muodoltaan hyvä urheilujuttu on tarina. Urheilujournalismin kehityshaasteina esimiehet pitävät uutiskriteereiden muokkaamista vähemmän tapahtumakeskeisiksi, viihdyttävien ilmiöjuttujen lisäämistä ja urheilusivujen visuaalisen ilmeen parantamista.

Urheilutoimitusta tarkastelen asiantuntijasaarekkeena lehtitalon organisaatiossa. Journalistinen työ on tänä päivänä asiantuntijatyötä, jolle on ominaista runsas analysointi, ongelmanratkaisu ja suunnittelu. Henkilöstön osaaminen muodostaa toimitusten tärkeimmän pääoman. Luovien asiantuntijoiden, kuten toimittajien johtamisen haaste on johtaa pikemminkin sisäistetyn strategian avulla kuin ohjeita jakamalla.

Tyypillisin tapa johtaa urheilutoimitusta on tehdä se eräänlaisen valmentajan roolissa taustalta. Tämä johtaa siihen, että esimiehillä vain vähän konkreettisia keinoja vaikuttaa urheilujournalismin laatuun. Koko kansan urheilujournalismin toteutumista hidastaa eniten urheilutoimittajien muutosvastaisuus, joka näkyy haluttomuutena laajentaa omaa osaamista ja näkökulmia urheiluun. Johtamista vierastetaan vielä sanomalehtien urheilutoimituksissa, mutta päinvastoin johtamista on syytä lisätä. Urheilutoimitukset tarvitsevat laatustrategian, joka tukee koko kansan urheilujournalismin vision toteutumista.

Asiasanat: sanomalehti, urheilujournalismi, laatu, esimies, johtaminen, asiantuntijaorganisaatio

Sisällysluettelo

1	JOHDANTO.....	1
1.1	URHEILUTOIMITUSTEN ESIMIESTEN PUHEENVUORO	2
1.2	TUTKIELMAN RAKENNE.....	4
2	SUOMALAINEN URHEILUJOURNALISMI.....	6
2.1	ERIKOISLEHDISTÄ SANOMALEHTIEN LEVIKKIVALTIKSI	6
2.2	KEITÄ URHEILUTOIMITAJAT OVAT?	9
2.3	VIIHDETTÄ, DRAAMAA JA SANKAREITA	11
2.4	ME-HENKEÄ JA TUNTEIDEN PURKAMISTA.....	13
2.5	LAADULLISTA KRITIIKKIÄ	14
3	ESIMIEHENÄ TOIMITUKSESSA	17
3.1	POMON RISTIRIITAINEN ROOLI.....	17
3.2	JOHTAMINEN ON PALVELUAMMATTI	18
3.3	TOIMITUS ASIANTUNTIJAORGANISAATIONA	20
3.4	ASiantuntijat johdettavina.....	21
3.5	ASiantuntijaorganisaation johtajan roolit	23
4	HYVÄN JOURNALISMIN JÄLJILLÄ.....	25
4.1	IHANNEJOURNALISTI VS. ARKIJOURNALISTI.....	25
4.2	TIEDONVÄLITYKSEN NÄKÖKULMA – AINOANÄKÖKULMA?.....	26
5	TUTKIMUSASETELMA.....	29
5.1	URHEILUJOURNALISMI TÄNÄÄN	29
5.2	MIHIN OLET MENOSSA, URHEILUJOURNALISMI?	30
6	HAASTATTELUAINEISTO.....	32
6.1	TUTKIMUSAINEISTON HANKINTA.....	32
6.2	MENETELMÄNÄ TEEMAHAASTATTELU	33
6.3	HAASTATTELUAINEISTON ANALYYSI.....	34
6.4	TUTKIMUSAINEISTON KUVAUS	35
7	URHEILUTOIMITUSTEN ESIMIEHET JOHTAJINA.....	37
7.1	IDEOINNIN MOOTTORI KAIPAA KENTTÄTYÖTÄ.....	37
7.2	OLLAKO VAI EIKÖ OLLA JOHTAJA?	40
7.2.1	Valmentaja edellyttää joukkuepeliä	40
7.2.2	Vastuunkantajalla on voimakas visio.....	42
7.2.3	Työn edellytysten järjestäjä tukee asiantuntijoita	43
7.3	URHEILUJOURNALISTISESTA JOHTAMISKULTTUURISTA	43

8	SANOMALEHDEN URHEILUJOURNALISMIN TEHTÄVÄT	46
8.1	URHEILUJOURNALISMI VÄLITTÄÄ ASiantuntemusta	47
8.2	URHEILUJOURNALISMI LUO ODOTUKSIA.....	48
8.3	URHEILUJOURNALISMI KERTOO URHEILUSTA YHTEISKUNNAN OSANA	50
8.4	URHEILUJOURNALISMI VIHdyTTÄÄ.....	51
8.5	KRIITTISyyS NORMINA JA HAASTEENA.....	52
8.6	TUTKIVA URHEILUJOURNALISMI	54
8.6.1	Aihe, ajankäyttö ja asenne	55
8.6.2	”Hirveän hieno sanapari”	57
8.7	Uusi AVAUS: TUTKIVAN URHEILUTOIMITTAJAN VAKANSSI KÄYTTÖÖN.....	58
9	LAADUKAS URHEILUJOURNALISMI JA ESIMIES SEN EDISTÄJÄNÄ	60
9.1	ERILAISTEN LUKIJOIDEN Tavoittaminen on taitolaji	60
9.2	SISÄLTÖ, ULKOASU JA Työskentelytavat LAADUN TAKEENA.....	63
9.3	MITEN ESIMIES EDISTÄÄ URHEILUJOURNALISMIN LAATUA.....	65
9.3.1	Kirjoittamiseen ja taittoon puuttumisen kynnys on korkea.....	67
9.3.2	Näkökulmaa ei voi antaa valmiina.....	68
9.3.3	Töiden suunnittelu kohentaa työilmapiiriä ja laatua	69
9.4	URHEILUJOURNALISMIN KEHITYSHAASTEET	71
9.4.1	Uutiskriteerien muokkaaminen.....	71
9.4.2	Urheilun puheenaiheisiin tarttuminen.....	72
9.4.3	Urheilusivujen visuaalistaminen	73
9.5	KEHITYKSEN ESTEET	74
10	JOHTOPÄÄTÖKSET	77
10.1	MITÄ ON KOKO KANSAN URHEILUJOURNALISMI?	78
10.2	URHEILUJOURNALISMIN YLEISÖSUHTEEN MUUTOS	80
10.3	URHEILUTOIMITUKSET TARVITSEVAT LAATUSTRATEGIAN	82
10.4	LOPUKSI JA UUSIKSI ALUIKSI.....	85
	LÄHTEET.....	87
	LIITTEET	

1 Johdanto

”*Lihaopperaa miehille*” otsikoi Helsingin Sanomat urheilusivujensa avausjutun, joka käsitteli showpainia eli wrestlingiä (Ala-Kivimäki 2005). Ilta-Sanomien urheilukolumnisti Niklas Herlin oli jutusta omien sanojensa mukaan ällikällä lyöty. Hän kirjoitti seuraavan päivän Ilta-Sanomissa, että ”Hesarin linjanveto tarkoittaa sitä, että showpaini on urheilua tai sitä, että urheilu on entistä enemmän puhdasta viihdettä” (Herlin 2005).

Eivätkö urheilutoimittajat siis tiedä, mikä on urheilua tai kirjoittavatko urheilusta vai viihteestä?

Kolumnisti Herlinin älähdys kertoo, että urheilun ja urheilujournalismin määrittely ei ole yksinkertaista edes urheilutoimittajien ammattikunnan sisällä.¹ Itse sekoitan soppaa entisestään kysymällä, mitä on hyvä urheilujournalismi.

Journalistisen tutkimuksen piirissä urheilujournalistista keskustelua sävyttää usein lokeroinnin tarve: urheilu kun ei tahdo taipua puhtaasti uutis- tai viihdeaineistoksi, vaan siinä on piirteitä molemmista. Yleensä urheilujournalismi sijoitetaan uutisten ja viihteen välimaastoon (Koljonen 2000) tai puhtaasti viihteeksi (Hemánus 1973, Vuolle 1983). Urheilujournalismi tasapainoilee tiedonvälityksen, urheilun kriittisen arvioinnin ja lukijoidensa viihdyttämisen välillä. Urheilutoimittajien odotetaan toisaalta kirjoittavan puolueettomia urheilu-uutisia, toisaalta hehkuttavan oman kylän urheilijoiden edesottamuksia. Heidän odotetaan kertovan urheilijoiden kilpailusuorituksista mutta tuovan urheilijat esiin myös ihmisinä ja rahakkaina, kiinnostavina julkisuudenhenkilöinä. (Rowe 2005, 126–128.)

Urheilua tulee niin sanotusti joka tuutista päivittäin, ja erityisesti suur tapahtumien, kuten olympialaisten, aikana urheilu nousee sanomalehtien etusivuille. Joukkoviestimille urheilu on arvokasta, sillä se synnyttää säännöllisesti suuria ja uskollisia joukkoja lukijoita, kuuntelijoita ja katselijoita (Rowe 1999, 30). Sanomalehdissä urheiluun liittyvistä aiheista kirjoitetaan myös muilla osastoilla kuin urheilusivuilla. Urheilu näkyy niin lööpeissä ja etusivulla kuin kotimaan-, talous- ja urheilusivuillakin. Urheilijat ovat 2000-luvulla seurattuja julkisuudenhenkilöitä, joiden elämää media seuraa myös muiden kuin urheiluun liittyvien käänneiden osalta (viimeisimpinä viihdesivujen ja -lehtien esimerkkeinä uimari Jani Sievisen avioero, F1-kuljettaja Kimi Räikkösen luksusasuntohankinnat ja jalkapalloilija David Beckhamin miljarditulot).

¹ I Ilta-Sanomat teki Helsingissä järjestetystä tapahtumasta jutun urheiluosastolleen mutta ei pääjutuksi. Iltalehti puolestaan sijoitti jutun painitapahtumasta kotimaan uutissivulle.

Kaupallistunut huippu-urheilu tarvitsee mediaa ja media urheilua (Hemánus 1983, 46; Wiio 1987, 43). Media ja urheilu ovat jo niin läheisiä, että Rowe (1999, 32) kuvailee suhdetta maailman onnellisimmaksi avioliitoksi. Nämä kaksi instituutiota ovat toisistaan riippuvaisia: kauppaa käydään näkyvyydellä ja tv-oikeuksilla sekä houkuttelevalla sisällöllä ja yleisöillä. Median ja urheilun yhteen kietoutuminen tapahtui lopullisesti, kun yleisön tavoittelu loi mainonta-, sponsorointi- ja tv-oikeusbisneksen. Audiovisuaalisen teknologian kehittyessä urheilu tuli yleisön luo kotikatsomoihin ja yleisön tuottama voitto oli lipumassa urheilun ulottumattomiin. Kun katsojien halu maksaa urheilun seuraamisesta (paikan päällä) väheni, mainostajat päättivät maksaa siitä, että urheilua ja valittuja viestejä katsotaan televisiosta. (Emt., 12–21.) Mainostajat siis hyppäsivät urheilusisältöjen kyytiin saadakseen yleisön huomion. Tämä on asetelma, johon journalismin ja joukkoviestinnän rahoitus pitkälti perustuu ja jonka mainostajat ovat hyväksyneet (Kunelius 1998, 88). Virtapohja (1999, 16–19) kuvaa urheilun, median, yritysten ja yleisön suhdetta *mediaurheilun rotaatiomallin* avulla. Media kilpailee urheilu-uutisista → yritykset tuovat rahaa mediaurheilun järjestelmään → tieto rahasta ja julkisuudesta ruokkii urheilijoiden kunnianhimoa ja kilpailuviettä → koko sirkuksen kiihtyvä liike ruokkii yleisön nälkää seurata suosikkejaan. Rotaatiomallin vahvuus on jatkuvalla tahdilla syntyvät urheilu-uutiset, jotka ruokkivat yleisön uutisnälkää. Tämä tosin kääntyy helposti myös mediaurheilun heikkoudeksi, jos rutiininomaiset uutiset alkavat menettää merkitystään.

Urheilujournalismilla riittää siis uutisaiheita, rahoittajia ja yleisöä. Mutta minkä tehtävän urheilujournalismin tekijät ovat tässä myllyssä ottaneet itselleen? Tyytyvätkö he myymään hyvin kaupaksi käyvää tuotetta? Millaisin laatuksineen he urheilujournalismia tekevät ja kenen he uskovat ostavan sitä tulevaisuudessa? Näitä kysymyksiä ei ole aiemmin tutkittu, mutta tässä tutkielmassa aiheeseen pureudutaan sanomalehtien urheilujournalismin osalta.

1.1 Urheilutoimitusten esimiesten puheenvuoro

Suomalainen urheilujournalismitutkimus on kiinnittänyt paljon huomiota urheilutoimittajien ja urheilun järjestelmän suhteeseen sekä urheilujournalismin viihteellisyyteen. Molempien – läheisen suhteen ja viihteellisen sisällön – on nähty heikentävän urheilujournalismin laatua. Urheilujournalismin ominaisuuksia on selitetty urheilutoimittajien ominaisuuksilla, kuten omalla urheilutaustalla tai vaatimattomalla koulutustaustalla. Urheilutoimittajia on moitittu siitä, että he solahtavat itsekin ikään kuin fanikatsomoon ihannoimaan urheilun kansallissankareita. Tästä lähtökohdasta heidän on katsottu kirjoittavat huippu-urheilusta myönteisesti ja sen epäkohtiin puuttumatta (mm. Hemánus 1983, Rask 1985, Savela 1991, Pänkäläinen 1998b, Toivonen 2003). Tämä on nähty objektiivisuuden, yhden

journalismin perushyveistä puuttumiseksi. Urheilujournalismin on kaivattu enemmän tutkivaa otetta liittyen urheilun kielteisiin ilmiöihin, kuten dopingiin (mm. Pänkäläinen 1998b, 87–92).

Tässä tutkielmassa urheilujournalismin laadusta puhuvat urheilujournalismin tekijät. Haastattelin tutkielmaani varten kymmentä sanomalehden urheilutoimituksen esimiestä, jotka työskentelivät kuusi tai seitsemän kertaa viikossa ilmestyvissä valtakunnallisissa lehdissä tai alueensa johtavissa maakuntalehdissä. Tutkin sitä, mitä sanomalehtien urheilujournalismin laatu on urheilutoimitusten esimiesten näkökulmasta. Aineistostani tekee ainutlaatuisen se, että harva tutkielmantekijä on lisäksi lähtenyt haastattelukierrokselle sanomalehtien urheilutoimituksiin. Vastaavanlaista ja -kokoista aineistoa urheilutoimituksen esimiehistä ei ole aiemmin koottu.

Urheilun ja median yhteen kietoutuminen ja urheilun tunkeutuminen yhä useammille elämänalueille ovat jo sinänsä perusteltuja syitä tutkia urheilujournalismin laatua. Kolmas ja ratkaiseva sysäys pro graduni aiheelle on se, että suomalaista urheilujournalismia on aiemmin tutkittu sen tekijöiden näkökulmasta varsin vähän. Tutkimusideani syntyi ärtymyksestäni siihen, että urheilujournalismia koskeva tutkimus painottuu tekstintutkimukseen mutta esittää silti ponnekkaita näkemyksiä urheilutoimittajista eli tekstien kirjoittajista. Australialaisia, uusiseelantilaisia ja isobritannialaisia urheilutoimittajia haastatellut Rowe (1999, 38) muistuttaa, että se, mitä urheilutoimittajat itse ajattelevat työstään, on avainkysymys. Urheilutoimittajat eivät ole robotteja, jotka suoltavat ulos ennalta ohjelmoitua tekstiä.

Urheilujournalistien itsensä esiin tuomat näkemykset kertovat niin ikään tarpeesta tutkia urheilujournalismin laatua. Urheilutoimittaja Petteri Sihvonen kirjoittaa Urheilulehden kolumnissaan, että ”päivittäin ilmestyvät sanomalehdet maakuntalehdistä Hesariin kirjoittavat urheilusta vailla minkäänlaista terävää näkökulmaa. Ote urheilutapahtumista on pelkästään toistava ja kuvaileva. Näissä toimituksissa ihmiset ovat hädin tuskin palkkansa arvoisia.” (Sihvonen 2006.)

Päätin jalkautua sanomalehtien urheilutoimituksiin antamaan puheenvuoron toimitusten esimiehille, sillä uskon Heinosen (1995, 5) tavoin, että *journalistintutkimus* rikastuttaa käsitystämme journalismista yhteiskunnallisena instituutiona.

Toimittajia on tutkittu paljon julkisuuden portinvartijan tai toimituksen jäsenen roolissa. Tutkimuksen kohteena ovat olleet muun muassa toimittajien ammatilliset arvot ja itsetunto, ammatti-identiteetti ja toimittajien eettinen vastuu. (Kivikuru 1995, 105–108.) Itse tarkastelen toimittajantyötä työyhteisön johtamisen näkökulmasta. Journalistinen työ on tänä päivänä asiantuntijatyötä, jolle on ominaista

runtas analysointi, ongelmanratkaisu ja suunnittelu. Henkilöstön osaaminen muodostaa toimitusten tärkeimmän pääoman, mikä asettaa haasteita toimitustyötä johtaville esimiehille. Näkökulmani liittyy myös esimiesten ammatillisiin arvoihin, sillä tuloksissa korostuvat esimiesasemassa olevien toimittajien henkilökohtaiset käsitykset hyvästä journalismista.

Etsin tutkielmassani vastausta kysymyksiin, *millaista hyvä urheilujournalismi on esimiesten mielestä, miten he vaikuttavat urheilujournalismin laadun kehitykseen ja mitä esteitä he näkevät urheilujournalismin kehitykselle*. Tutkimuskysymykseni nousevat sekä aiemmasta urheilujournalistisesta tutkimuksesta että haastatteluaineistostani.

Tutkielmani tulokset tukevat esimiehiä heidän työssään urheilujournalismin kehittäjinä. Tuloksiani on mielenkiintoista verrata esimerkiksi Blombergin (1984) ja Savelan (1991) urheilutoimittajien haastattelututkimuksien tuloksiin siksi, että tutkimusaineistoni muodostavat urheilutoimitusten esimiehet ovat aloittaneet uransa 1980-luvulla. He ovat siis tulleet alalle aikana, jolloin urheilujournalismi on saanut osakseen runsaasti kritiikkiä ja kohdannut muutospaineita (urheilujournalismin kritiikistä tarkemmin luvussa 2.5). Noin 25 vuotta myöhemmin heillä itsellään on mahdollisuus kehittää alaa ja edistää haluamaansa laatua. Toiveenani on myös tuoda uusia raiteita suomalaiseen urheilujournalistiseen keskusteluun, josta toimittajien oma näkökulma on puuttunut. Aihevalintaani vaikutti myös oma kiinnostukseni urheilutoimittajan työhön. Gradun teon ohessa minulle kertyi kahdeksan kuukautta työkokemusta sanomalehden urheilutoimituksesta.

Tässä vaiheessa haluan kiittää lämpimästi urheilutoimitusten esimiehiä tutkimushaastatteluihini osallistumisesta. Ilman teidän panostanne en olisi voinut toteuttaa tutkimusideaani.

1.2 Tutkielman rakenne

Tutkielmani teoriaosan kivijalat ovat aiempi urheilujournalistinen tutkimus, johtamistutkimuksen näkökulmat asiantuntijaorganisaation johtamiseen ja katsaus journalismin laadun arvioinnin näkökulmiin. Analyysiosassa erittelen urheilutoimitusten esimiesten työnkuvaa, urheilujournalistista johtamiskulttuuria sekä urheilujournalismin kehityssuuntia.

Aluksi, toisessa luvussa, esittelen aiempaa urheilujournalistista tutkimusta ja etenkin suomalaisen urheilujournalismin ja sen tekijöiden tyypillisiä piirteitä. Hahmotan urheilujournalismin paikkaa mediakentässä urheilujournalismin tarjonnan ja urheilujournalismin potentiaalisten tehtävien avulla. Pohjustan tutkimusaiheittani kertomalla, millaista laadullista kritiikkiä urheilujournalismi on saanut

osakseen aiemmassa tutkimuksessa. Kolmannessa luvussa sovitan toimitustyön asiantuntijaorganisaation kehykseen. Tarkastelen asiantuntijaorganisaation, kuten lehden toimituksen, johtamisen haasteita ja asiantuntijaluonteisen työn ominaisuuksia. Neljäs luku on katsaus hyvän journalismin kriteereihin. Sen jälkeen esittelen tutkimusasetelmani luvussa viisi. Kuudennessa luvussa kerron empiirisen aineistoni hankinnasta ja analyysimenetelmäni. Analyysiosan alussa, luvussa seitsemän, käsittelen sanomalehtien urheilutoimitusten esimiesten työnkuvaa ja esimiesten roolia toimituksen arjessa sekä tyypittelen urheilutoimitusten esimiehet johtajina. Kahdeksannessa luvussa urheilutoimitusten esimiehet pääsevät kertomaan, mitä he pitävät urheilujournalismin tärkeimpinä tehtävinä. Tarkastelen urheilujournalismin tehtäviä empiiriseen aineistooni perustuvana nelikenttänä, jossa urheilusta kerrotaan erityisosaamisen alueena, suorituksina, ilmiönä ja elämänalueena. Esitän myös ajatuksen siitä, miten tutkivalle urheilujournalismille voisi luoda nykyistä paremmat edellytykset. Yhdeksännessä luvussa analysoin esimiesten näkemyksiä laadukkaasta urheilujournalismista ja omista mahdollisuuksistaan edistää laatua työssään. Luvussa kymmenen kokoan yhteen työni tulokset ja pohdin urheilujournalismin edellytyksiä kehittyä esimiesten toivomaan suuntaan.

2 Suomalainen urheilujournalismi

Urheilujournalismista on Suomessa tehty opinnäytetöitä, tutkielmia, lisenssiaatintöitä ja yksi väitöskirja. Aihetta on käsitelty myös liikunta-alan seminaareissa – mutta syystä tai toisesta ei niinkään journalistien vastaavissa aivoriihissä. Tutkimus on keskittynyt lähinnä urheilujournalismin sisällön määrällisiin piirteisiin, tapauskohtaisiin tekstintutkimuksiin ja urheilutoimittajiin ongelmakohteena. Opinnäytetöissä on tutkittu myös urheilujournalismille ominaista kieltä (ks. mm. Lumpiola 2004, Lehtinen 2006). Opinnäytteisiin ja tieteellisiin artikkeleihin on 2000-luvulla innoittanut erityisesti doping (ks. mm. Toivonen 2003, Lehtivuori 2002, Rahkonen 2002, Virtapohja 2002, Koljonen ja Heikkilä 2002). Dopingaiheiseen uutisointiin liittyvä tutkimus sai vauhtia Lahdessa 2001 pidetyistä hiihdon MM-kisoista, joissa kuusi suomalaishiihtäjää jäi kiinni kiellettyjen aineiden käytöstä. Myös naisurheilijoiden representaatiot urheilujournalismissa ovat kiinnostaneet tutkijoita (ks. mm. Pirinen 2006, Vilén 2006).

Urheilutoimittamista on tutkittu varsin vähän eikä juuri lainkaan haastattelun keinoin. Blomberg (1984) haastatteli liikuntasosiologian graduaan varten naisurheilutoimittajia näiden kokemuksista työstään. Savela (1991) haastatteli urheilutoimittajia selvittääkseen, onko urheilujournalismi muuttumassa analyttisemmäksi. Helsingin Sanomien urheilutoimittajat pääsivät ääneen Koljosen (2001) tiedotusopin gradussa, joka selvitti HS:n urheilujournalismin muutosta 25 vuoden ajalta. Lehtivuori (2002) puolestaan haastatteli journalistiikan gradussaan urheilutoimittajia näiden suhtautumisesta dopingiin.

Käyn seuraavaksi läpi suomalaisen urheilujournalismin ja sen tekijöiden piirteitä ja esittelen teoriataustan, johon tutkimusasetelmani pohjautuu.

2.1 Erikoislehdistä sanomalehtien levikkivaltiksi

Suomalaisen urheilujournalismin perusteet luotiin urheilun erikoislehdissä 1900-luvun alussa. Ensimmäiset suomalaiset urheilun erikoislehdet olivat syntyneet 1800-luvun lopulla urheiluaktiivien alulle panemina. Urheiluliike tarvitsi lehtiä, jotka kertoivat kansalaisille urheilulajeista ja niiden säännöistä. Suomessa merkittävimmät urheilun erikoislehdet olivat Suomen Urheilulehti ja Työväen Urheilulehti, joista ensin mainittu on yksi maailman vanhimmista urheilulehdistä (perustettu 1898). Ensimmäiset urheilusta kirjoittaneet toimittajat olivat aktiiviurheilijoita tai järjestöihmisiä, eli he

tunsivat hyvin urheilun mutta heikosti journalismin. Monelle urheilutoimittajana työskentely oli sivutoimi tai harrastus. (Pänkäläinen 1998a, 5–6.) Myös muissa Euroopan maissa alalle tultiin vuosisadan alussa urheilun innokkaina harrastajina (Salmenkylä 1998, 88).

Ensimmäinen suuri urheilu-uutisten ryöpsähdys sanomalehdissä olivat Ateenan välikisat 1906, mutta urheilun näkyvyyttä lisäsivät ennen kaikkea Tukholman olympialaiset 1912 (Tommila & Salokangas 1998, 200–201; Pietilä 2005, 150). Urheiluosastot vakiintuivat päivälehdissä 1920-luvulla. Pänkäläisen (1998a, 6) mukaan suomalaiselle urheilujournalismille oli tuolloin ehtinyt kehittyä tiettyjä ominaispiirteitä, kuten kilpaurheilumyönteisyys, sankarihakuisuus ja uskollisuus kansallisesti merkittäville lajeille. Pänkäläisen (1998b, 53; 1998d, 46–47) mukaan urheilujournalismin välitön kytkeytyminen kilpaurheiluun on erityisen vahva Suomessa, jossa itsenäisyystaistelu liitettiin kansainväliseen urheilumenestykseen. Kansainvälisen urheilumenestyksen uskottiin ja toivottiin tuovan arvontoa pienelle kansakunnalle.

Urheilutoimitusten ja urheilutoimittajien synty ajoittuu Suomessa 1930-luvulle. Urheilutoimittajain Liiton perustamisajankohtana pidetään vuotta 1931, jolloin helsinkiläiset urheilutoimittajat perustivat Urheilutoimittajain kerhon. Liitoksi kerho muuttui 1952, jolloin jäseniä oli vajaat sata. (Savela 1991, 24–25.) Urheilutoimittajain Liiton juhliessa 75-vuotissyntymäpäiviään marraskuussa 2006 liitolla oli suoraan tai paikallisyhdistysten kautta lähes 1 400 jäsentä. Päätoimisia henkilöjäseniä oli tuolloin 464, joista naisia oli 35. (Helsingin Sanomat 2006.) Kansainvälinen urheilutoimittajain liitto AIPS perustettiin Pariisissa olympiakisojen aikana 1924, ja Suomi hyväksyttiin sen jäseneksi 1951 (Salmenkylä 1998, 87, 93).

Suomalaisen urheilujournalismin kehitystä sysäsi eteenpäin radion ja erityisesti television aiheuttama uutiskilpailu. Tampereen Radio kertoi jo Pariisin vuoden 1924 olympialaisista tuoreeltaan, ja Yleisradio selosti ensimmäiset olympialaisensa Amsterdamista 1928. Ensimmäisinä koko kansan radio-olympialaisina voidaan Suomessa pitää Berliinin kisoja 1936. (Pietilä 2005, 150–151.) Urheilun status nousi Suomessa etenkin 1952, kun Helsingissä järjestettiin olympiakisat. Kisoista tiedottamista pidettiin lehtien kunnia-asiana, ja maakuntalehtiinkin perustettiin varsinaisia urheilutoimittajan vakansseja. (Virtapohja 1998, 80–81; Keränen 1979, 65 Blombergin 1984, 36 mukaan.) Urheilu-uutiset olivat ostajia houkuttelevia sensaatiouutisia, joihin liitettiin voimakkaat otsikot ja suuret kuvat. Olympialaiset olivat aina sysäys uuden tekniikan hankkimiselle, eivätkä sanomalehdet säästelleet rahojaan urheilu-uutispalveluja kehittäessään. Monissa lehdissä urheilutoimitus sai ensimmäisenä erikoisosastona oman esimiehen. (Keränen 1982, 181–182 Blombergin 1984, 36 mukaan.)

Koska nopeus oli uutisvaltti, syntyi tilaus iltapäivälehdille. Lehdet alkoivat julkaista urheilijoista henkilöhaastatteluja ja taustajuttuja. Radio ja televisio kilpailivat kaukaisten tapahtumien mahdollisen elävästä välittämisestä yleisölle. Saatuaan toimiluvan 1985 kaupalliset paikallisradiot ottivat ohjelmistoonsa SM-liigaselostukset ja paikallistivat sähköisen median urheilutarjontaa. Toisen kaupallisen televisiokanavan, Nelosen, käynnistyminen 1997 aiheutti seuraavan käänteen urheilujournalismissa. Lisääntynyt televisioaika ja -kilpailu näkyi urheiluaiheisten makasiiniohjelmien lisääntymisenä kaikilla neljällä valtakunnallisella kanavalla. (Virtapohja 1998, 80–81; 115–116.)

Televisiointi on vaikuttanut urheiluun monin tavoin: se on muuttanut useiden lajien sääntöjä, tehnyt urheilijoista viihdetaitelijoihin verrattavia tähtiä ja tuotteistanut tärkeimmät urheilutapahtumat. Tenniksen tie break -sääntö ja jääkiekon äkkikuolemaratkaisu jatkoajalla ovat esimerkkejä televisioinnin aiheuttamista sääntömuutoksista. Jos urheiluohjelman pituutta ei voi arvioida, ohjelma on vaikea sijoittaa ohjelmakaavioon. Tärkeimpiä urheilutapahtumia myydään kuin mitä tahansa formaattia, ja televisio vaikuttaa muun muassa kisojen aikatauluun ja keston. (Pänkäläinen 1998d, 49–50.) Televisioyhtiöiden vallasta saatiin tuorein esimerkki, kun NBC maksoi kolme miljardia euroa Pekingin vuoden 2008 olympialaisten tv-oikeuksista (Yle TV1 2006). NBC tahtoo, että finaalit uidaan Pekingissä aamulla, jotta amerikkalaiset näkevät ne illalla televisiosta. Uimarit ovat protestoineet aikataulua voimakkaasti, sillä suurkisoissa finaalit on perinteisesti uitu illalla.

Urheilun yhteiskunnallisesta merkityksestä 2000-luvulla kertoo se, että EU:n Televisio ilman rajoja -direktiivissä turvataan yleisölle mahdollisuus seurata erityistä yhteiskunnallista merkitystä omaavia tapahtumia maksuttomien televisiokanavien välityksellä. Suomessa liikenne- ja viestintäministeriö on nimennyt yhteiskunnallisesti merkittäviksi ja siten maksutta nähtäviksi kesä- ja talviolympialaiset, miesten jalkapallon MM- ja EM-kisojen avaus-, semifinaali- ja loppuottelut sekä mahdolliset Suomen maajoukkueen ottelut, miesten jääkiekon MM-kilpailujen suomalaisottelut, pohjoismaisten hiihtolajien MM-kilpailut ja yleisurheilun MM-kilpailut. (Liikenne- ja viestintäministeriö 2005, Iltalehti 2007)

2.2 Keitä urheilutoimittajat ovat?

Urheilutoimittajien esitetään useissa yhteyksissä ikään kuin ajautuneen alalle, mikä ei liene otollisin lähtökohta alkaa kehittää urheilujournalismia, vaan toteuttaa alalla omia intressejä, kuten urheilun parissa olemista.

Monen suomalaisen urheilutoimittajan tie uralle on alkanut lapsena syntyneestä kiinnostuksesta urheiluun. Urheilun harrastamisen myötä urheilusta on alettu kirjoittaa juttuja paikalliseen lehteen ja lopulta huomattu, että istutaan urheilutoimittajan pallilla. Toisaalta monet urheilutoimittajat pitävät työtään kutsumusammattina. Kiinnostusta urheiluun pidetään tärkeänä, jotta työtä jaksaa vuodesta toiseen. Käytännön työssä viihdytään työn vapauden ja vaihtelevuuden vuoksi. (Savela 1991, 22, 55–56, 60.)

Naisille urheilutoimittajan työ puolestaan on harvoin kutsumus. Blombergin 1980-luvun puolivälissä haastattelemista naisurheilutoimittajista ammatti oli vain yhden naisen toiveammatti kymmenen haastateltavan joukossa. Urheilutausta oli vaikuttanut ammatinvalintaan myös naisilla, ja urheilutoimittajiksi he olivat päätyneet tavalla tai toisella toimittajan työn kautta. Urheilutoimittamisen he kokivat mielekkääksi työn itsenäisen luonteen vuoksi. (Blomberg 1984, 64–65, 83–84.)

Urheilutoimitukset ovat alusta alkaen olleet hyvin miesvaltaisia, ja naisia alkoi tulla urheilutoimittajiksi vasta 1970-luvulla (Pänkäläinen 1998b, 53). Ensimmäisenä naisen palkkasi urheilutoimitukseen Helsingin Sanomat, jossa Tellervo Ahonen aloitti vuonna 1963 (Koljonen 2000, 50).

Urheilutoimittajia on aiemmissa tutkielmissa tyypitelty sen mukaan, miten he suhtautuvat urheiluun ja mikä heidän taustansa on. Savela jakaa urheilutoimittajat neljään tyyppiin sen perusteella, mitä nämä ajattelevat urheilun kaupallistumisesta, uusista lajeista ja dopingista. *Lajiniilo* suhtautuu myönteisesti urheiluun. Hän karsastaa dopingia ja kaupallisuutta mutta pakon edessä hyväksyy ne. Hänellä on ennakkoluuloja uusia lajeja kohtaan. *Idealisti* suhtautuu kriittisesti urheiluun ja pyrkii hyvään urheilujournalismiin. Hän haluaa kuitenkin päästä helpolla ja tekee siksi työnsä perinteisen kaavan mukaan. *Kyynikon* suhde urheiluun on pessimistinen. Hän kirjoittaa kriittisesti ja pessimistisestikin, mutta urheilun järjestelmän paine häntä vastaan on kova. *Analyytikko* puolestaan suhtautuu urheiluun realistisesti. Hän kirjoittaa analyttisesti ja tarpeen vaatiessa kriittisesti. Häneenkin kohdistuu painetta urheilun järjestelmästä, mutta kiinnostus urheiluun saa hänet jatkamaan työtään. (Savela 1991, 115–117.)

Koljonen (2000, 53) perustaa luokittelunsa toimittajien taustatekijöihin ja päättyy myös neljään tyyppiin: *asiamies, murrospolven urheilutoimittaja, uudenpolven urheilutoimittaja ja etenijä*. *Asiamiehen* uralla on voinut olla ennen urheilutoimittajuutta tai sen jälkeen urheilun järjestötehtäviä. Urheilutoimittajaurallaan hän on ansioitunut eri lajiliittojen/keskusjärjestöjen luottamustoiminnassa. Koulutustausta on lähinnä kansakoulu, oppikoulu tai ylioppilas. Ryhmä hallitsi Koljosen mukaan HS:n urheilutoimitusta 1950-luvulla, mutta 90-luvulla toimituksessa ei enää ollut ainoatakaan asiamiestä. *Murrospolven toimittajat* aloittivat asiamiesten ollessa toimituksen enemmistönä ja toimivat myös järjestöelämässä mutta erkaantuivat siitä myöhemmin. Heidän koulutuksensa oli keskimäärin asiamiehien koulutusta korkeampi. Murrospolven toimittajien osuus on tasaisesti noussut ja oli 90-luvulla jo kolmannes kaikista HS:n urheilutoimittajista. *Uudenpolven urheilutoimittaja* on tullut urheilutoimitukseen suoraan koulusta tai esimerkiksi uutisosaston kautta. Hänen siteensä urheiluun rajoittuvat kuntourheiluun tai esimerkiksi juniorijoukkueen huoltajana toimimiseen. Koulutus on useimmiten ylioppilas, ja korkeakouluopinnot ovat jääneet kesken. 1970-luvun 10 prosentista heidän osuutensa on noussut 1990-luvun vajaan 40 prosenttiin. *Etenijälle* urheilutoimitus on välipysäkki, pätevyymispaikka, josta siirrytään muihin tehtäviin. Koulutustausta vaihtelee. Etenijöitä oli 50-luvulla puolet HS:n urheilutoimittajista, ja muina vuosikymmeninä osuus on vaihdellut 20:stä 35 prosenttiin.

Akateemisia urheilutoimittajia on erittäin vähän, etenkin pitkän linjan toimittajien joukossa (Pänkäläinen 1998d, 47). Esimerkiksi Helsingin Sanomien urheilutoimituksessa korkeakoulututkinnon suorittaneita ei ennen 1980-lukua ollut kuin muutama. 1980-luvulla joka neljäs oli kandidaatti tai maisteri. 1990-luvulla korkeakouluttautuneita oli enää noin joka kymmenes (tarkasteluväli 1990–1998), sillä suuri osa akateemisesti kouluttautuneista jatkoi urheilutoimituksesta muihin tehtäviin. (Koljonen 2000, 51.) Pänkäläisen (1998a, 7; 1998d 47) mukaan akateeminen oppimattomuus näkyy siinä, että urheilutoimittajat eivät juuri osaa analyttisesti arvioida omaa työtään ja että heillä on huono ammatillinen itsetunto. Lieneekö huonolla itsetunnolla vaikutusta siihen, että suomalaiset urheilutoimittajat kokevat työnsä heikosti arvostetuksi. Arvostusta ei koeta tulevan muiden osastojen kollegoilta eikä juuri lukijoiltakaan. Urheilutoimittaja huomataan vasta silloin, kun jotain puuttuu urheilusivuilta. (Savela 1991, 70–71.)

Heikko ammatillinen arvostus ei ole ainoastaan suomalaisten urheilutoimittajien havaitsema ongelma. Australialaiset, uusiseelantilaiset ja isobritannialaiset urheilutoimittajat kokevat, ettei urheilutoimittajatausta ole eduksi muihin toimituksiin haettaessa, sillä urheiluaiheita ei pidetä oikeina uutisina (news as such). Ammatillinen asema herättää urheilutoimittajissa turhautumista, ja he ovatkin

halukkaita parantamaan sitä. (Rowe 1999, 42, 52.) Rowen (emt., 36–37) mukaan urheilutoimittajien heikko arvostus johtuu yleisestä ambivalenssista, joka liittyy populaarikulttuurin arvostukseen. Urheilutoimittajien asemaa vaikeuttavat myös heihin kohdistuvat ristiriitaiset odotukset: samaan aikaan pitäisi olla objektiivinen raportoiija, kriittinen tutkija, urheilun puolestapuhuja, fanien edustaja ja jopa omata urheilijatausta.

2.3 Viihdettä, draamaa ja sankareita

Aiemman tutkimuksen perusteella sanomalehtien urheilujournalismista hahmottuu viihteellinen, tulosurheilukeskeinen ja maskuliininen kuva. Osittain piirteet juontuvat urheilusta itsestään, osin tavasta toteuttaa urheilujournalismia.

Hemánus (1973, 144–145) ja Vuolle (1983, 22–23) pitävät tiedotusvälineiden urheiluaineistoa on ennen kaikkea viihteenä. Viihteellinen arvo syntyy Hemánuksen mukaan urheilun helppotajuisuudesta, dramaattisuudesta ja urheilun tarjoamista purkautumisväylyistä (suomalaisurheilijoiden menestymisen juhliminen). Urheiluaineiston opettamaa tapaa jäsentää maailmaa Hemánus luonnehtii maskuliiniseksi, kilpailuhenkiseksi ja nationalistiseksi. Koljonen (2000, 4) puolestaan sijoittaa urheilujournalismin uutisten ja viihteen välimaastoon. Hänestä urheilujournalismia ei voi täydellisesti liittää joukkotiedotuksen viihdelohkoon, sillä urheilujournalismi käyttää ”uutismaista” [lainausmerkit Koljosen] esitystapaa ja täyttää tehtäviä, jotka ovat tyypillisiä muussakin journalismissa.

Koljosen (emt., 6) mukaan Suomessa valitaan mediaurheiluksi lähes poikkeuksetta mieluummin aito tulosurheilu kuin runsaasti yleisöä keräävät ja viihteelliset urheilutapahtumat. Kansainvälisyys, ammattimaisuus ja viihteellisyys ovat sisällössä alisteisia suoritukselle ja kilpailulle. Esimerkiksi ampumahiihdon tai suunnistuksen SM-kisoista kirjoitetaan lehdissä automaattisesti, kun taas wrestling (showpaini), holiday on ice -jäashow tai koripalloviihdettä tarjoavat Harlem Globetrottersit eivät sivuille yllä. Jos näin on, urheilujournalismin tekemistä näyttäisi ohjaavan sen määrittely, mikä on urheilua ja mikä ei. Tiukka jako palvellee tulosurheilun ystäviä, mutta ei huomioi lukijoita, jotka kenties odottavat sanomalehden välittävän tulosten ja selosteiden lisäksi urheilun elämyksellistä puolta.

Pänkäläinen (1998b, 54) toteaa, että suomalaisessa urheilujournalismissa on tapana tuoda esille ja ylistää ”omia” sankareita. Myös Virtapohja (1998, 84–85) näkee urheilujournalismin osallistuvan urheilusankareiden tuottamiseen. Hän käsittelee urheilu-uutisia draaman näkökulmasta. Journalistisella draamalla Virtapohja tarkoittaa jännitettä, joka saa joukkoviestinnän tuotteiden kuluttajat

kiinnostumaan jostakin uutisaiheesta. Yksi draaman peruselementeistä on vastakkainasettelu, esimerkiksi hyvä ja paha, me vastaan ne, Suomi vastaan vieraat maat ja kulttuurit. Urheilu istuu draaman kaavaan erityisen kiehtovasti silloin, kun päähenkilö joutuu altavastajaan asemaan ja Suomi tai suomalainen voittaa isompiaan tai vahvempiaan. Virtapohjan (emt., 85–88) mukaan journalismi arvostaa urheilussa erityisesti sen tarjoamia draamallisia piirteitä, vaikka tukeutuukin tietoon ja faktaan. Kevyeen vihteeseen liitettävä tähtijärjestelmä on tullut osaksi myös huippu-urheilua ja televisiourheilua. Virtapohjan (emt., 237–239) mukaan urheilutoimittajat rakentavat urheilijoiden suorituksista urheilumytologian avulla dramatisoituja kertomuksia, joiden päähenkilöinä ovat urheilusankarit. Keskeistä urheilusankareiden synnyssä on median mahdollistama julkinen juhlinta. Draama myy, oli sitten kyseessä sankarin nousu tai tuho. Urheilusankareiden tehtävä on vaihtunut kansallisen identiteetin rakentamisesta yritysten imagon rakentamiseen ja myynnin edistämiseen.

Naisten urheilu on perinteisesti saanut hyvin vähän tilaa tiedotusvälineissä. Mieskeskeinen uutiskynnys saa aikaan sen, että miesten urheilua pidetään itsestään selvästi tärkeämpänä, kiinnostavampana ja parempana kuin naisten. Kilpaurheilu on historiallisesti nähty luonnollisemmaksi ja hyväksyttäväksi miehille kuin naisille, ja yhä edelleen naisten lajikirjo on arvokilpailuissa kapeampi kuin miesten. Naisten on vaikea ylittää uutiskynnystä, koska heidän urheilemistaan ei pidetä ”oikeana” eikä tulostasoa merkittävänä tai kiinnostavana. Urheilusuorituksen sijaan median huomio kohdistuu usein naisurheilijoiden ulkonäköön tai yksityiselämään. Urheilutoimituksissa ja yleisössä vaatimukset naisten urheilun lisäämisestä ovat perinteisesti herättäneet vastustusta ja vetoamuksia tilanpuutteeseen. (Pirinen 1998, 27–33.) Jos urheilujournalismin tekemisen näkökulma on näin miehinen, urheilujutut oletettavasti myös suunnataan lähtökohtaisesti miehille.

Urheilusivuihin saattavat tulla ensimmäisenä mieleen tapahtumakeskeiset uutiset ja ottelujutut, mutta myös urheilua taustoittaville jutuille nähdään sanomalehdissä selkeä tilaus. Savelan (1991, 112–113) haastattelemien urheilutoimittajien mielestä raha, valmentajan ja urheilijan rooli sekä naisurheilu pitäisi nostaa jutunaiheiksi useammin. Blombergin haastattelemien naisurheilutoimittajien mielestä urheilujournalismista puuttuu näkemys urheilun yhteydestä muuhun yhteiskuntaelämään. He toivoivat urheilutoimittajien kirjoittavan enemmän urheilurakentamisesta, urheilututkimuksesta, urheilulääketieteestä, ihmisestä urheilijan takana ja urheilun merkityksestä jokaiselle ihmiselle. (Blomberg 1984, 84–85, 95.) Urheilutoimittajien ammattikunta näkee siis tarpeelliseksi kehittää urheilujournalismin laatua. Tässä valossa on mielenkiintoista tutkia, mitä urheilutoimitusten esimiehet pitävät urheilujournalismin kehityshaasteina.

2.4 Me-henkeä ja tunteiden purkamista

Suomalaiset käyttävät median seuraamiseen noin yhdeksän tuntia päivässä², ja tarjonnan perusteella suuri osa tästä on mahdollista lohkaista urheiluaiheille. Urheilu oli vuonna 2004 suomalaisten sanomalehtien sisällöistä kolmanneksi eniten tilaa saava aihe ja kaikilla kotimaisilla televisiokanavilla neljän eniten lähetysaikaa saavan ohjelmatyypin joukossa. Sanomalehtien toimituksellisesta aineistosta 13,8 prosenttia oli urheilua. Edelle menivät ainoastaan kotimaan aineisto (25,9 %) ja ajanvietteaineisto (20,7 %).³ Televisiokanavista prosentuaalisesti eniten urheilua lähetti vuonna 2004 Yle TV2, jonka ohjelmistosta 14 prosenttia oli urheiluaiheista. Urheilu oli TV2:n eniten lähetysaikaa saanut ohjelmatyyppejä. Prosentuaalisesti toiseksi eniten urheilua näytti Nelonen (11 %), jolla urheilua enemmän lähetysaikaa saivat ulkomainen fiktio (33 %), elokuvat (15 %) ja viihde (14 %). MTV3:n ohjelmistosta urheilua oli 10 prosenttia, ja edelle menivät ulkomainen fiktio (27 %), viihde (16 %) ja ajankohtaisohjelmat (15 %).⁴ (Tilastokeskus)

Urheilutarjonnan runsautta viestimissä selittää ainakin se, että urheilumenestys on suomalaisille tärkeää. Kansallisen liikuntatutkimuksen 2005–2006 mukaan 75 % suomalaisesta aikuisväestöstä pitää Suomen menestymistä kansainvälisissä urheilukilpailuissa ehdottoman tai melko tärkeänä. Ehdottoman tärkeää menestys on lähes joka viidennelle (18 %) suomalaiselle. Eniten menestystä toivotaan hiihdossa, yleisurheilussa ja jääkiekossa. (Suomen Liikunta ja Urheilu)

Urheilujournalismin on helppo nähdä rakentavan ja ylläpitävän me-henkeä, joka on funktionalistisen yhteiskuntateorian näkökulmasta yksi journalismin yhteiskunnallisista tehtävistä. Urheilujournalismi luo yhteenkuuluvuuden tunnetta nostamalla esiin yhteisiä puheenaiheita ja tarjoamalla yhteisiä kokemuksia. Kukapa voisi kieltää kylmien väreiden kiertävän ihonsa alla Suomen lipun noustessa salkoon ja Maamme-laulun soidessa suomalaisurheilijan voiton kunniaksi. Kun suomalainen voittaa vastustajansa, moni kansalainen sallii itsensä ylpeillä ”meidän voitosta”. Me-henkeä lisäävät lehtien urheilujutut, joista usein nousee päivän puheenaihe kodeissa, kouluissa ja työpaikoilla. Osana joukkoviestintää urheilujournalismi luo yhteisöllisyyttä kertomalla, keitä me olemme ja keitä emme ole. Kertomukset *meidän* edustajistamme, jotka pärjäävät *niitä* vastaan määrittävät identiteettiämme. (Funktionalismista ja me-hengen luomisesta ks. Kunelius 1998, 164–171.)

² 12–69-vuotiaiden graafisiin ja sähköisiin viestimien sekä tallenneviestimiin käyttämä aika vuorokaudessa vuonna 2004. Lähde TNS Gallup Oy.

³ Jakauma perustuu 4–7 kertaa viikossa ilmestyvien päivälehtien tietoihin yhdeltä otosviikolta. Lähde Sanomalehtien liitto.

⁴ Tiedot perustuvat 7 otosviikon ohjelmatarjontaan vuonna 2004. Lähteet: YLE, MTV3, Nelonen, Finnpanel.

Toinen urheilujournalismin toteuttama funktio on jännityksen tuominen vastaanottajansa elämään. Jännitys antaa vastaanottajalle luvan purkaa tunteitaan tavalla, joka pitkälle säädellyssä yhteiskunnassa muuten on harvinaista: huutaa, raivota, kiroilla tai herjata tiettyjä henkilöitä, itkeä tai riemuita esimerkiksi television ääressä. Journalismin tarjoamat välilliset kokemukset saattavat suurestikin muistuttaa esimerkiksi urheilukatsomossa koettuja välittömiä kokemuksia. (Hemánus 1990, 144–145.) Vaikka urheilujournalismin luomat merkitykset eivät olisikaan kaikkein keskeisimpiä ihmisten välttämättömyyksien kategoriassa, ne saavat arvoa arkipäivän tilanteissa, kuten juuri ihmisten välille luotuna merkityksinä (Pänkäläinen 1998b, 54). Edellä mainitut funktiot on helppo päätellä urheilujournalismille. Sitä, mitä tämän journalismin alalajin edustajat itse määrittelevät tehtäväkseen, ei ole tutkittu. Oma aineistoni vastaa kysymykseen, miten sanomalehtien urheilutoimitusten esimiehet pitävät urheilujournalismin tehtävinä ja miten he suhtautuvat esimerkiksi viihdyttämiskäyttöön.

2.5 Laadullista kritiikkiä

Suomalaiselle urheilujournalismin tutkimukselle on tyypillistä problematisoida urheilutoimittajien ja urheilun järjestelmän suhde. Tutkimus ja keskustelu on hyvin normatiivista. Se, että urheilujournalismi ei täytä hyvän journalismin kriteereitä, tuntuu olevan 1980- ja 90-lukujen urheilujournalistisessa tutkimuksessa enemmän lähtökohta kuin tutkimustulos. Urheilujournalismin pahimpina puutteina pidetään objektiivisuuden ja kriittisyyden puutetta. Syynä tähän on pidetty sitä, että urheilutoimittajat ovat liian lähellä lähteitään eivätkä halua vaarantaa suhdettaan heihin (Hemánus 1983, Pänkäläinen 1998b, Rask 1985).

Hemánuksen (1983, 46) paljon siteerattu näkemys on, että urheilujournalismi on kohtalokkaalla tavalla sidoksissa huippu-urheilun järjestelmään. Hänen mukaansa kohtalonyhteys, symbioosi, syntyy siitä, että urheilujournalismin järjestelmän ja lopulta yksittäisten urheilutoimittajienkin intressit ovat ratkaisevasti samat kuin huippu-urheilun järjestelmän ja yksittäisten urheilujohtajien, valmentajien ja huippu-urheilijoiden. ”Symbioosista seuraa, että urheilujournalismi on kykenemätöntä kuvaamaan ja erittelemään huippu-urheilun järjestelmää objektiivisesti, siis todenmukaisesti ja sen olennaiset syy- ja seuraussuhteet ja muut yhteydet, lopulta sen olemuksen paljastaen.”

Myös Pänkäläisen (1998b, 56, 60–62) mukaan urheilujournalismi erottuu muista journalismin alalajeista siinä, että urheilujournalismissa urheilu ei näyttyädy meille sellaisena kuin se todella on, vaan urheilujournalismi tyytyy kohteensa kopioimiseen. Pänkäläinen perustelee näkemystään sillä, että urheilujournalismin suhtautuminen kielteisiin aiheisiin, kuten dopingtapauksiin, on passiivinen ja

varovainen. Taustalla on hänen mukaansa urheilujournalistinen kulttuuri, jossa urheilun mainetta ei haluta liata.

Rask (1985, 32) määrittelee urheilujournalismin muun muassa markkinamekanismin (ks. Nordenstreng 1978) säätelemäksi vaarattomaksi viihteeksi, joka menee hyvin kaupaksi. Rask (emt., 48) ei katso urheilujournalismin edustavan informatiivista joukkotiedotusta mutta sovittaa sen ylle kaupallisen ja tunnustuksellisen journalismin viitan (ks. Yrjö Ahmavaaran jaottelu 1975). Raskin mukaan urheilujournalismi ei tarjoa merkittävää uutta tietoa urheilusta eikä pyri älylliseen aktivointiin tai informaationmaksimointiin urheiluun liittyvistä asioista. Rask (emt., 62) päätyy erottamaan vallitsevan journalistisen kulttuurin, jonka sisään mahtuvat analyttiset jutut dopingista ja urheilun muista lieveilmiöistä, ja urheilujournalistisen kulttuurin, jonka sisään vastaavat työtävät eivät mahdu. Hän epäilee, että urheilutoimittajat saattavat joutua luovuttamaan osan kentästään muiden alojen toimittajille, koska eivät itse kykene analysoimaan urheilun kielteisiä ilmiöitä. Tämä johtaisi urheilujournalismin polarisaatioon, jolla Rask tarkoittaa sitä, että senteistä ja sekunneista kirjoitettaisiin toisaalla ja dopingia, urheilun kaupallistumista ja politisoitumista analysoitaisiin toisaalla. Rask (emt., 71) esittää, että urheilutoimittajien pitäisi irtautua huippu-urheilun järjestelmästä ja ryhtyä analyttisesti tarkastelemaan urheilua osana yhteiskuntaa.

Rask päätelmien yhteydessä on huomioitava, ettei hänen tutkielmassaan ole empiiristä aineistoa. Päätelmät eivät siis perustu siihen, että Rask olisi analysoinut lehtitekstejä tai haastatellut urheilutoimittajia. Otan päätelmät kuitenkin esiin siksi, että ne edustavat 1980-luvulle tyypillistä näkemystä urheilujournalismista. Urheilujournalistisesta kulttuurista on perinteisesti vallinnut hyvin yksipuolinen kuva.

Myös Savelan (1991, 3) lähtökohta urheilujournalismin tutkimiselle on se, että urheilutoimittajat ovat sitoutuneet huippu-urheilun järjestelmään. Savela tarkoittaa huippu-urheilun järjestelmällä urheilijoiden, valmentajien, seurojen, erilaisten toimitsijoiden, liike-elämän ja urheilutoimittajien muodostamaa kokonaisuutta, joka hyötyy urheilun harjoittamisesta ja sen tuottamasta julkisuudesta sekä mainosarvosta. Savelan (emt., 74) mukaan urheilutoimittajien tausta luo lähtökohdat symbioottisen suhteen syntymiselle huippu-urheilun järjestelmään. Urheilutoimittajat ovat olleet kiinnostuneita urheilusta ja kilpaurheilusta itsekkin lapsesta lähtien, ja he kuuluvat tai ovat kuuluneet urheilun järjestöihin. Sitoutuminen näkyy siinä, että urheilujournalistit usein mieluusti vaikenevat kielteisistä asioista.

Pänkäläinen (1998b, 52–53; 1998c, 161–163, 169; 1998d, 46–47) näkee yhdeksi syyksi suomalaisen urheilujournalismin väitettyyn kritiikittömyyteen sen, että suomalainen urheilujournalismi syntyi urheilun erikoislehdistössä tukemaan ja levittämään urheilun aatetta. ”Rakkaudesta urheiluun” -suhteella on ehkäisevä vaikutus urheilukritiikkiin. Pänkäläinen (1998c, 174–175) toteaa, että vaikka urheilun kaupallistuminen, väkivalta, doping ja lahjussyytteet murentavatkin urheilun itseisarvoa – eli urheilun henkistä ja fyysistä arvokkuutta – useimmat urheilutoimittajat pitävät kiinni urheilun myönteisistä tekijöistä. He pitävät hyvää fyysistä kuntoa itseisarvona ja nostavat huippu-urheilun parhaita yksilöitä esikuviksi muille. Vastaavasti urheilutoimittajat taistelevat urheilun itseisarvoa uhkaavia tekijöitä vastaan. He eivät esimerkiksi näe dopingia urheilun sisäisen kehityksen luonnolliseksi osaksi vaan ahneiden, urheilun idean väärin ymmärtäneiden yksittäisten urheilijoiden aiheuttamaksi paiseeksi, joka pitää leikata pois.

Journalististen laatukriteereiden on kuitenkin nähty nostavan päätään urheilujournalismissakin. Savela (1991, 66, 120) toteaa haastatteluaineistonsa valossa, että urheilujournalismin suhde huippu-urheilun järjestelmään on murrosvaiheessa. Vaikka analyttinen kirjoittaminen ei Savelan mukaan ollut lyönyt läpi 1990-luvun alussa, urheilujournalismi oli muuttunut kriittisemmäksi. Urheilutoimittajat olivat siirtymässä elämäntapamaisesta ammattiotteesta journalistiseen ammattiotteeseen.

Koljonen (2000, 52) tarkasteli Helsingin Sanomien (HS) urheilutoimittajien sidonnaisuuksia toimittajien omien ilmoitusten perusteella. 1950- ja 60-luvulla urheilujärjestöissä toimineet olivat HS:n urheilutoimittajissa enemmistönä. 1980-luvulla enää puolet toimi urheilujärjestöissä, ja 1990-luvulla valtaosa suhtautui penseästi urheilujärjestöissä ja -seuroissa toimimiseen. Koljosen mukaan toimittajat ovat tietoisesti ottaneet etäisyyttä urheiluliikkeeseen.

Aiempaan urheilujournalismin tutkimukseen tutustuessa tulee mieleen, että toimittajan sidonnaisuus aiheeseensa ei ole mikään suure, jota voisi mitata. Urheilujournalismin ei ole onnistuttu löytämään tutkimusasetelmaa, joka olisi antanut jotain uutta ja merkittävää tietoa sidonnaisuudenasteesta. Itse haluan tutkia urheilujournalismia konkreettisemmasta näkökulmasta: voisiko urheilujournalismin laadulle olla havaittavia laatukriteereitä? En halua suunnata tutkimuskysymyksiäni urheilutoimittajien ja urheilun suhteeseen, vaan antaa urheilutoimitusten esimiesten puhua omasta näkökulmastaan. Oletan suhteen urheilun järjestelmään tulevan esiin, jos se esimiesten mielestä vaikuttaa urheilujournalismin laatuun.

3 Esimiehenä toimituksessa

Tässä luvussa sovitan toimitustyön asiantuntijaorganisaation kehykseen ja hahmottelen toimituksen esimiehen roolia asiantuntijoiden johtajana.

3.1 Pomon ristiriitainen rooli

Penttilän (2001, 128–129) mukaan toimitusten päälliköiden rooliin kohdistuu ristiriitaisia ja usein hyvin suuria odotuksia. Penttilä tutki tiedotusopin gradussaan päätoimittajien ja toimittajien päällikköön kohdistuvia odotuksia ja tiivistää ne seuraavasti: Päätoimittajalle päällikkö on uutisvoittojen tavoittelija ja uutistappioiden torjuja, budjetista huolehtija, lehden linjan toteuttaja ja tuotteen eli lehden kehittäjä. Toimittajalle päällikkö on työn edellytysten luoja, työn tukija, työn kehittäjä ja työrauhan turvaaja. Ristiriidat liittyvät erityisesti budjettiin, josta toimituksella ja päätoimittajalla voi olla varsin erilaiset näkemykset.

Penttilä (emt., 130) huomasi, ettei johtajanrooli istu toimitusten päälliköille vaivatta. Varsinkin uutispäälliköt kokevat itsensä ennen muuta journalisteiksi ja toimittajien työtovereiksi, mutta heidän on pakko ottaa huomioon myös hierarkiassa ylhäältä tulevat odotukset. Päälliköt saattavat kokea, etteivät pysty vastaamaan kunnolla kummankaan ryhmän odotuksiin.

Uutispäälliköiden rooliin liittyy siis paljon ristiriitoja, ja tämän he tiedostavat itsekin. Oman toimittajuuden korostaminen voi olla merkki ristipaineiden synnyttämästä roolijäykyydestä: koska päälliköt eivät kykene täyttämään kaikkien toiveita, he rajaavat päällikkyyden roolinsa ulkopuolelle niin hyvin kuin kykenevät ja korostavat roolinsa arvostetumpaa, journalistista puolta, johon myös heidän auktoriteettinsa toimituksessa perustuu. (Penttilä 2001, 130.)

Toimituspäälliköiden roolin Penttilä näkee sikäli helpommaksi, että he ovat hierarkiassa uutispäälliköitä ylempänä ja kuuluvat näin ollen selvemmin johtoportaaseen. Omaan aineistooni kuuluu yksi uutispäällikkö ja kaksi toimituspäällikköä, ja loput ovat urheilutoimituksen esimiehiä. Yksi tutkielmani tavoitteista onkin paikallistaa pomon roolia urheilutoimituksessa.

Penttilän (emt., 82) mukaan sanomalehden väliportaana päälliköille on yhteistä se, etteivät he halua korostaa päällikön asemaansa liikaa. He kieltävät johtaja-aseman jyrkästi eivätkä halua liittää päällikkyyteen minkäänlaista ylemmyyttä. Rentola (1999, 54–56) toteaa, että koska toimittaja valitaan esimieheksi usein vertaistensa joukosta, hänen on vaikeaa edes ajatuksissaan asettua niiden yläpuolelle, joiden kanssa aiemmin teki töitä rinta rinnan. Rentola huomauttaa, että vaikka vastavalitut esimiehet

niin saattavat kuvitellakin, tasa-arvoisuus toimittajien kanssa ei onnistu. Kun saa valtaa, joutuu myös käyttämään sitä, vaikka ei olisi aikonutkaan. Rentola kiinnittää huomiota myös siihen, että journalisteja ei kouluteta esimiehiksi, ja rooli saattaa siksikin tuntua vaikealta.

Useimpien Penttilän aineiston päälliköiden mielestä päällikkyys tarkoitti omiin tehtäviin – mieluiten siihen, minkä osaa – keskittymistä. Päälliköt olivat yhtä mieltä siitä, että päällikön ei tarvitse olla täydellinen ja osata kaikkea. Toimitustyö on yhteistyötä, jossa pomon täytyy luottaa työyhteisön muiden jäsenten tietämykseen ja kykyihin. Päällikkö ei voi tehdä muiden töitä, vaikka kokisikin oman tapansa paremmaksi tehdä ne, vaan hänen on keskityttävä töiden organisointiin. Useimpien päälliköiden mielestä heidän vastuunsa on suuri, ja se on nimenomaan vastuuta kokonaisuuden toimimisesta, lehden ilmestymisestä seuraavana päivänä. Uutis- ja toimituspäälliköt näkivät hyvällä päälliköllä sekä tehtäväsuuntautuneita että ihmissuhdesuuntautuneita ominaisuuksia. Ensiksi mainittuja ovat muun muassa paineensietokyky, organisoitukyky, uutisnälkä ja journalismin ihanteiden vaaliminen. Viimeksi mainittuja taas ovat muun muassa kannustavuus, kriittisyys, huumoritajuisuus ja hyvä itsetunto. (Penttilä 2001, 79–88.)

3.2 Johtaminen on palveluammatti

“Johtajuus on kauneuden kaltaista: vaikea määritellä, mutta nähdessään sen kyllä tunnistaa.”

Lainaus on Warren Bennisiltä (Bennis 1989, Sydänmaanlakan 2004, 105 mukaan) ja kuvaa johtamisen monialaisuutta ilmiönä ja käsitteenä. Johtamiselle on satoja tulkintoja mutta ei yhtä johtajuustutkijoiden- ja teoreetikoiden hyväksymää määritelmää. Sydänmaanlakka listaa, että johtajuus voidaan nähdä ainakin:

- suurmies- tai suurnaisteoriana
- vallankäyttönä (tehdään, mitä pomo käskee)
- tavoitteiden määrittelynä ja saavuttamisena
- hallinnoimisena (asioiden johtamisena)
- vaikutusvaltana
- muutosprosessina
- luonteenpiirteenä
- palveluna
- tien ja vision näyttämisenä
- opettamisena ja kouluttamisena

Johtajuus on prosessi, jossa johtaja vaikuttaa yksilöön tai ryhmään, jotta yhteinen tavoite saavutettaisiin tehokkaasti (Juuti 2006, 160–161; Sydänmaanlakka 2004, 106). Tämä vuorovaikutusprosessi vaatii vapaaehtoisen yhteistoiminnan aikaansaamista ryhmässä niin, että toiminnot organisoidaan ja toteutetaan koordinoitusti ja päämäärähakuisesti.

Omassa tutkimuksessani toimitustyön johtamista on mielekästä tarkastella erityisesti vaikutustapana ja valtasuhteena sekä keinona päämäärään pyrittäessä. Lehtityössä päämäärä on lyhyellä tähtämellä seuraavan päivän lehden saaminen ajoissa valmiiksi, pitkällä tähtämellä esimerkiksi levikin säilyttäminen tai uusien lukijoiden hankkiminen.

Rentola (1999, 56–57) määrittelee toimituksen esimiehen henkilöksi, joka tuottaa alaisilleen esimiespalveluja. Esimies kantaa vastuuta muiden ihmisten työstä ja työoloista. Johtaminen on palvelutehtävä, jossa johtaja organisoii ihmisten osaamista ja pyrkii tuomaan esiin heidän parhaat puolensa (Juuti 2006, 162; Sipilä 1996, 56; Sydänmaanlakka 2004, 104). Johtajien työnä on auttaa yksilöitä ja työryhmiä saavuttamaan tavoitteet, aikaansaada muutoksia ja tehdä päätöksiä.

Juuti (2006, 162) vertaa johtajaa oppaaseen ja johtamista matkalle lähtemiseen. Johtaminen on oppaana toimimista tietäen, että keskustelu matkalle lähteneiden kanssa avaa sekä sitä, mihin ollaan menossa että sitä, mitä kulloinkin ollaan kohtaamassa. Toimitustyössä tämä näkyy mielestäni esimerkiksi siinä, ettei esimiehen tai yksittäisen toimittajan tarvitse kohdata suuria tai monimutkaisia juttuaiheita yksin. Usein juttuaiheiden kehittymisestä tai lopputuloksesta ei ole varmuutta jutuntekovaikheessa, mutta näkökulmia työstetään yhdessä, ja useat toimittajat koostavat juttukokonaisuuden omasta osastaan vastaten. Ilman näkökulmien ja mielipiteiden vaihtamista esimiehen johdolla ja yhteistä päämäärää (faktapitoinen, mielenkiintoinen juttu) sanomalehteä ei syntyisi.

Organisaatiopsykologi Pekka Järvisen (2000, 28) mukaan kolme asiaa työelämän kehityksessä on aiheuttanut epätietoisuutta ja virheellisiä käsityksiä johtamisesta ja johtajan tehtävien merkityksestä viime vuosikymmeninä. Nämä ovat työelämän demokratisoituminen, tiimiorganisaatioihin siirtyminen ja työn muuttuminen asiantuntijavaltaiseksi. Länsimaisessa yhteiskunnassa on pyritty irti autoritaarisuudesta eli käskyttävästä vallankäytöstä, josta on tullut kirosana niin johtamisen kuin kasvatuksenkin alueella. Samalla autoritaarisuuden käsite on kuitenkin sotkettu auktoriteetin käsitteeseen ja molemmat on leimattu hyvin kielteisiksi. Tästä käsitesekaannuksesta on Järvisen mukaan seurannut se, että monet esimiehet vierastavat ajatusta alaistensa auktoriteettina toimimisesta: vallankäyttäjän sijaan on muodikasta olla mukava kaveri alaistensa kanssa. Toimitukset eivät ole tästä

poikkeus, huomasihan Penttilä (2001) saman toimituksen väliportaan johdossa. Työelämän demokratisoinnilla ja osallistavan johtamisen korostamisella on Järvisen mukaan saatu kuitenkin myös hyvää aikaa työpaikoilla. Työntekijöiden mahdollisuudet osallistua työpaikan kehittämiseen ovat parantuneet merkittävästi, kun käskyjohtamiseen perustuneita hierarkkisia ohjesääntöorganisaatioita on purettu ja kevennetty rakentamalla tiimiorganisaatioita. Järvinen korostaa, että myös tiimit ja asiantuntijat tarvitsevat johtamista, jos halutaan, että ne suuntaavat toimintansa yrityksen kannalta hyödyllisiin tavoitteisiin. (Emt., 28–29.)

Järvisen (emt., 28) mukaan ongelmaksi on muodostunut kysymys siitä, miten ylipäättään johtaa asiantuntijoita. Toisaalta asiantuntijat haluavat toimia itsenäisesti, mutta toisaalta he tarvitsevat esimiestä siinä missä muutkin voidakseen toimia tavoitteellisesti ja järjestäytyneesti.

3.3 Toimitus asiantuntijaorganisaationa

Asiantuntijaorganisaatiolla tarkoitetaan palveluorganisaatiota, joka tuottaa pitkälle erikoistuneita palveluita ja jonka henkilöstö koostuu pääasiassa korkeasti koulutetuista asiantuntijoista.

Asiantuntijaorganisaatioita ovat esimerkiksi lehtien toimitukset, jotkin tieteelliset tutkimusryhmät, arkkitehtitoimistot ja teatterit. (Kasvio 1994, 66.) Asiantuntijaorganisaatioiksi kutsutaan niitä organisaatioita, joissa asiantuntijoiden määrä suhteessa muuhun henkilöstöön on suuri.

Asiantuntijaorganisaatioita on kaikilla aloilla, ja useimmat organisaatiot ovat osittain asiantuntijaorganisaatioita. Tyypillisiä asiantuntijaorganisaatioita ovat muun muassa lehtitalot, joissa toimitukset organisaation osana muodostavat asiantuntijasaarekkeita. Lehtitalojen johtamista on tutkittu osana Asiantuntijaorganisaation johtaminen Suomessa -selvitystä, joka ilmestyi 1988 ja johon perustuen Jorma Sipilä on kirjoittanut teoksen *Asiantuntija ja johtaja. Miten hallitsen nämä kaksi roolia?*

Sipilän mukaan asiantuntijaorganisaation keskeisiä piirteitä ovat:

- työhön liittyy runsaasti analysointia, monimutkaista ongelmanratkaisua ja suunnittelua
- organisaatio tuottaa uutta
- henkilöstön osaamistaso ja peruskoulutustaso on yleensä korkea ja asiantuntijatehtävien määrä suhteessa muihin tehtäviin on suuri
- organisaation riippuvuus henkilöstöstä on suuri, ja henkilöiden korvaaminen on vaikeaa.

Asiantuntijaorganisaatio-käsite on tullut tarpeelliseksi kehittyneiden teollisuusmaiden työelämän jakautuessa yhä enemmän ihmisistä muodostuviksi asiantuntijaorganisaatioiksi ja robottien ja koneiden varassa toimiviksi tuotanto-organisaatioiksi (Sipilä 1996, 23–25). Asiantuntijavaltainen työ on suurelta osin ammatillista erikoistumista ja osaamista vaativaa, ja työntekijä yleensä hallitsee työn sekä sisällöllisesti että menetelmällisesti esimiehiään paremmin. Vuosisatainen ylhäältäpäin saneleva ja kontrolloiva johtaminen ei muuttuneissa organisaatioissa enää toimi. (Järvinen 2000, 28.)

Edellä mainitut Sipilän määreet asiantuntijaorganisaatiolle sopivat myös toimitustyöhön. Toimittajat ovat uuden tiedon hankkimiseen ja käsittelyyn kouliintuneita asiantuntijoita, jotka analysoivat uutisaiheita ja -aineistoa tavoitteenaan kertoa uusi asia lukijoille ymmärrettävässä ja mielenkiintoisessa muodossa. Toimitus luo kirjaimellisesti uuden tuotteen – sanomalehden – päivittäin. Toimittajien koulutustaso voi vaihdella, sillä ammattitaito on perinteisesti hankittu myös työssä oppimalla. Kokeneiden työntekijöiden osaamistaso on joka tapauksessa korkea, mistä syntyy Sipilän mainitsema riippuvuus henkilöstöstä. Toimittaja on vaikea korvata työssään, ja ainakaan koneellisesti korvaaminen ei onnistu.

Rentolan (1999, 56–57) mukaan mikään tietty luonteenpiirre ei tee hyväksi tai huonoksi journalistiseksi esimieheksi, vaan kenestä tahansa voi tulla hyvä johtaja halutessaan. Pääasia on tietää omat heikkoutensa ja vahvuutensa ja etsiä tukea niihin asioihin, joita ei kovin hyvin hallitse. Toimittajan työ on luovaa työtä, ja luovien ihmisten johtamista pidetään usein vaikeana. Toimittajien johtaminen kun on kaukana tottelevaisten robottien johtamisesta.

3.4 Asiantuntijat johdettavina

Tämän päivän tietotyöläiset, kuten toimittajat, vaativat erilaista johtajuutta kuin esimerkiksi perinteiset teollisuustyöntekijät. Kolmen koon periaate – käske, kontrolloi, korjaa – ei nykyään riitä.

Sydänmaanlakka (2004, 114) toteaa, että älykkäästi johdettaessa vaikutetaan työntekijöihin sekä rationaalisesti, emotionaalisesti että henkisesti. Rationaalinen johtajuus on suorituksen johtamista, emotionaalinen johtajuus on tehokasta kommunikointia ja henkinen johtajuus on merkityksen avulla johtamista.

Asiantuntijaorganisaatioissa toiminnan dynamiikka on erilainen kuin tavanomaisissa työorganisaatioissa, sillä henkilöstön osaaminen muodostaa niiden tärkeimmän pääoman. Tämä asettaa haasteita johtamiselle. Kasvion (1994, 66) mukaan asiantuntijat eivät ole helpoimpia johdettavia:

parhaat asiantuntijat eivät aina ole parhaita organisaatioihmisiä, eikä heidän työtään oikein voi johtaa muu kuin henkilö, joka on itse asiantuntija ja joka nauttii arvostusta työyhteisössä.

Asiantuntijaorganisaation johtajat ovatkin Sipilän (1996, 66–67) mukaan itse usein asiantuntijoita. Asiantuntija-asetus näkyy esimerkiksi siinä, että esimiehet puhuvat mieluummin kollegoista kuin alaisista. Moni kaipaa takaisin asiantuntijatehtäviin, ja esimiestehtävistä myös kieltäytyään usein.

Sipilän (emt., 108–109) mukaan laadun johtaminen on asiantuntijaorganisaatioissa vaikeampaa kuin muissa palveluorganisaatioissa. Paitsi asiantuntijat itse, myös heidän työnsä sisältö tekee johtamisesta haastavaa. Työ on pitkäjänteistä uuden luomista, työn tulos riippuu voimakkaasti työn tekijästä ja laadun arviointi vaatii asiantuntemusta. Tavoiteltava laatu pitäisi määritellä osana strategista suunnittelua, jotta laatua voidaan myös arvioida. Laatu alkaa henkilövalinnoista ja henkilöiden kehittämisestä, ja olennainen laadun edellytys on avoin yhteistyö palvelun tuottajan ja asiakkaan välillä (vrt. toimitus ja lukijat).

Asiantuntijat eivät käy työssä vain rahaa ansaitakseen, vaan heillä on yleensä vahva ammatillinen identiteetti ja halu kehittyä työssään (Kasvio 1994, 66). Asiantuntijaa motivoi ennen kaikkea työn kiinnostavuus ja se, että työ muuttuu hänen kehityksensä mukana. Motivaatiota tuo myös se, että työvälineet ovat kunnossa ja työilmapiiri on hyvä. (Sipilä 1996, 40–41.) Asiantuntijan työn luonteeseen kuuluu, että hän saattaa työskennellä pitkään itsenäisesti kenenkään tietämättä, mitä hän on saanut aikaan (emt., 27–29), mikä on tyypillistä juuri toimittajille. Asiantuntijat osaavat arvioida työnsä laatua mutta kaipaavat silti palautetta esimiehiltään ja työtovereiltaan. Asiantuntijat ovat itse huonoja antamaan palautetta, mihin Sipilä (emt., 41–43) näkee syyksi omaan työhön uppoutumisen ja sen, että asiantuntija vaatii liian paljon ennen kuin katsoo aiheelliseksi antaa palautetta. Asiantuntija kaipaa paneutunutta, yksilöllistä palautetta ja arvostaa älykästä, analyttistä, perusteltua ja kohdistettua kritiikkiä. Sipilän mukaan tämä seikka puoltaa sitä, että asiantuntijaorganisaation esimiehet valitaan talon sisältä asiantuntijoista. Esimiehen on pystyttävä kouluttamaan asiantuntijoita ja antamaan heille sellaista palautetta kuin he haluavat.

Asiantuntijat eivät välttämättä halua päättää itse, mitä tekevät, mutta tekemisen tavan he haluavat valita itse. Jos esimies antaa liian yksityiskohtaisia ohjeita, asiantuntija saattaa närkästyksissään tokaista, että esimies voi hoitaa homman itse, kun kerran niin hyvin osaa. Asiantuntija ei helposti suvaitse suoranaisia ohjeita tai neuvoja, eikä häntä voi käskyttää. (Emt., 65–66.)

3.5 Asiantuntijaorganisaation johtajan roolit

Sipilä nimeää asiantuntijaorganisaation johtajalle viisi erilaista roolia.

Strategisen johtajan roolissa esimies johtaa sisäistetyn strategian avulla. Pitkäjänteinen ja mietitty strategiasuunnitelma auttaa keskittymään siihen, missä asiantuntijaorganisaation halutaan olevan erityisen hyvä. Työn yksityiskohtainen valvonta ja ohjaus ei ole asiantuntijaorganisaatiossa mahdollista, ja Sipilän mukaan sisäistetty strategia onkin asiantuntijaorganisaation tehokkaimpia johtamisvälineitä. Sisäistetty strategia mahdollistaa eräänlaisen ”tee se itse” -johtamisen, sillä asiantuntijat voivat strategian avulla ohjata omaa työskentelyään ja päivittäistä päätöksentekoaan. Julkinen selkeä strategia auttaa pysymään suunnitelluilla linjoilla. (Sipilä 1996, 74–76).

Producing managerin roolissa asiantuntijaorganisaation johtajat osallistuvat itsekin suorittavaan työhön ja johtavat työskentelyä omalla esimerkillään (emt., 84–85). Ulkopuolisen johtajan olisikin vaikea johtaa esimerkiksi toimittajia, sillä toimituksen johtaminen vaatii työn sisällön tuntemista.

Energian luojana esimies on henkinen johtaja, motivoija ja innostaja. Hän vaikuttaa työntekijöiden motivaatioon ohjaamalla heidät sopivan haasteellisiin töihin ja huomioimalla työntekijöiden omat toiveet. Esimiehen oma esimerkki, palaute ja alaisille osoittama arvostus motivoivat asiantuntijoita, kuten toimittajia. Esimiehen rooliin kuuluu myös järjestää ilmapiiriä puhdistavia tapahtumia, kuten yhteisiä keskustelu- tai viihdetilaisuuksia. (Emt., 89–91.)

Asiantuntijaorganisaation esimies johtaa myös *luomalla puitteita*. Hän muun muassa hankkii työvälineet, vaikuttaa työtiloihin ja luo tieto-, palaute-, palkitsemis- ja laadunohjausjärjestelmiä. (Emt., 93.) Toimittajan työssä on oleellista, että esimerkiksi tietoverkot ja kirjoitus- sekä taitto-ohjelmat toimivat. Yhteys toimituksen omaan järjestelmään on tärkeää saada talon ulkopuolelta ja jopa ulkomailta käsin. Monissa lehtitaloissa juuri urheilutoimitukset ovat olleet edelläkävijöitä uuden teknologian käyttöönotossa.

Gate-geeperin roolissa eli portinvartijana asiantuntijaorganisaation johtaja käyttää valtaa säädellen useita asioita. Hän päättää erilaisten hankkeiden toteuttamisesta ja siitä, kuka tekee mitään. Hän säätelee rahankäyttöä, kuten palkkoja ja yhteisen rahan käyttötarkoituksia. (Emt., 115.) Toimituksessa esimies päättää esimerkiksi siitä, kuka pääsee työtehtäviin ulkomaille kansainvälisiin tapahtumiin.

Kasvion (1994, 66) mukaan asiantuntijaorganisaatioiden ongelmaksi saattaa muodostua se, että hyvät ammattilaiset (itsekin asiantuntijat), jotka kykenisivät esimiehinä hankkimaan kollegojensa arvostusta, eivät välttämättä ole parhaita liiketoiminnallisen tuloksen tekijöitä. Johtamistutkimuksessa on kiinnitetty huomiota siihen, että asiantuntijaorganisaatiot voivat päästä hyviin tuloksiin vain, jos niiden henkilöstö on vahvasti sitoutunut tavoitteiden saavuttamiseen. Tällöin puhutaan ”korkean suoritustason” tai ”korkean sitoutumisen” johtamisesta.

Sydänmaanlakan (2004, 118, 124–126) mukaan johtajan selkeä visio luo johtamisprosessin perustan. Johtajan ja alaisten yhdessä määrittelemät visio ja päämäärä helpottavat sitoutumista tavoitteisiin. Ilman todellista sitoutumista visio ei ohjaa toimintaa. Sydänmaanlakan mukaan ”visio on kirkas mielikuva tulevaisuudesta”. Visio herättää henkiin ihmisten unelmat ja haaveet, se synnyttää energiaa. Tehokas vuorovaikutus perustuu vaikutussuhteisiin. Älykäs johtaja tarvitsee *rationaalista älykkyyttä* suoritusten johtamisessa ja ohjaamisessa. Tehokkaaseen kommunikointiin hän tarvitsee *tunneälyä*: älykäs johtaja osaa myös käskä, mutta hänellä on herkkyyttä tehdä se oikeassa paikassa ja oikeaan aikaan, ettei se tunnu ”pomottelulta”. Roolimallina oleminen, motivointi ja innostaminen, innovatiivisuus ja luovuus taas edellyttävät johtajalta *henkistä älykkyyttä*.

Tutkielmani analyysiosassa sovitan toimitustyön asiantuntijaorganisaation johtamisen kehukseen, jota olen edellä kuvaillut. Toimituksen johtaminen on niin ikään luovien, itsenäisten ihmisten johtamista. Haluan tutkia, millaisia asiantuntijajohtamisen haasteet ovat juuri urheilutoimituksessa. Analyysiäni ohjaa tavoite selvittää, millainen on se visio, jota kohti sanomalehtien urheilutoimitusten esimiehet urheilutoimittajia luotsaavat, ja millä keinoin he visiota tavoittelevat.

4 Hyvän journalismin jäljillä

Tutkimusaiheelleni, urheilujournalismin laadulle, ei ole olemassa selkeitä, yhteisiä arviointikriteereitä. Haastavaa journalismin laadun arvioinnista tekee se, että laatu on suhteellinen käsite ja laadun arviointi luonteeltaan subjektiivista. Arvioinnin taustalla on aina kulttuurisia arvohierarkioita, jotka ovat historiallisia ja sidottuja sekä arvottavaan subjektiin että tiettyyn diskursiiviseen kontekstiin. (Nieminen & Pantti 2004, 137.) Journalismin laatua arvioidaan usein laadun valvonnan, kuten eettisten sääntöjen näkökulmasta tai journalismin toteuttamien tehtävien kautta.

4.1 *Ihannejournalisti vs. arkijournalisti*

Heinosen (1995) mukaan suomalaisilla toimittajilla on varsin yhtenäinen käsitys siitä, millainen toimittajan tulee olla. Ihannejournalisti arvostelee yhteiskunnallisia epäoikeudenmukaisuuksia, vahtii valtaapitäviä, tuo esiin uusia ajatuksia ja selittää yleisölle monimutkaista maailmaa. Arkijournalismi on kuitenkin lähempänä individualistista itsensä toteuttamista. Suomalaiset toimittajat pitävät suomalaista uutisjournalismia ammattitaitoisena ja vastuuntuntoisena mutta helposti manipuloitavana. Samastuminen lähteisiin ja toimiminen heidän ehdoillaan on toimittajien mielestä erityisesti poliittisen ja talousjournalismin eettinen ongelma. Enemmistö toimittajista ei pidä suomalaista uutisjournalismia rohkeana eikä kriittisenä. Heinosen kyselytutkimuksen tulosten mukaan suomalaiset toimittajat arvostavat itsesääntelyä ja sen keskeisimpiä instituutioita, Journalistin ohjeita ja Julkisen sanan neuvostoa. Tärkeimpänä Journalistin ohjeena Heinosen tutkimuksen vastaajat pitivät kohtaa ”Journalistin on työssään pyrittävä totuudenmukaiseen, olennaiseen ja monipuoliseen tiedonvälitykseen”. (Emt., 97–112, 119, 151–152.)

Journalistisessa keskustelussa esiintyy useita tapoja määritellä journalistinen laatu. Nieminen ja Pantti (2004, 140–143) nostavat niistä esiin kolme: journalistinen itsesääntely, journalismin sosiaalinen vastuu ja journalismin yleisösuhte.

Itsesääntely tarkoittaa journalistien itsensä määrittelemiä laadun kriteereitä ja heidän itse toteuttamaansa laadun arviointia. Niissä maissa, joissa journalistisen työn eettiset säännöt ovat toimittajien itsensä määrittelemät, hyvän journalistisen tavan noudattamisen voidaan ajatella olevan journalistisen laadun tae. Ongelma on, että itsesääntely perustuu tapauskohtaiselle harkinnalle eikä tarjoa mitattavissa olevia kriteereitä laadulle. (Emt., 140–141.)

Journalismin sosiaalisen vastuun pohjana ovat yhteiskunnalliset arvot, kuten vapaus, tasa-arvoisuus ja yhteiskunnallinen turvallisuus sekä järjestys. Journalismin keskeisiksi laatuksiteereiksi on tältä pohjalta määritelty vapaus, monimuotoisuus ja objektiivisuus. Vapaus on vapautta *johonkin* (julkiseen kritiikkiin) ja *jostakin* (sensuurista, julkisesta vallasta). Monimuotoisuudella on kaksi puolta: *sisällön* monimuotoisuus (julkisuudessa esiintyy erilaisia mielipiteitä, aiheita, henkilöitä) ja *monipuolinen pääsy mediaan* (erilaiset sosiaaliset ryhmät, poliittiset toimijat). Objektiivisuus on laadun kriteereistä ongelmallisim, koska monien mielestä toimittaja ei voi koskaan olla täysin objektiivinen ja vapaa kulttuurisesta taustastaan, uskomuksistaan ja sosiaalisesta asemastaan. Muodollista objektiivisuuden korostamista tärkeämpänä Nieminen ja Pantti (emt., 142) pitävät sitä, että toimittaja tuo omat lähtökohtansa ja arvoperustansa avoimesti esille ja vastaanottajan tulkittaviksi.

Journalismin laadun arviointi yleisösuhteen näkökulmasta kiinnittää huomiota sellaisiin seikkoihin kuin mediaan pääsy, dialogisuus ja harkitsevuus. Journalismin tehtävä on tästä näkökulmasta julkisen keskustelun järjestäminen ja sen dialogisuuden vaaliminen. (Emt., 143.)

Urheilujournalismin laatua tutkiessani olen kiinnostunut tekemään päätelmiä siitä, onko urheilujournalismilla joitain alakohtaisia laadun arvioinnin kriteereitä vai noudattelevatko kriteerit yleisjournalismin laatuksiteereitä. Ennakko-oletukseni mukaan urheilujournalismi ei esimerkiksi ole kovin vuorovaikutteista suhteessa yleisöönsä. Mediaan pääsy on rajallinen ainakin naisten urheilulle (vrt. Pirinen 1998), kuten myös uusille urheilulajeille (Savela 1991). Urheilujournalismia on myös kritisoitu siitä, että se ei tuo julkiseen keskusteluun urheilun kielteisiä ilmiöitä (Pänkäläinen 1998b).

4.2 Tiedonvälityksen näkökulma – ainoa näkökulma?

Kunelius (2000) lähtee hyvän journalismin kriteereitä pohtiessaan siitä, että hyvä journalismi on ”nelijalkainen otus”, jolla on seuraavat tehtävät: tiedonvälitys, tarinoiden kertominen, julkisen keskustelun ylläpitäminen ja kansalaisten julkisena resurssina toimiminen.

Journalismin tutkimus arvioi journalismin suoritusta usein juuri tiedonvälityksen näkökulmasta. Hyvää tässä on Kuneliuksen (emt., 8) mukaan se, että näkökulma puhuttelee toimittajakuntaa ja voi johtaa entistä laadukkaampaan tiedonhankintaan. Rajoittavaksi tekijäksi hän näkee sen, että tiedonvälitystä arvioidaan usein oman ajan hallitsevien näkemysten – mitä tieteenä ja totena kulloinkin pidetään – mukaan. Myös urheilujournalismia on perinteisesti arvioitu ainoastaan tiedonvälityksen näkökulmasta. Tämä voi johtua urheilujournalismin perinteestä. Urheilujournalismin tarkoitus on alun perin ollut

urheilua ja lajien sääntöjä tekeminen tutuksi yleisölle (urheilujournalismin synnystä ks. luku 2.1). Pian urheilujournalismi alkoi välittää tietoa maailmalla menestystä tavoittelevista suomalaisurheilijoista ja tuntuu osittain jääneen kiinni tapahtumakeskeiseen rooliinsa. Urheiluun liittyvän tiedonvälityksen tarpeet ovat kasvaneet urheiluilmiön laajetessa ja saadessa uudenlaisia piirteitä muun muassa urheilussa liikkuvan rahan lisääntyessä. Urheilu ei ole enää pelkkää urheilua, vaan esimerkiksi liiketoimintaa. Tutkielmassani selvitän, millaiseksi urheilutoimitusten esimiehet näkevät urheilujournalismin tiedonvälitystehtävän tänä päivänä, mikä antaa välineitä myös arvioida tiedonvälitystehtävässä onnistumista.

Kunelius (emt., 9–10) jatkaa journalismiolionsa hahmottamista ja yleistää, että toimittajakunnassa tarinoiden ajatellaan olevan merkittävien uutisten *lisä*. Tieto on hyvän jutun painavaa sisältöä, tarina hyvän jutun muoto. Tarinat täydentävät kuvaa todellisuudesta ja tuovat tietojen rinnalle yksittäiset tapaukset, ihmisten subjektiiviset tunteet ja kokemukset. Tällainen käsitys journalismista pitää erillään kaksi tehtävää: yhtäällä tiedot ja toisaalla tarinat. Toisiaan täydentävien näkökulmien kautta todellisuus tulee kuvatuksi inhimilliseltä ja objektiiviselta kannalta. Journalismin tutkimus on viime vuosina ottanut vakavasti ajatuksen, että journalismi onkin kenties ennen muuta tarinoiden kerrontaa.

Kuneliuksen (emt., 22) mukaan tarinoinnin ei pitäisi antaa liukua journalismin ”lisukkeeksi”, vaan se pitäisi nähdä julkisten puheenvuorojen virittäjäksi, julkiseen keskusteluun osallistumisen muodoksi ja tärkeäksi julkista toimintaa rajaavaksi resurssiksi.

Journalismin näkeminen keskusteluksi voi Kuneliuksen (emt., 17–18) mukaan olla osuvampaa kuin pitää journalismia areenana, näyttämönä, peilinä tai ikkunana. Journalismin oma rooli julkisessa keskustelussa voi kuitenkin olla vaikea määritellä. Journalismi uhkaa rajautua julkisen keskustelun ulkopuolelle, sen muodolliseksi ylläpitäjäksi tai korkeintaan tuomariksi.

Kuneliuksen otuksen neljäs jalka on journalismi yhteiskunnallisten toimijoiden julkisena resurssina. Tiedonvälitysjournalismin rutiinit ovat tehneet journalismista tiettyjen järjestäytyneiden laitosten ja intressien käytössä olevan areenan. Toisin sanoen journalismi tulee hyväksikäytetyksi, halusi se sitä tai ei. Kunelius (emt. 18–19) pohtii, voisiko hyväksikäyttö olla osa journalismin luonnollista olemusta niin, että hyväksikäytöstä ei pyritäisiin eroon, vaan asetuttaisiin entistä laajemmin hyväksikäytettäväksi. Tutkimuksen tehtävä olisi arvioida sitä, millaisiin päämääriin tutkimuksessa ja journalismissa sitoudutaan.

Kuneliuksen hyvän journalismin piirteet edustavat journalismin laadun määrittelyä journalismin tehtävien kautta. Journalismin laadun määrittely tehtävien ja tavoitteiden kautta tuntuu olevan luonteva myös toimittajille itselleen. Jos toimittajilta kysytään arvostetuinta journalismin muotoa, se on Kuutin (1998) mukaan tutkiva journalismi. Tämä journalistinen suuntaus on syvälinen ja kriittinen ja tarkastelee yhteiskunnallisesti tärkeitä kysymyksiä. Aiheet liittyvät usein vallan tai rahan käyttöön, ihmisten elinoloihin ja heidän kokemuksiinsa sosiaalisiin ongelmiin. Tyypillistä tutkivan journalismin käsittelemille asioille on niiden arkaluonteisuus. Tutkiva journalismi korostaa viestintäyritysten ja journalistien riippumattomuutta yhteiskunnallisena vaikuttajana ja vallankäytön valvojana. (Emt., 107, 112.) Ennen kuin nimeää tutkivan journalismin hyvän journalismin synonyymiksi, on syytä muistaa edellä esitetty Heinosen (1995) havainto arkijournalismin ja ihannejournalismin välisestä etäisyydestä. Tutkiva journalismi on ihanne, jota kannattaa tavoitella, koska sen työtavoilla pääsee luultavasti ainakin hyvin lähelle hyvää journalismia. Muukin kuin tutkiva journalismi voi kuitenkin olla hyvää journalismia.

Toimittajat itse pitävät tutkivan journalismin pahimpina uhkina tiedonvälityksen pinnallistumista viestinten välisen kilpailun myötä. Viestinten talouden kiristyminen lisää rahan valtaa toimituksissa, ja tehokkuusvaatimukset estävät tutkimuksiin syventymisen. (Kuutti 1995, 263.) Kuutti (1998, 110) toteaa, että tutkivan journalismin yleiskattava rajaaminen muusta (so. ”ei-tutkivasta”) journalismista on vaikeaa. Tutkiva otekaan ei siis ole yksiselitteinen journalismin laatukriteeri, sillä raja ei ole selkeä tai pysyvä, vaan riippuu jutun aiheesta ja journalistisesta työpanoksesta.

Tutkielmassani selvitän, mistä näkökulmasta urheilutoimitusten esimiehet haluavat asettaa toimituksensa työn arvioitavaksi. Urheilujournalismia ei ole perinteisesti pidetty esimerkiksi dialogisena, tarinoivana tai tutkivana, mutta mitä mieltä asiasta ovat sanomalehtien urheilutoimitusten esimiehet?

5 Tutkimusasetelma

Edellä olen käynyt läpi suomalaisen urheilujournalismin ominaispiirteitä, toimitustyön johtamisen lähtökohtia ja hyvän journalismin määrittelyn haastavuutta. Vedän seuraavaksi yhteen urheilujournalismin nykytilan ja esittelen siitä nousevan tutkimusongelmani.

5.1 *Urheilujournalismi tänään*

Urheilujournalismilla on vankka asema sanomalehdissä, mistä kertoo urheilun lehdissä saama runsas tila ja mainostajien rakkaus urheilusisältöihin. Sanomalehti on perinteinen väline, josta lukijat ovat tottuneet seuraamaan urheilua viime vuosisadan alusta lähtien. Urheilujournalismin katsotaan täyttävän ihmisten tarvetta jännittää kaksinkamppailuja, jakaa suuria tunteita ja kuluttaa urheiluviihdettä (Virtapohja 1998, Hemánus 1973). Urheilusisältöjen tarjoaminen on tänä päivänä medioille varma keino herättää mainostajien kiinnostus, mikä on johtanut urheilun, median ja mainostajien yhteen kietoutumiseen. Urheilusta kirjoittaminen paitsi houkuttelee lukijoita, myös vankistaa lehden taloutta. Urheilujournalismilla menee siis periaatteessa hyvin – vai meneekö?

Urheilujournalismilla on vahva erikoisjournalismin maine, mikä ei ole sille pelkästään eduksi. Journalismin tutkimuksen piirissä urheilujournalismi nähdään erityisalueeksi, jossa urheiluintoiset ihmiset kirjoittavat urheilusta muille urheilumielisille. Urheilujournalismin yleisö on uskollinen ja suuri mutta ei välttämättä kovin monimuotoinen. Onkin syytä kysyä, pärjääkö sanomalehtien urheilujournalismi mediakilpailussa pelkän erityisyleisön tavoittamalla. Urheilusta on kirjoitettu koko urheilujournalismin tähänastisen historian ajan melko samalla tavalla: kilpaurheilumyönteisesti, kaupallisiin lajeihin keskittyen ja miesten näkökulmasta, minkä voi olettaa pitävän potentiaalisten lukijoiden joukon kapeahkona. Urheilutoimituksissa on kuitenkin pikku hiljaa herätty huomaamaan erityisesti urheilun yhteiskunnallisista ja taloudellisista yhteyksistä kirjoittamisen tarpeellisuus (Savela 1991). Urheilujournalismi on saanut tutkijoilta osakseen kritiikkiä objektiivisuuden puutteesta. Urheilujournalistien on katsottu olleen liian sisällä urheilun järjestelmässä, jotta he kykenisivät kirjoittamaan urheilusta analyttisesti (Hemánus 1983, Pänkäläinen 1998b). Urheilujournalismin laatua on arvioitu ainoastaan siitä näkökulmasta, välittääkö urheilujournalismi tietoa urheilun kielteisistä lieveilmiöistä, kuten dopingin käytöstä. Urheilujournalismi on aina tasapainoillut uutis- ja viihdejournalismin välimaastossa, mikä on johtanut siihen, ettei urheilujournalismin laadulle ole kehittynyt selkeitä arviointikriteereitä. Journalismin keskeisiä laatukriteereitä ovat yleensä vapaus,

monimuotoisuus ja objektiivisuus (Nieminen & Pantti 2004). Oletan, että myös urheilutoimituksissa edellä mainitut periaatteet ohjaavat työntekoa mutta annan urheilutoimitusten esimiesten yksilöidä, miten laatua arvioidaan juuri urheilujournalismin näkökulmasta.

Urheilujournalismi on toimittajien kokemusten mukaan ottanut etäisyyttä urheilun järjestelmään viimeisten parinkymmenen vuoden aikana (Koljonen 2000, Savela 1991). Oletan, että urheilutoimituksissa on jouduttu pohtimaan sitä, kenelle juttuja kirjoitetaan ja mistä niitä kirjoitetaan. Miten muuttunut suhde urheilun järjestelmään on vaikuttanut esimerkiksi urheilujournalismin yleisösuhteeseen?

Urheilutoimitusten esimiehet ovat avainasemassa urheilujournalismin kehityksen kannalta. He johtavat työkseen alansa asiantuntijoita, urheilutoimittajia. Asiantuntijoiden ja luovaa työtä tekevien ihmisten johtajan haasteena on saada itsenäisesti työskentelevät, erilaiset ihmiset sitoutumaan yhteiseen tavoitteeseen. Johtajan on kyettävä ohjaamaan työyhteisöä ilman ohjeiden tai käskyjen sanelemista, mieluiten työntekijöiden sisäistämällä strategian avulla. On mielenkiintoista tarkastella, miten asiantuntijajohtamisen haasteet näyttäytyvät sanomalehden urheilutoimituksissa, joissa työskentelee Savelan (1991) mukaan sekä idealistisesti hyvään urheilujournalismiin pyrkiviä että ennakkoluuloisesti urheilun kaupallistumiseen ja uusiin lajeihin suhtautuvia toimittajia.

5.2 Mihin olet menossa, urheilujournalismi?

Pro graduni tavoite on selvittää, mihin suuntaan sanomalehtien urheilutoimitusten esimiehet haluavat urheilujournalismia kehittää. Tutkin, mitä esimiehet pitävät hyvänä urheilujournalismina ja millainen heidän roolinsa urheilujournalismin kehittäjänä on. Keräsin tutkimusaineistoni haastattelemalla kymmenen sanomalehden urheilutoimituksen esimiestä. Teemahaastattelurungossani oli neljä pääteemaa: *haastateltavan taustatiedot, työnkuva urheilutoimituksen esimiehenä, urheilujournalismin laatu ja tutkiva urheilujournalismi*. Haastattelurunkoon voi tutustua liitteessä 1.

Työnkuva-teeman tarkoitus oli selvittää, millaisia vastuita ja velvollisuuksia urheilutoimitusten esimiehillä on. Esimiehet kertoivat, millainen heidän roolinsa työyhteisössä on ja millaista on johtaa urheilutoimitusta.

Urheilujournalismin laatu -teemassa pureuduttiin esimiesten näkemyksiin hyvistä urheilusivuista. Esimiehet saivat määritellä, mitä laatu tarkoittaa urheilujournalismista puhuttaessa ja arvioida laadun toteutumista ja kehityshaasteita omassa toimituksessaan.

Tutkiva urheilujournalismi -teemasta keskusteltaessa esimiehet pohtivat, millaisiin urheiluaiheisiin on tartuttu ja voitaisiin tarttua tutkivalla otteella.

Lopulliset tutkimuskysymykseni vastaavat osin niitä, jotka mielessäni lähdin keräämään aineistoani mutta ovat myös muokkautuneet aineiston tulkinnan myötä. Aineistoni analyysiä ohjasi aineistostani noussut havainto, että esimiehet kokevat tärkeimmäksi tavoitteekseen edistää urheilujournalismin kehitystä koko kansan journalismiksi. Tämä tarkoittaa sitä, että urheilujournalismi tavoittaa erilaiset lukijat, ei ainoastaan urheilusta kiinnostunutta erityisyleisöä. Tutkimuskysymykseni ovat:

1. Millaista on laadukas urheilujournalismi sanomalehtien urheilutoimitusten esimiesten näkökulmasta?
2. Miten urheilutoimitusten esimiehet vaikuttavat urheilujournalismin kehitykseen koko kansan urheilujournalismiksi?
3. Mikä hidastaa urheilujournalismin kehitystä koko kansan urheilujournalismiksi?

6 Haastatteluaineisto

Tässä luvussa esittelen tutkimusaineistoni hankinta- ja analyysimenetelmät.

6.1 Tutkimusaineiston hankinta

Keräsin tutkielmani aineiston haastattelemalla sanomalehtien urheilutoimitusten esimiehiä. Menetelmäni oli teemahaastattelu. Aineistoni koostuu kymmenestä haastattelusta.

Valitsin haastateltavakseni esimiehiä, jotka työskentelevät kuusi tai seitsemän kertaa viikossa ilmestyvissä valtakunnallisissa lehdissä tai alueensa johtavissa maakuntalehdissä. Aineistoni lehdistä seitsemän kuului vuonna 2005 kymmenen Suomen suurilevikkisimmän lehden joukkoon, kaksi 13 suurilevikkisimmän joukkoon ja yksi oli levikiltään 20 suurimman ulkopuolella (Levikintarkastus Oy). Maantieteellisesti aineistoni kattaa Etelä-, Keski- ja Länsi-Suomen. Aineistoa hankkiessani jouduin huomioimaan myös maantieteelliset etäisyydet ja matkakustannukset, sillä tein haastattelumatkat omalla kustannuksellani.

Tein haastattelut kahden kuukauden aikana marraskuusta 2005 tammikuuhun 2006. Olin soittanut valitsemiini lehtiin hyvissä ajoin ja sopinut tapaamiset toimituksiin. Tutkielmani sai erittäin hyvän vastaanoton, ja kaikki kymmenen esimiestä suostuivat epäröimättä haastateltaviksi. Etukäteen kerroin haastateltavilleni, että tutkielmani aihe on urheilujournalismin laatu urheilutoimitusten esimiesten näkökulmasta. Kerroin myös, että minua kiinnostaa se, miten he työssään laatuun vaikuttavat. Esimiehet pitivät tutkimusaiheeni mielenkiintoisena muun muassa siksi, että se tarjosi mahdollisuuden pysähtyä pohtimaan työn laatua rutiinien keskellä. Pyysin esimiehiä varaamaan haastattelua varten puolitoista tuntia aikaa ja rauhallisen tilan, koska nauhoittaisin haastattelun. Mainitsin myös, etten käytä nauhalle kertyvää aineistoa niin, että siitä voisi tunnistaa lehden tai haastateltavan. Halusin taata haastateltavieni nimettömyyden, jotta tunnistettavuus ei rajoittaisi heidän vastauksiaan.

Haastattelutilanteessa kerroin esimiehille omasta taustastani tiedotusopin opiskelijana ja urheilutoimituksen kesätoimittajana. Koin, että työkokemuksen mainitseminen auttoi minua saamaan hyvän keskusteluyhteyden haastateltaviini. Urheilutoimitusten esimiesten oli luontevaa kertoa toimitustensa käytännöistä minulle, koska urheilutoimittaminen ei ollut minulle vierasta.

Aineiston kerääminen oli tutkielman tekemisen antoisin osuus. Urheilutoimitusten esimiehet olivat valmistautuneet haastatteluihin hyvin, vaikka en ollut erityistä valmistautumista pyytänytäkään. He kertoivat minulle yllättävänkin avoimesti ajatuksistaan urheilujournalismin nykytilasta ja siitä, mihin suuntaan omaa toimitustaan kehittävät. Kuulin kehitteillä olevista ideoista, joista olisi voinut kuvitella, että niitä ei haluta yleisesti luettavissa olevaan graduun esimerkiksi kilpailijoiden pelossa.

Purin haastattelunauhat sanasta sanaan, koska halusin haastattelut kokonaisuudessaan analysoitavakseni – en esimerkiksi vain joidenkin purkuvaiheessa mielenkiintoisilta tuntuneiden teemojen osalta. Haastatteluaineistoa kertyi yhteensä 125 sivua. Haastatteluja purkaessani kirjoitin tutkimuspäiväkirjaani alustavia havaintojani toistuvista vastauksista. Näihin havaintoihin palasin analyysivaiheessa.

6.2 Menetelmänä teemahaastattelu

Käytin aineiston hankinnan metodinani teemahaastattelua. Ymmärrän teemahaastattelun Hirsjärven ja Hurmeen (1982, 36) tapaan. Teemahaastattelu on puolistrukturoitu menetelmä, joka kohdennetaan tiettyihin teemoihin, joista keskustellaan haastateltavan kanssa. Teemahaastattelusta puuttuu strukturoidulle haastattelulle luonteenomainen kysymysten tarkka muoto ja järjestys.

Aineistonkeruuta suunnitellessani harkitsin myös lomaketutkimuksen tekemistä. Teemahaastattelu vei voiton sen vuoksi, että se tarjoaa mahdollisuuden lisäkysymyksiin, selvennyksiin ja esimerkkien saamiseen. Halusin kohdata tutkimushaastateltavani kasvokkain enkä lukea heidän mielteitään lomakkeista. Teemahaastattelu antaa haastateltavalle mahdollisuuden tuoda esille itseään koskevia asioita mahdollisimman vapaasti, sillä haastateltava on tutkimuksessa merkityksiä luova ja aktiivinen osapuoli. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 194.)

Yksilöhaastatteluja taloudellisemman vaihtoehdon, ryhmähaastattelun, hylkäsin siksi, että olen kiinnostunut nimenomaan esimiesten henkilökohtaisista mielipiteistä ja kokemuksista.

Ryhmähaastattelussa niitä olisi saatettu jättää kertomatta esimerkiksi sen takia, että sanomalehtien välillä vallitsee kilpailutilanne.

Hirsjärvi ja Hurme (1982, 25) toteavat, että yksinkertaisin tapa määritellä haastattelu on nimetä se keskusteluksi, jolla on ennalta määrätty tarkoitus. Omaa kysymyksenasetteluani ohjasi aiempi urheilujournalismin tutkimus, jossa toisaalta on kritisoitu urheilujournalismia analyttisyyden puutteesta, toisaalta esitetty urheilutoimittajuus vaativana moniosaajan ammattina.

Suunniteltuani alustavan haastattelurungon tein yhden koehaastattelun. Haastattelin erään aineistooni kuuluvan sanomalehden urheilutoimituksen toista esimiestä. Koehaastattelun perusteella muokkasini teemojani enemmän esimiesnäkökulmaan, sillä koehaastattelun keskustelu käsitteli urheilujournalismin liian yleisestä näkökulmasta. Päätin myös, etten ohjaa keskustelua urheilujournalismin saamaan kritiikkiin, vaan annan sen tulla esiin haastateltavien taholta, jos se on tullakseen. Näin saisin parhaan kuvan siitä, mitä esimiehet ajattelevat urheilujournalismin laadusta 2000-luvun alussa.

Teemahaastattelu soveltui hyvin tiedonkeruumenetelmäksi. Tutkimushaastatteluni sujuivat luontevasti keskustelunomaisina, mutta säilytin roolini keskustelun ohjaajana. Kuten etukäteen arvelin, juuri esimiesten toimitustyöstä antamat esimerkit valottivat parhaiten sitä, miten urheilu muotoutuu urheilusivuilta luettaviksi jutuiksi. Teemahaastatteluiden tekeminen oli erittäin opettavaista, ja mielestäni kehityin haastattelijana aineistonkeruun loppua kohden. Luottamukseni haastattelurunkoni toimivuuteen kasvoi ja aloin erottaa ne sisällöt, jotka toistuivat vastauksissa. Kymmenen haastattelua oli sopivan kokoinen aineisto: viimeiset haastattelut vahvistivat aiemmissä esiin tulleita asioita mutta eivät tuoneet enää uusia asioita esiin. Aineiston määrä oli analyysin kannalta pro gradun tekijän hallittavissa.

6.3 Haastatteluaineiston analyysi

Laadullisen aineiston analyysi käsittää monia vaiheita alkaen aineiston keruusta ja päätyen tulosten esittämiseen. Hirsjärven ja Hurmeen (2001, 143) mukaan tarkoitus on edetä aineiston lukemisesta aineiston luokitteluun ja erittelyyn ja lopuksi synteesiin, joka luo kokonaiskuvaa ja esittää tutkittavan ilmiön uudessa perspektiivissä. Päämääränä ovat onnistuneet tulkinnat, joissa tutkija ei tyydy vain näkyvässä olevan tarkasteluun, vaan löytää piirteitä, jotka eivät ole suoranaisesti aineistossa lausuttuna (emt. 137).

Tutustuin tutkimusaineistooni lukemalla haastattelut useaan kertaan huolellisesti läpi. Haastatteluja purkaessani minulle oli syntynyt kuva aineistossa toistuvista havainnoista ja olin kirjannut huomioitani ylös. Aineiston alustava analyysi käynnistyi siis jo aineiston keruun ja haastatteluiden purkamisen vaiheissa. Eskola ja Suoranta (1998, 152) huomauttavat, että aineiston huolellinen jäsentely ehkäisee tutkijan harharetkiä, joilla tämä päätyy pitämään ensimmäisiä havaintojaan tuloksina. Tein aineistoni ensimmäisen luokittelun haastattelurunkoni teemojen perusteella, mitä sekä Eskola ja Suoranta että Hirsjärvi ja Hurme pitävät suositeltavana. Tiivistin haastatteluiden olennaisen sisällön kunkin teeman osalta teemakortteihin. Näin pystyin tarkastelemaan kaikkien haastateltavieni näkemyksiä tietyn

kysymyksen tai teeman osalta. Kaikki haastatteluni teemat tuottivat mielenkiintoista aineistoa, ja kaikki teemat vaikuttivat johtopäätöksiini. Osa teemoista tuotti päällekkäisiä vastauksia, kuten urheilujournalismin määrittely ja urheilujournalismin laadun määrittely, joten yhdistin esimerkiksi nämä kaksi teemaa jatkaessani aineistoni jäsentelyä. Kunkin teeman sisällä ryhmittelin haastateltavien vastauksia niiden yhtäläisyyksien ja erojen mukaan. Kymmenen haastattelun kokoista aineistoa pystyin käsittelemään taulukoimalla, luetteloimalla ja laskemalla havaintoja ja niiden yhtäläisyyksiä. Edellä mainituissa metodioppaissa esitettyä aineiston koodaamista erinimisiin luokkiin en sellaisenaan kokenut tarpeelliseksi.

Tuloksiini olen päätenyt aineistoani teemoittelemalla, tyyppittelemällä ja haastateltavieni sanomisia tulkitsemalla. Teemoittelun ymmärrän Hirsjärven ja Hurmeen (2001, 173) tapaan: analyysivaiheessa tarkastellaan sellaisia aineistosta nousevia piirteitä, jotka ovat yhteisiä usealle haastateltavalle. Analyysissä huomioidaan tutkijan lähtöteemojen lisäksi uudet aineistosta nousevat teemat. Tyyppittely tarkoittaa aineistoon kuuluvien tapauksien ryhmittelyä tiettyjen yhteisten piirteiden perusteella. Teemojen ja tyyppien tunnistamiseksi olen laskenut aineistostani tiettyjen havaintojen esiintymiskertoja. Tulkinnoissani minua ovat ohjanneet aiempi urheilujournalismin tutkimus ja tutkimusongelmani. Hyödylliseksi menetelmäksi koin myös epätäydellisten typologioiden etsimisen, jota hyödynsin tarkastellessani esimiesten vaikutusta urheilujournalismin laatuun. Alasuutarin (1995, 223) mukaan epätäydellisten typologioiden etsiminen auttaa tutkijaa huomaamaan miksi-kysymyksiä, joihin aineistosta on syytä tulkita vastauksia.

Hirsjärvi ja Hurme (2001, 151) painottavat, että haastatteluaineistoihin perustuvissa, kvalitatiivisesti suuntautuneissa analyyseissa tutkijan päämääränä ovat onnistuneet tulkinnat. Laadullisessa tutkimuksessa tulkintaa tehdään koko tutkimusprosessin ajan. Tulkinnat ovat moninkertaisia, sillä tutkija tulkitsee tutkittavan tulkintoja, ja tutkimuksen lukija tutkijan tulkintoja. Siksi tutkija on tärkeää tuoda päättelynsä näkyviin ja lukijan arvioitavaksi. (Emt., 151–152.) Oma päättelyni on induktiivista, eli keskeistä on aineistolähtöisyys. Esitän tulokseni pääasiassa sanallisesti mutta käytän niiden havainnollistamisessa apuna kuvioita, taulukoita ja otteita haastatteluaineistostani.

6.4 Tutkimusaineiston kuvaus

Kaikki haastateltavani vastaavat lehtensä urheilusivuista, mutta toimitusten työnjaollisista ratkaisuksista johtuen heidän tittelinsä poikkeavat toisistaan, samoin kuin se, paljonko he käytännössä ovat tekemisissä urheilutoimituksen arjen kanssa. Kolmessa aineistoni sanomalehdessä ei ole

osastokohtaisia esimiehiä. Näissä lehdissä haastattelin uutis- tai toimituspäällikköä, jonka vastuualueeseen urheilutoimitus kuuluu. Aineistossani on viisi urheilutoimituksen esimiestä, yksi urheilutoimituksen päällikkö, yksi urheilutoimituksen osastotoimittaja, yksi uutispäällikkö ja kaksi toimituspäällikköä. Kaikki haastateltavani ovat miehiä. Iältään he ovat 38–47-vuotiaita. Viidellä heistä on ylempi korkeakoulututkinto (kolme yhteiskuntatieteiden maisteria, yksi yhteiskuntatieteiden ja yksi filosofian tohtori). Yhdellä on alempi korkeakoulututkinto, ja yhdellä yhteiskuntatieteiden maisterin tutkinto on jäänyt muutamaa opintoviikkoa vajaaksi. Yhden koulutus on ylioppilastutkinto, ja yhdellä on ylioppilastutkinnon lisäksi opistotason koulutus. Yhdellä on ammattikorkeakoulututkinto (ei viestinnän alalta).

Kaikilla aineistooni kuuluvilla esimiehillä on kirjoittavan toimittajan tausta. He ovat tulleet alalle kesätoimittajan ja harjoittelijan pestien kautta 20 ikävuoden molemmin puolin, ja useimmat ovat työskennelleet uransa aikana monissa sanomalehdissä. Työskenneltyään vakituisena urheilutoimittajana he ovat edenneet esimiestehtäviin. Neljällä haastateltavistani on kokemusta myös muiden kuin urheilutoimittajien esimiehenä työskentelystä, ja yksi työskentelee koko lehdestä vastaavana toimituspäällikkönä. Vuodenvaihteessa 2005–06 haastateltavillani oli kokemusta urheilutoimituksen esimiehenä työskentelystä 10 kuukaudesta 8 vuoteen.

Esitän tutkielmassani otteita haastattelemini esimiesten puheesta. Olen numeroinut esimiehet yhdestä kymmeneen ja liitteessä 2 kerron kustakin taustatiedoksi iän ja esimieskokemuksen määrän.

7 Urheilutoimitusten esimiehet johtajina

Luvut 7, 8 ja 9 perustuvat empiirisen aineistoni analyysiin. Tässä luvussa käsittelen sanomalehtien urheilutoimitusten esimiesten työnkuvaa ja esimiesten roolia toimituksen arjessa. Toimitusta tarkastelen asiantuntijasaarekkeena lehtitalon organisaatiossa. Lopuksi teen päätelmiä urheilutoimitusten esimiehistä asiantuntijoiden johtajina.

7.1 Ideoinnin moottori kaipaa kenttätyötä

Urheilutoimitusten esimiesten tehtäviin kuuluu osaston töiden suunnittelu ja järjestäminen, juttuaiheiden ideointi sekä toimitusorganisaatiosta riippuen erilaisia hallinnollisia tehtäviä. Aineistooni sisältyvän toimituspäällikön työnkuva poikkeaa edellä mainitusta, sillä toimituspäällikö vastaa koko lehden ilmestymisestä. Aineistoni esimiehillä on alaisia kolmesta 18:aan. Urheilutoimituksen esimies vastaa urheilutoimituksesta hierarkiassa ylemmilleen, joita ovat toimituksen organisaatorakenteesta riippuen uutispäälliköt ja/tai toimituspäälliköt sekä päätoimittajat.

Urheilutoimitusten esimiehet suunnittelevat urheilusivujen sisällön päivä-, viikko- ja vuositasolla. Urheilutapahtumat on helppo merkitä kalenteriin, sillä ne ovat hyvissä ajoin tiedossa. Sarjojen ottelukalenterit ilmestyvät kauden alussa, ja suurkilpailut ovat tiedossa vuosiksi eteenpäin. Esimiehet huomioivat ajankohdat, jolloin urheilutapahtumat hiljenevät ja pitävät huolen siitä, että ajatonta materiaalia on valmiina lehteen myös silloin. Esimiehet osallistuvat myös urheilusivujen vakiopalstojen, juttusarjojen ja oheistuotteiden, kuten liitteiden ja internet-sivujen suunnitteluun. Heidän vastuullaan on myös pohtia ja toteuttaa uudistuksia.

Esimiehet kokevat töiden suunnittelun viemän ajan kasvaneen. Koko urheilutarjontaa on mahdotonta kattaa, joten esimiehet päättävät kriteerit, joiden perusteella aiheisiin tartutaan. Esimiesten päätökset siitä, mistä juttuja tehdään ja millä laajuudella mikäkin juttu laitetaan lehteen, luovat lehden urheilusivujen linjan. Linjaan vaikuttavat muun muassa lehden levikkialue, urheilulajien harrastaja- ja katsojamäärät sekä paikallisten/suomalaisten urheilijoiden menestys. Urheilun rutiiniluonteisuus tuo työhön ennustettavuutta, mutta esimiehet eivät halua tyytyä urheilutapahtumien virrassa melomiseen. He kokevat töiden suunnittelemisen hyvissä ajoin tärkeäksi, koska suunnittelu mahdollistaa urheilun rutiinista poikkeamisen. Toimittajat tietävät, milloin menevät urheilutapahtumiin ja milloin heillä on aikaa toteuttaa omia juttuideoitaan.

Meillä on tällainen lähtöjuttuajattelu osastolla, eli meillä joka päivä päätetään etukäteen – jopa yritetään suunnitella viikko etukäteen – mikä on meidän lähtöjuttu, mikä on meidän pääjuttu. Me ei hyväksytä sitä, että lähdettäis sillä tavalla vaan, että katotaan mitä eteen tulee, vaan pyritään luomaan oikein hyvä selkäranka sille, mitä tehdään. (3)

- - en mä nyt halua edeltäjäni mollata, mutta mun mielestä silloin oli vähän sellaista pysähtyneisyyden aikaa, että menttiin vähän kädestä suuhun -systeemillä liikaa. Kaikki asiat tuli vaan jostakin yhtäkkiä eteen. En tykännyt siitä itse. (2)

Esimiehet kokevat suunnitelmallisuuden itsenäistävän urheilutoimitusta suhteessa urheilun runsaaseen tapahtumatarjontaan. Kun painopistelajit on päätetty, on mahdollista keskittyä niiden toteuttamiseen hyvin. Suunnitelmallisuus vaikuttaa urheilujournalismin laatuun monella tavalla, mitä käsitellen luvussa 9. Esimiehet kantavat osastollaan päävastuun ideoinnista, vaikka korostavatkin, että yhdessä ideointi on aina hedelmällisintä. Toimittajan perusvalmiuksiin kuuluu juttuaiheiden ideointi, eivätkä ideat synny käskemällä.

Kyllä se [ideointi] mun päälle kaatuu, vaikka kaikki muut auttaa siinä. Jos on tyhjä päivä eikä kukaan keksi mitään, mun on keksittävä se. Ei se auta sitten, jostain on vaan revittävä. (3)

Siinä mä koen nimenomaan, että mä oisin – voi olla tietysti juhlallisesti sanottu – olisin semmoisen ideoinnin moottori mieluummin kuin semmoinen, joka sanoo, miten tehdään. (2)

Urheilutoimitusten esimiehet suunnittelevat osastonsa toimittajien työvuorot ja jakavat työt eli päättävät, kuka tekee minkäkin jutun. Työnjakoon vaikuttavat muun muassa osastolla jaetut löyhät lajivastuut sekä toimittajien kiinnostus aiheeseen. Esimiehet ovat yhteydessä avustajiin, joilta tarvittaessa tilaavat juttuja ja joiden juttutarjouksiin vastaavat. Esimiehet osallistuvat toimituksen suunnittelu- ja palautepalavereihin ja myös itse pitävät päivä- tai viikkopalavereja osastollaan sen käytäntöjen mukaan.

Esimiesten töiden suunnitteluun ja järjestämiseen käyttämä aika on pois juttujen kirjoittamisesta. Uutis- tai toimituspäällikön asemasta urheilutoimitusta johtavien esimiesten toimenkuvaan kirjoittaminen ei edes kuulu. Varsinkin pienehköissä urheilutoimituksissa (4–5 toimittajaa) esimiehet osallistuvat päivittäiseen toimitustyöhön, eli kirjoittamiseen ja taittamiseen. Aineistossani on neljä esimiestä, jotka tekevät normaaleja urheilutoimituksen työvuoroja, eli myös ilta- ja viikonloppuvuoroja. Kuusi esimiestä on pääosin tai kokonaan päivävuorossa, mikä tarkoittaa, että he eivät välttämättä ole paikalla urheilutoimittamisen kiireisimpinä aikoina, joita ovat juuri illat ja viikonloput. Suur tapahtumien, kuten olympialaisten aikaan, nämäkin esimiehet osallistuvat taittoon ja uutistyyöhön.

Itsekin urheilutoimituksen vuoroissa työskentelevät esimiehet pitävät päivittäiseen työhön osallistumista etuna.

- - siinä pysyy jotenkin tuntuma työhön paljon parempana kuin että sä istut vain kirjoituspöydän ääressä – sä käyt itse keikoilla välillä ja vähän irrottaudut siitä ja teet iltavuoroja, taitat sivuja. Sä tiedät, mitä tapahtuu ja mistä olet päättämässä, sitten kun teet päätöksiä. (3)

- - musta esimiehen täytyy tuntea se kenttänsä aika hyvin. Meillä se on tehty sillain, että me ollaan itse vuoroissa ja mukana tekemässä. Se on musta ehdoton edellytys sille, että pystyy toimimaan hyvänä esimiehenä. (8)

Moni esimies kertoo kaipaavansa kenttätöitä ja haluaisi ehtiä kirjoittaa enemmän. Takaisin asiantuntijatehtäviin kaipaaminen on Sipilän (1996, 66) mukaan tyypillistä asiantuntijaorganisaatioiden johtajille, onhan heillä itsellään asiantuntija- eli tässä tapauksessa toimittajatausta.

Osa urheilutoimitusten esimiehistä mainitsee työnkuvaansa kuuluvan hallinnollisten tehtävien, kuten osaston budjetin laatimisen ja maksuliikenteen hoitamisen. Kaikkien esimiesten vastuualueeseen budjetti ei kuitenkaan kuulu, sillä varsinkin suurissa toimituksissa hallinnollisia asioita hoitaa siihen nimetty esimies. Kahden haastateltavani tehtävänkuvaa kuuluvat myös televisioon tehtävät urheilu-uutiset.

Urheilutoimitusten esimiesten työtehtävät eivät eroa niistä, joita Penttilä (2001, 37–42) erottelee lehtien uutis- ja toimituspäälliköiden työtä koskevassa tutkielmassaan. Hänen mukaansa päälliköiden työt jakaantuvat uutisseurantaan ja suunnitteluun, sisäiseen ja ulkoiseen yhteydenpitoon, työnjakoon ja henkilöstön kehittämiseen sekä hallinnollisiin tehtäviin. Toimitusten keskijohdon ja urheilutoimitusten esimiesten työn vaatimukset kohtaavat uutisseurannan ja suunnittelun osalta. Samoin molempien työhön kuuluu viestintä toimituksen sisällä ja ulospäin esimerkiksi lukijoihin. Ainoastaan hallinnollisia tehtäviä urheilutoimitusten toiminnallisilla esimiehillä on uutis- ja toimituspäälliköitä vähemmän. Vastaavasti osastokohtaiset esimiehet osallistuvat kirjoittamiseen ja taittamiseen, mikä harvoin kuuluu keskijohdon tehtäviin. Urheilutoimituksen esimiehillä on päivittäin valtaa lehden sisällön valintaan, johon he vaikuttavat esimerkiksi toimituspäälliköitä enemmän. Urheilutoimitusten esimiehet siis vastaavat yhden osaston osalta varsin monenlaisista tehtävistä.

7.2 Ollako vai eikö olla johtaja?

Urheilutoimitusten esimiehet johtavat työksensä urheilutoimitusta. Edellä tuli ilmi, että urheilutoimituksen johtaminen kiteytyy vastuuseen linjanvedosta ja päätöksenteosta. Erityisasemasta suhteessa muihin urheilutoimittajiin kertovat työtehtävät, jotka ovat nimenomaan esimiehen vastuulla.

Esimiehet eivät kuitenkaan miellä itseään *johtajiksi*. Johtajuutta toteutetaan työssä, mutta tittelinä sitä vierastetaan. Tämä on tyypillistä asiantuntijaorganisaatioiden johtajille, jotka siirtyvät esimiehiksi asiantuntijoiden joukosta (Sipilä 1996, 58). Esimiehenä työskentelevä toimittaja saattaa edelleen pitää varsinaisena ammattinaan toimittajuutta ja kokea johtamisen sivutyöksi tai riesaksi, johon ei ainakaan pelkästään halua keskittyä.

Urheilutoimitusten esimiehille luonteva tapa kuvata työyhteisöään on nimetä se joukkueeksi, luovaksi yhteisöksi tai asiantuntijaorganisaatioksi. Yhteistä kaikille on se, ettei esimies koe voivansa kohottautua muiden yläpuolelle. Esimiesten tavassa ohjeistaa toimitustyötä ja puuttua alaistensa työhön on yksilöllisiä eroja. Tyypittelen aineistoni kymmenen esimiestä kolmeen esimiestyyppiin sen perusteella, miten he kuvailevat asemaansa, vastuutaan ja suhteitaan urheilutoimituksen muihin työntekijöihin. Esittelen seuraavaksi kolme aineistostani löytyvää esimiestyyppiä: *valmentajat*, *vastuunkantajat* ja *työn edellytysten järjestäjät*. Hyödynnän esimiestypologiaa arvioidessani esimiesten vaikutusta urheilujournalismin laatuun luvussa 9.

7.2.1 Valmentaja edellyttää joukkuepeliä

Valmentajiksi tyypittelemäni esimiehet määrittelevät toimituksen yhteisen tavoitteen ja keinot, joilla tavoitteeseen päästään. Toisin sanoen he tekevät oman osastonsa ja koko toimituksen tiedettäväksi linjan, jonka mukaan urheiluosasto tekee aihevalinnat ja jonka mukaisia lukijoita se tavoittelee. Valmentaja-esimiehet odottavat joukkueeltaan, urheilutoimittajilta, itseohjautuvuutta eli juttuaiheiden ideointia ja näkökulmien etsimistä ilman, että esimiehen on annettava ne valmiina. He pitävät toimitusta luovana yhteisönä, jossa käskyttäminen ei toimi.

Me ollaan valittu sellaista porukkaa, että ne innolla tekee sitä hommaa. Se on myös henkikysymys tällainen into, sen pystyy myös tappamaan aika helposti luovassa yhteisössä, jos sä rupeat käskyttämään ihmisiä. (3)

- - toimittajan ammatti on kuitenkin aika boheemi ammatti ja luova ammatti. Luovan ihmisen pitää saada itse ideoida, että tästä tulee hyvä, pitää saada se oma innostus aiheeseen. Jos se tulee itseltä se idea ja aihe, sitä lähtee paremmin toteuttamaan kuin jos joku sanoo, että tee tästä juttu, soita tolle. (4)

Valmentajat kuvailevat työtään johtamisen sijaan organisoinniksi, neuvotteluksi, motivoinniksi ja ihmissuhteiden ylläpitämiseksi. He johtavat mieluummin taustalta kuin korostavat esimiesasemaansa. He arvostavat tasa-arvoista työyhteisöä, jossa jokaisen työpanos on tärkeä.

Mä pyrin siihen, että se [esimiesasema] ei näkyisi kauheasti mitenkään. Kyllä mä pyrin oman ruutuni siinä arjen työssä tekemään ihan samalla tavalla kuin muutkin - -. (2)

Valmentajille onkin yhteistä, että he osallistuvat toimitustyöhön – osa kirjoittaa päivittäin, osa muilta tehtäviltä ehtiessään. Esimiesasema näkyy, kun valmentajan on tehtävä uutisvalintoja, perusteltava ratkaisuja toimitusorganisaation ylemmille tahoille tai esimerkiksi vastattava lukijapalautteeseen. Esimiehet tiedostavat vastuunsa ja kantavat sen mutta perustelevat johtamistyyliään muun muassa työssä viihtymiseen liittyvillä seikoilla. Heidän työskentelyssään korostuu Sipilän (1996, 84) nimeämä asiantuntijaorganisaation ”producing managerin” eli suorittavan johtajan rooli. He johtavat esimerkillään ja saavat muut paneutumaan työhönsä, koska itse paneutuvat.

Pyrin olemaan ihan samalla tasolla kaikkien muitten urheilutoimittajien kanssa, mutta joissakin asioissa on sitten tehtävä päätöksiä. Että sillä tavalla on pakko johtaakin osastoa, mutta mieluummin sillä tavalla, että ne [päätökset] tehdään kollektiivisesti. (7)

SV: Minkä takia?

Kyllä se pitää ilmapiirin parempana. (7)

Valmentajat tuntevat joukkueensa eli työtoverinsa hyvin usean vuoden ajalta. Valmentajille on tärkeää, ettei joukkueen yhteishenki pääse rakoilemaan, sillä se vaikuttaa työn laatuun. He ovat ymmärtäneet Sipilänkin (emt., 41) tähdentämän seikan, että asiantuntijoita motivoi työssään hyvä ilmapiiri ja osaavat kollegat.

Se on niin kuin valmentajan asia ottaa selvää, mikä siinä on, kenen kengät on väärin jalassa, kun eihän sitä heti tulla sanomaan. Se pitää vain yrittää löytää ratkaisu sitten, jos näkee, että joku hiertää. (4)

Valmentaja-esimiehiä on aineistossani viisi, eli puolet haastateltavistani. Heidän toimituksensa koko vaihtelee viidestä neljääntoista henkilöön, ja he ovat johtaneet toimitustaan alle vuodesta kahdeksaan vuoteen. Neljä viidestä valmentajaksi tyypittelemästani esimiehestä johtaa urheilutoimitusta, josta on 15–25 vuotta sitten saanut ensimmäisen vakituisen työpaikkansa. Valmentaja-esimiehet eivät ole uransa aikana työskennelleet muiden osastojen kuin urheiluosaston esimiehinä. Siksi he ovat omaksuneet urheilutoimituksille tyypillisimmän johtamistavan, vertaistensa johtamisen taka-alalla

pysytellen. Tämä ei tarkoita, etteivätkö he olisi muokanneet työtapojaan, sillä valmentajatyyppejä ei suinkaan edusta pysähtynyttä urheilutoimittamista.

7.2.2 Vastuunkantajalla on voimakas visio

Vastuunkantajiksi nimeämäni esimiestyyppi pitää johtamista oleellisena osana työnkuvaansa. Myös nämä esimiehet ovat määritelleet toimituksen linjan, mutta vastuunkantajat puuttuvat päivittäiseen toimitustyöhön valmentajia herkemmin. Tyyppin nimen mukaisesti he kantavat vastuun siitä, että heidän haluamansa linja toteutuu. Siinä missä valmentaja odottaa urheilutoimittajilta itsenäistä ideointia näkökulmien suhteen, vastuunkantaja ei epäröi tuoda julki omaa käsitystään juttuun sopivasta näkökulmasta. Vastuunkantajalla on voimakas näkemys siitä, mihin suuntaan toimitusta pitää kehittää, eikä hän halua määrittelemästään linjasta poikettavan.

Aika paljon annan juttuaiheita ja työmääräyksiä. - - tietysti jokainen toimittaja saa palautetta jutuistaan, mutta kyllä mä kannan vastuun siitä, mitä on tehty ja miten on tehty. (8)

Vastuunkantaja ei häivytä esimiesasemaansa, kuten valmentaja, mutta ei myöskään korosta sitä. Vastuunkantajat ovat omaksuneet roolin, jossa he johtavat sisäistetyn strategian avulla: he ovat määritelleet selkeän linjan, jonka avulla toimittajat ohjaavat omaa työskentelyään.

Kyllähän tää lehden tekeminen on myös toisaalta sellainen kone, että ei mun tarvii koko ajan mennä pätemään, että tehkää nyt hyvä lehti. Kyllä ne sen tekee muutenkin. (6)

Vastuunkantajan johtamistyyllissä näkyy eniten rooli, jota Sipilä (1996, 74–76) nimittää *strategisen johtajan* rooliksi. Toimittajien johtamisessa tämä toimii hyvin, sillä se vähentää tarvetta suorien ohjeiden antamiseen, jota toimittajien voi olla vaikea ottaa vastaan.

Urheilutoimittamiseen liittyvissä erikoistapauksissa, kuten arvokisojen aikana, urheilussa paljastuvissa väärinkäytöksissä tai lehden/urheilutoimituksen uudistuessa vastuunkantaja-johtaja astuu tavallista selkeämmin esiin.

Mitä erikoisempaan tilanteeseen tullaan, sitä enemmän ihmiset kaipaa johtamista. - - Jos tää juna nitisee eteenpäin, sen kus nitisee, mä voin istua täällä takapenkissä, mutta sinne etupenkkiin voi mennä silloin, jos se yhteisö tietää ja tuntee, että se tarvii jonkun. (6)

Vastuunkantaja-esimiehiä on aineistossani kaksi. Toinen johtaa viiden, toinen 21 hengen toimitusta. Aineistoni vastuunkantaja-esimiehillä on työkokemusta myös muualta kuin urheilutoimituksesta. Toisella heistä on myös esimieskokemusta toiselta osastolta. He ottavat esimiehinä näkyvämmän roolin kuin valmentajat, mikä voi johtua juuri monipuolisemmasta esimieskokemuksesta.

7.2.3 Työn edellytysten järjestäjä tukee asiantuntijoita

Työn edellytysten järjestäjiksi tyypittämäni esimiehet ovat uutis- ja toimituspäälliköitä. Valmentaja- ja vastuunkantajatyyppeihin verrattuna he katsovat urheilutoimitusta ulkoapäin, sillä he eivät työskentele urheilutoimittajina muiden joukossa. Suhde urheilutoimittajiin on etäisempi kuin toimituksissa, joissa on osastokohtainen esimies.

- - fyysisestikin istun eri paikassa elikä en kuulu osaston vahvuuteen eikä minun toimenkuvani ole olla ikään kuin osaston edustaja lehden johdossa vaan päinvastoin. (1)

Myös tämä esimiestyyppi vaikuttaa urheilusivujen sisältöön ideoimalla aiheita ja jakamalla töitä. Toimituksen työnjaosta riippuen tähän tyyppiin kuuluva esimies puuttuu urheilutoimituksen työn jälkeen joko osallistumalla itsekin juttujen editointiin tai puuttumalla vain suuriin linjoihin. Esimies on omaksunut Sipilän (1996, 93) *puitteiden luojaksi* nimeämän roolin.

- - mun mielestä urheilutoimitus on niin kun asiantuntijaorganisaatio toimituksissa. Ehkä urheilu- ja taloustoimitus on pisimmillään. Ei mulla ole resursseja arvioida formulatoimittajan kirjoituksia, että nyt sä kirjoitit väärin, vaan kyllä se on sitä, että pyrkii kannustamaan ja tuomaan näiden lajiensa asiantuntijoiden osaamisen esiin ja järjestää edellytyksen siihen, että he pystyy työskentelemään. (9)

Työn edellytyksillä kyseinen esimies tarkoittaa esimerkiksi sitä, että toimittajien työvälineet ovat kunnossa ja työmatkat hyvin järjestetty. Tällöin toimittajilla on hyvät olosuhteet tehdä työnsä mahdollisimman hyvin, mikä vaikuttaa työssä viihtymiseen. Työvälineiden taso ei ole asiantuntijoille yhdentekevä asia, vaan osoitus arvostuksesta ja kannuste onnistumisiin (emt., 40).

Vastuunkantajiksi tyypittelen kolme esimiestä aineistostani. Heidän urheilutoimituksissaan työskentelee viidestä yhdeksään toimittajaa. Työn edellytysten järjestäjä -tyyppiä edustavilla esimiehillä on runsaasti esimieskokemusta muualtakin kuin urheilutoimituksesta. He ovat toimitusorganisaatiossa valmentajia ja vastuunkantajia korkeammalla, mikä vaikuttaa heidän rooliinsa työyhteisössä.

7.3 Urheilujournalistisesta johtamiskulttuurista

Johtaja, joka ei koe itseään johtajaksi – kuulostaa äkkiseltään ristiriitaiselta. Voi olla, että sana johtaja ei istu suurimman osan urheilutoimitusten esimiehistä suuhun siksi, että se ei sellaisenaan kuulu toimitusorganisaatioon. Toimituksia luotsaavat esimiehet ja päälliköt – eivät johtajat.

Autoritäärisesti matalan tason johtamisen – vähäisen puuttumisen käytännön työhön – suosiota urheilutoimitusten esimiesten keskuudessa selittää urheilujournalistinen kulttuuri. Urheilutoimitus on hyvin itsenäinen toimitus. Urheilutoimittajat ovat tottuneet ideoimaan, kirjoittamaan, otsikoimaan ja taittamaan juttunsa itse ja tekemään ”listavuoroja”, joissa hallitsevat sivujen teon kokonaisuutta. Tämä tekee toimituksen johtamisesta omanlaistaan, vaikka esimiesten tehtävät sinänsä vastaisivat toimituksen muiden osastojen esimiesten tehtäviä.

Kuvittelisin, että tämä pätee aika moneen urheilutoimitukseen, että siellä tehdään enemmän yhteistä lehteä kuin sitä omaa juttua. Koska urheilutoimitukset hirveän usein taittaa lehden, ne ymmärtää lehden rakenteen paljon paremmin kuin joku kotimaan toimitus, jossa se toimittaja ajattelee sitä yhtä juttua. - - se [urheilutoimitus] on niin itsenäinen, jonka takia sen johtaminen on helpompaa. (6)

Edellinen sitaatti kuvaa hyvin urheilutoimitusta asiantuntijasaarekkeena lehtitalon organisaatiossa. Urheilutoimitusta ei tarvitse johtaa, koska se toimii muutenkin. Kaikki aineistoni esimiehet ovat itse työskennelleet urheilutoimittajina, joten heillä on kokemusta paitsi käytännön työstä myös erilaisista urheilutoimituksen esimiehistä. Kokemus urheilutoimituksessa työskentelystä vaikuttaa heidän rooliinsa esimiehenä. Urheilutoimituksen esimiesten rooliin vaikuttavat esimiehen työtausta, esimieskokemuksen määrä, esimiehen asema toimitusorganisaatiossa sekä ennen kaikkea urheilujournalistinen kulttuuri.

Tosiasia on kuitenkin, että kaikkia organisaatioita täytyy johtaa. Järvinen (2005, 22–23) painottaa, että vaikka esimiestehtävän ja -aseman arvostus on heikentynyt, johtamisen merkitys kovenevassa kilpailussa on yrityksen menestyksen kannalta tullut entistä tärkeämmäksi. Esimies on työyhteisössä roolissa, jossa hän katsoo toimintaa organisaation kokonaisuudesta käsin ja edustaa työnantajan intressejä. Yksittäiset työntekijät taas tarkastelevat työpaikan asioita usein melko kapeasta näkökulmasta ja ennen kaikkea omista henkilökohtaisista näkökulmistaan.

Urheilutoimitukselle on tyypillistä, että siellä työskentelee luovia ihmisiä, joihin käskyttävä ja hierarkkinen johtaminen ei toimi. Johtaminen on palveluammatti, jossa esimies ohjaa alaistensa parhaan osaamisen yrityksen käyttöön. Aineistoni esimiehet ovat eri vaiheessa asiantuntijoiden johtajana kehittymisessä. Hyvä esimerkki oivaltavasta asiantuntijoiden johtamisesta on esimies, jonka olen tyypitellyt työn edellytysten järjestäjäksi.

SV: Koetko nyt vaikuttavasi laatuun tyydyttävällä tavalla, vai haluaisitko pystyä tekemään muutakin?

Kyllä varmaan tyydyttävällä tavalla, mutta haluan tietenkin kohentaa koko ajan omaa näkemystäni. Koska en minä nyt koe olevani mikään guru neuvomaan jokaiselle, miten pitää kirjoittaa, koska ideaalitilannehan on se, että meidän toimittajamme osaisi kirjoittaa paljon paremmin kuin minä, koska muutenhan mä olen tavallaan vähän väärässä tehtävässä. (1)

Mm. Järvisen (2000, 28) mukaan asiantuntijoiden johtamiselle on haaste, että työntekijä usein hallitsee työn sisällöllisesti ja menetelmällisesti esimiestään paremmin.

Penttilän tutkimien sanomalehtien päälliköiden mielestä ihmissuhdetoiminta oli vähintään yhtä tärkeää kuin tehtäväsuuntautunutkin. Päälliköiden mielestä yksi heidän tärkeimmistä tehtävistään oli työpaikan ilmapiiristä huolehtiminen. (Penttilä 2001, 89.) Haastattelemani esimiehet kertoivat samaa.

Urheilutoimitusten esimiehet tuntuvat kiinnittävän huomiota hyvään työilmapiiriin ja erilaisten ihmisten yhteisön johtamiseen – koska se näkyy urheilujournalismin laadussa.

8 Sanomalehden urheilujournalismin tehtävät

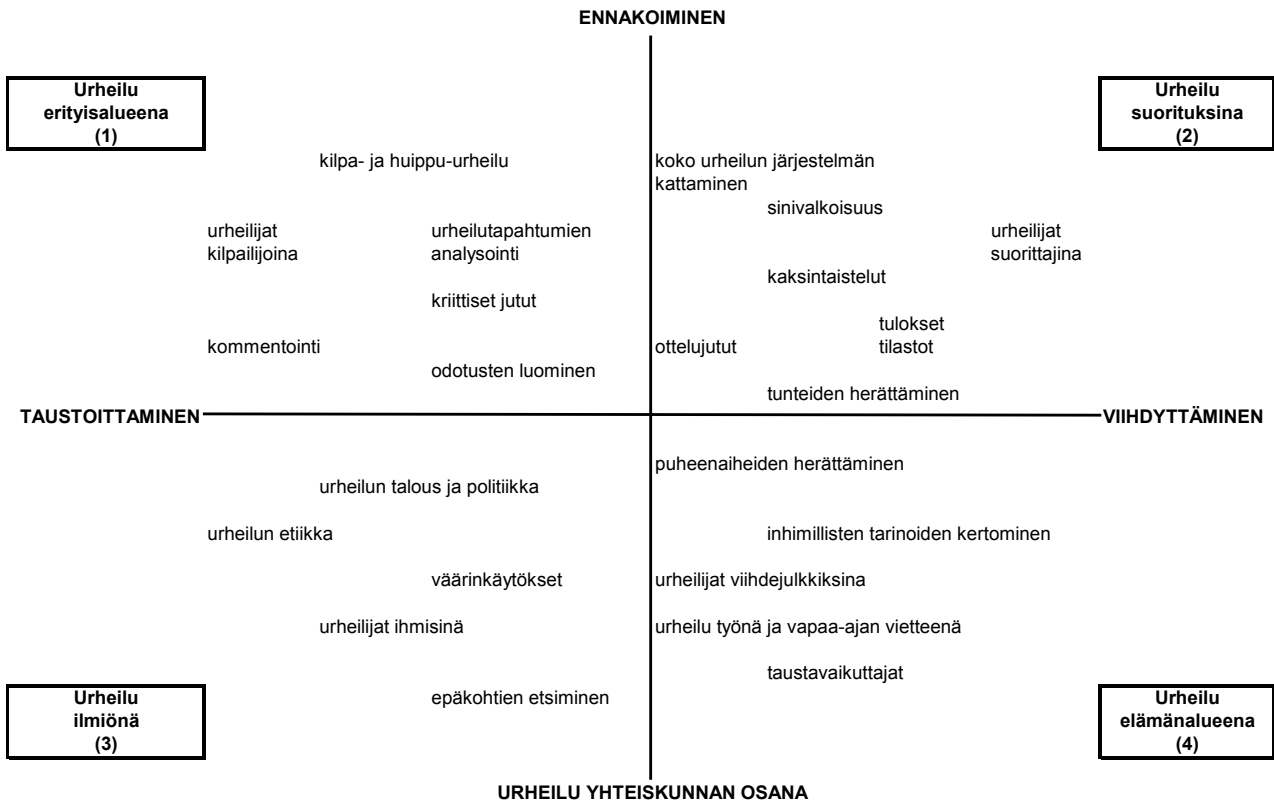
Tässä luvussa esittämäni tulokset perustuvat urheilutoimitusten esimiesten määritelmiin urheilujournalismista. Teemahaastattelussa haastateltava on merkityksiä luova osapuoli, joten pyysin esimiehiä kertomaan, mitä urheilujournalismi heidän mielestään on. Aineistostani tarkastelen sitä, mitä esimiehet sanovat, mutta myös sitä, millaisia sanavalintoja ja vertauksia he puheessaan käyttävät. Näkökulmani on tarkastella esimiesten tekemiä urheilujournalismin liittyviä kulttuurisia jaotteluja, sillä jaottelut kertovat esimiesten tavasta jäsentää urheilua, journalismia ja urheilujournalismin yleisöä. Kulttuuristen jäsenysten analyysissä eritellään, millaisia erontekoa ja luokituksia teksti (tässä tapauksessa haastatteluaineisto) sisältää, eli miten se jäsentää maailmaa. Kulttuurisia jäsenyksiä etsiessään tutkija ei luokittele aineistoaan, vaan etsii siitä haastateltavien tekemiä luokituksia. (Alasuutari 1995, 115–117.)

Esimiesten puheesta erottuu neljä näkökulmaa urheilujournalismin määrittelyyn. Esimiehet määrittelevät urheilujournalismin sen avulla, millaisia aiheita tämä journalismin laji kattaa, miten urheilujournalismi asettuu akselilla viihde–uutisjournalismi ja millaisia lukijoita se tavoittelee. Näiden perusteella esimiehet määrittelevät sanomalehden urheilujournalismille neljä päätehtävää:

- urheiluun liittyvien tapahtumien ennakoiminen
- urheiluilmiöiden taustoittaminen
- lukijoiden viihdyttäminen
- urheilun tuominen esiin osana yhteiskuntaa

Esitän empiiriseen aineistooni perustuvat urheilujournalismin tehtävät kuviossa 1.

Kuvio 1 Urheilujournalismin neljä tehtävää



Urheilujournalismin neljä tehtävää kietoutuvat toisiinsa, ja niistä suoriutuakseen urheilutoimittajien on katsottava urheilua useasta näkökulmasta. Neljä esimiesten määrittelemää tehtävää muodostavat kuviossa neljä akselia, joiden välisille sektoreille sijoitan juttuaiheet, jotka esimiehet näkevät urheilujournalismin sisällöksi. Jako ei ole ehdoton, vaan sen pitääkin elää. Esimerkiksi taustajuttu (sektorissa 1) voi olla viihdyttävä, ja viihdeellisetkin jutut (sektorissa 4) täytyy tehdä asiantuntevasti.

8.1 Urheilujournalismi välittää asiantuntemusta

Urheilua erityisosaamisen alueena käsittelevät jutut (kuvion sektori 1) liittyvät urheilutapahtumiin ja niiden ennakointiin, uutisointiin ja taustoittamiseen. Juttuaiheet keskittyvät huippu- ja kilpaurheiluun ja liittyvät tapahtumiin ja henkilöihin. Tällä alueella urheilutoimittajien esimiehet odottavat toimittajilta urheilun asiantuntemusta ja analysointi- sekä kommentointikykyä. Uusien urheilulajien synty ja muutokset urheilutoimittajien asetettavassa lajien hierarkiassa näkyvät tällä urheilutapahtumia käsittelevällä sektorilla ensimmäisenä. Esimiehet arvostavat sitä, että urheilutoimittajat reagoivat uusiin lajeihin ja kasvattavat asiantuntemustaan riippumatta siitä, pitävätkö itse uusia lajeja kiinnostavina.

Urheilutapahtumien ja urheilijoiden edesottamuksien ennakoiminen on paitsi urheilujournalismin perinteen myös viestintien välisen kilpailun sanelema tehtävä. Televisio, tekstitelevisio, radio ja internet välittävät urheilu-uutisia ympäri vuorokauden. Kun sanomalehti aamulla ilmestyy, lukijalla on jo ollut mahdollisuus saada kaikki edellisen vuorokauden urheilutulokset tietoonsa. Sanomalehtien urheilutoimitusten esimiehet korostavat, että sanomalehti ei voi tyytyä toistamaan tuloksia ja selostamaan tapahtumia.

Entistä enemmän kiinnostaa se, mitä tapahtuu seuraavaksi, millainen ennakointi, asioiden seurausten kertominen ja tulkinta ja analyysi ja sitten vähän toiselta puolelta tällainen tunteen, emotion tuominen sinne lehden sivuille. Toteaminen ei riitä enää. (1)

Urheilutapahtumien seurausten ennakointi vaatii toimittajilta urheilun asiantuntijuutta, kuten lajien, sarjajärjestelmien ja seurojen sekä urheilijoiden tuntemusta. Jotta tulevia tapahtumia voi ennakoida ja odotuksia luoda, urheilutapahtumat on kyettävä ensin analysoimaan. Analysoinnilla esimiehet tarkoittavat sitä, ettei urheilujournalismi kerro ainoastaan sitä, mitä tapahtui, vaan erittelee syyt, miksi tapahtui.

Ottelustakaan ei kerrota [ainoastaan] sitä, kumpi voitti, vaan kerrotaan miksi voitti, tai sitten pureudutaan johonkin, että jos se kaatui huonoon maalivahtipeliin tai huonoon valmennukseen, valmentaja ei reagoinut pelin tapahtumiin, niin tuodaan selkeä näkemys. (9)

8.2 Urheilujournalismi luo odotuksia

Urheilua suorituskeskeisestä näkökulmasta käsittelevä journalismi (kuvion sektori 2) on sisällöltään ennakoivaa ja viihteellistä. Aiheet kattavat huippu-, kilpa- ja satunnaisesti kuntourheilun.

Suorituskeskeinen näkökulma luo odotuksia ja herättää tunteita, koska se keskittyy useimmiten suomalaisurheilijoihin. Ennen suuria urheilutapahtumia sanomalehdet tuovat yleisön tietoon, miten urheilijoiden valmistautuminen ja kunnon ajoittaminen on onnistunut. Jutut tiedottavat tulevasta urheilutapahtumasta ja virittävät lukijat sellaiseen tunnelmaan, jonka tapahtumassa ennakoidaan suomalaisten osalta vallitsevan. Ennakointiin kuuluu myös kaksintaisteluparien etsiminen ja esittely sekä esimerkiksi joukkuelajeissa (tulevien) otteluiden taktisten kuvioiden avaaminen lukijoille. Sanomalehtien urheilujournalismi parantaa kilpailuasemaansa sähköisten viestintien rinnalla ohjaamalla lukijoiden huomiota asioihin, joiden kertomisessa etu on sanomalehdellä. Sanomalehden urheilutoimittajat analysoivat kilpailua etukäteen, mikä auttaa lukijoita seuraamaan kyseistä kilpailua televisiosta. Vaikka sanomalehti ei ole yhtä nopea kanava kuin sähköiset viestimet, sanomalehdellä on

ilmaisuvoimaa. Sanomalehden artikkeliin, kuvaan tai graafiseen esitykseen lukija voi palata yhä uudelleen esimerkiksi olympialaisia seuratessaan.

Sitten kun ne olympiakisat on päällä, päivälehti jää televisiolle toiseksi. On vaikea olympiakisojen aikana löytää niin vahvoja juttuja, että ihmisillä riittäisi esimerkiksi se, että ne lukee sitä lehteä. Pakko tunnustaa, että olympiakisojen aikana seurataan televisiosta. Kaikki se ennakkojuttu on sitä hedelmällistä aikaa. (4)

Osa aineistoni esimiehistä luokittelee urheilujournalismin viihdejournalismin alalajiksi. Koska urheilun seuraaminen penkkiurheilijana on viihdettä, myös urheilusta tuotettu sisältö on viihdettä.

-- urheilujournalismi on niin kuin urheilun jatke. Niitä on vaikea kuvitella toista ilman toista. Urheilu ei olisi tällainen bisnes, ellei olisi urheilujournalismia, ja ei urheilujournalismi olisi näin laaja, sanotaanko että jossain mielessä käsittämättömän laaja – en oikein ymmärrä, miksi tätä urheilua näin paljon pitää olla – eihän tää olisi näin laaja, ellei sillä olisi joku tällainen viihhteellinen tilaus. (6)

Vaikka esimiehet eivät pitäisikään urheilujournalismia viihteen lajina, he tietävät, että urheilujournalismin sisällön on oltava viihdyttävää. Esimerkiksi toteava urheiluselostaminen ei sellaista ole. Se, että urheiluun sisältyy esimiesten mielestä viihdettä, ei sulje pois urheiluun sisältyvää politiikkaa ja taloutta, mutta urheilujournalismin viihdyttämistehtävää täytettäessä näkökulma on tietoisesti viihhteellinen.

Koska urheilusuorituksia käsittelevällä sektorilla kerrotaan urheilutapahtumista, aiheet toistuvat samankaltaisina ja materiaali on tuloskeskeistä. Sanomalehden levikkialueella saattaa olla jopa kymmenen eri lajien pääsarjajoukkuetta ja useita yksilölajeissa korkealla tasolla kilpailevia urheilijoita. Juuri ottelu- ja kilpailuselostuksiin urheilutoimitusten esimiehet kaipaavat kipeimmin uusia näkökulmia. Urheilutapahtumia ei voi katsoa pelkästään suorituskeskeisestä näkökulmasta, vaan otteluselostuksiin on otettava aineksia muiltakin urheilujournalismin sektoreilta.

Vielä 20 vuotta sitten urheilussa tupattiin selostamaan kaikki – kaikki mikä liikkui, selostettiin. Se ei ole nykyaikaista enää. Kyllähän monesti matsijutut tehdään henkilöiden kautta ja niiden tekijöitten kautta, jotka siellä on ollut, eikä pelkästään selosteta sitä, että missä ajassa mitään tapahtui. (5)

Sen sijaan, että toimittajat selostaisivat tapahtuman, esimiehet haluavat heidän löytävän tapahtumasta mielenkiintoisen henkilön, ilmiön tai puheenaiheen, josta kirjoitetun jutun lukevat sekä tapahtumassa olleet ihmiset että ne, jotka saavat tietää tapahtumasta vasta lehden välityksellä.

Urheilussa pitäisi pystyä kertomaan tarina. Maailma on täynnä tarinoita, ja urheilussahan niitä riittää. (5)

Tarinankerronnan tunkeutuminen urheiluselostusten alueelle on hyvä esimerkki urheilujournalismin laatuvaatimuksista. Aineistoni esimiehet tiedostavat otteluselosteiden problematiikan mutta ovat puuttuneet siihen vaihtelevalla voimakkuudella. Osa toivoo muutoksen tapahtuvan, osa käynnistää muutoksen itse.

Mähän sanoin silloin alkuvaiheessa toimittajille, että mä en halua lukea sellaista juttua, että selostetaan maali maalilta tai juoksu juoksulta, että jos et pysty tekemään sellaista, älä tee ollenkaan. -- Osa koki sen haasteena, osa koki semmosena rasisiteena, että meillä meni avustajakunta uusiksi tän takia. (8)

Urheiluselostamiseen ei ole vaivatonta keksiä uusia näkökulmia, eikä esimiehillä ole reseptiä, joka tuottaisi laadukkaita ottelujuttuja. Itsekin kirjoittavan esimiehen kommentti kuvaa perinteisestä selostamisesta irrottautumisen haastavuutta:

-- ottelua ei kannata ruveta selostamaan ennen kuin pelataan mitaleista tai putoamisesta tai jostakin muusta merkittävästä jutusta. Sitä ennen pitäisi keksiä aina joku muu koukku, mutta en mä itsekään sitä aina keksi. Menen hallille ja mulla on pää tyhjä ja sit mä mietin, et mä niin kun esitän tällaista ja vaadin muilta, ja sit mä en keksinyt itse mitään. (3)

8.3 Urheilujournalismi kertoo urheilusta yhteiskunnan osana

Urheilua ja urheilijoita yhteiskunnan osana tarkasteleva näkökulma (kuvion sektori 3) taustoittaa urheilua ilmiönä. Tällä alueella urheilujournalismi ei korosta urheilua suorittamisena eikä urheilijoita suorittajina. Ilmiönäkökulman osalta esimiehet odottavat toimittajien ideoivan aiheita urheilun taloudesta, politiikasta ja toimijoista.

-- mua henkilökohtaisesti ei kiinnosta, miten joku joukkue pärjää, siis maakunnallisesti, kansallisesti tai kansainvälisesti, ottelun tuloksilla ei ole merkitystä. Mutta mua kiinnostaa se, mikä asema urheilulla on yhteiskunnassa, miten urheilu voi vaikuttaa siihen yhteiskunnan arkeen. (8)

Urheilun ja urheilijoiden näkeminen osaksi yhteiskuntaa – ei yhden erityisryhmän harjoittamaksi toiminnaksi, jonka seuraamisesta toinen erityisryhmä on kiinnostunut – laajentaa näkökulmaa urheiluun. Esimiehet haluavat laajentaa näkökulmaa niin toimittajien, yleisön kuin urheilussa toimivienkin osalta. Taustoittava näkökulma tuo urheilijat esiin ihmisinä ja urheilun heidän työhönsä ja ammattinaan.

-- ei haeta aiheita pelkästään urheilusta sinänsä, vaan urheilija on ihan tavallinen ihminen monesti, ja lähestytään ehkä sen harrastusten kautta tai sen perheen kautta tai elämän kautta tai sen opiskelujen kautta tai jos sillä urheilijalla on työ, niin työn kautta, eikä pelkästään urheilun kautta. (5)

Taustoittavissa jutuissa ei keskitytä ainoastaan urheilijoihin, vaan myös muihin urheilun parissa vaikuttaviin henkilöihin.

-- jos mieltii palloilujuttuja, niin mua häiritsi se, että kun kausi oli ohi, tiedettiin kyllä, miten ottelut oli pelattu mutta ei tiedetty, ketä on ne ihmiset, jotka pelaa siellä. Sen takia mä halusin enemmän henkilöhaastatteluja, henkilökuvia pelaajista ja taustatoimijoista, rahoittajista, valmentajista, talkooporukasta eli semmosta inhimillisempää käsittelytapaa. (8)

Taustajuttujen aiheisiin kuuluu muun muassa urheilun talous, josta kirjoittaminen on esimiesten mukaan lisääntynyt viime vuosikymmenten aikana.

Se johtuu paljon siitä, että urheilusta sinällään on tullut ammattimaista toimintaa. Puhutaan urheilijoiden veroista ja varoista ja kaikista näistä, mistä ehkä sanotaan vielä 10 vuotta sitten ei ollut niin... ei välttämättä ollut sellaisia urheilijoita, joista olisi ollut niin kiinnostavia tietoja – tai ainakaan 20 vuotta sitten. (5)

-- kyllähän urheilussa rahan merkitys on kasvanut hirveästi. Valtavien rahavirtojen liittyminen on tuonut myös selkeitä ongelmia urheiluun. Elikkä rahahan selittää hyvin pitkälti tällaista dopingkäyttämistä ja nyt on ollut näitä sopupelejä, ja [jalkapalloilun] lahjusskandaali on viimeisin. On pyritty tuomaan tällaisia asioita esille. (7)

8.4 Urheilujournalismi viihdyttää

Urheilua elämänaikana katsovasta näkökulmasta (kuvion sektori 4) urheilua käsitellään sekä ihmisten vapaa-aikaan kuuluvana harrastuksena että ammattiuurheilijoiden työnä. Aiheisiin kuuluvat niin huippu-urheilu, kilpaurheilu, kuntourheilu kuin junioriuurheilukin. Tällä aihealueella näkökulma urheiluun on kuvion sektoreista laajin, joten aihepiirejä ei rajoita urheilun rajojen määrittely tai oman levikkialueen kattaminen, kuten kuvion kahdella ensimmäisellä sektorilla.

Koska ei ole olennaista se, niin kuin ainakin ennen vanhaan meidän lehdessä on ollut, että onko tämä urheilua vai ei. -- Olennainen kysymys on, että onko tämä niin kiinnostavaa, että tästä aiheesta kannattaa kirjoittaa. (1)

Urheilun näkeminen osana yhteiskuntaa viihteellisenä ajanvietteenä ei ole asiapitoisuuden vastakohta, vaan näkyy käsittelytavan keveytenä.

Ja kyllähän vakavastakin aiheesta, jos on taitava kirjoittaja, voi kirjoittaa kevyesti ja niin, että juttu kulkee itsestään loppuun, vaikka siinä on asiaakin. Samaten kuvavalintahan voi olla humoristinen, ja se kokonaisilmaisu, osoittaa ettei urheilu ole maailman vakavin asia, vaan se on myös teatteria. (5)

Urheilijat nähdään viihdejulkiksina, joista yleisö haluaa tietää muutakin kuin tilastolliset faktat.

Meiltähän puuttuu Suomesta sellainen niin sanottu tähtikultti, mikä on Italiassa, Ranskassa, Englannissa, oikeastaan Keski-Euroopassa ja Jenkeissäkin vallalla. Musta tätä voisi vähän nostaa meilläkin. Tehdä enemmän, personoida tätä urheilujournalismia tietyllä tapaa tekijöihin.
(8)

Esimiehet eivät siis pidä viihdettä, tähtikulttuurista tai pientä glamouria urheilusivuille sopimattomana. He eivät aseta tiukkoja rajoja sille, mistä aiheista urheilujournalismia voi tehdä. Tämä poikkeaa Koljosen (2000, 6) näkemyksestä, että tulosurheilu jää säännönmukaisesti viihteen jalkoihin urheilujournalismissa. Esimiehet katsovat viihteellisen ja kepeän otteen peilautuvan urheilun luonteesta. Viihteelliselle otteelle on runsaasti tilaa urheilujournalismissa, mutta kaikkiin urheiluaiheisiin se ei sovi.

8.5 Kriittisyys normina ja haasteena

Esimiesten mukaan urheiluun on tullut entistä enemmän piirteitä, joista voi ja pitää kirjoittaa kriittisesti. He ottavat kriittisyyden esiin erityisesti sellaisten juttuaiheiden yhteydessä, jotka eivät nouse itse urheilusuorituksista, vaan nimenomaan urheilusta ilmiönä. Erityisesti urheilussa liikkuvan rahan nähdään aiheuttaneen ongelmia, kuten sopupelejä, lahjusskandaaleja ja dopingin käyttöä. Kriittisyys näyttäytyy aineistossani sekä urheilujournalismin normina että haasteena. Normatiivisuus liittyy journalismin perustehtäviksi nähtäviin valppauteen, valvomiseen ja tiedottamiseen. Haasteelliseksi kriittisen lähestymistavan tekevät urheilujournalismin perinne sekä kriittisyyttä vaativien aihealueiden kytkeytyminen urheilujournalismista riippumattomiin tahoihin, kuten lakiin. Juristit ovat urheilujournalismissa uusi toimijaryhmä, jonka Lahden MM-hiihtojen dopingtapaukset toivat rytinällä esiin (Virtapohja 2002, 95).

Esimiehet ovat tietoisia urheilujournalismin historiallisista rasitteista, mikä tulee esiin heidän peilattaessaan 2000-luvun urheilujournalismia oman uransa alkuvaiheisiin eli 1980-lukuun. Historialliseksi rasitteeksi uskallan kutsua esimerkiksi urheilujournalismin pitämistä epäkriittisenä, sillä urheilujournalismi ei näyttäydy sellaisena aineistossani.

Normatiivisiksi luen esimiesten ilmaisemat käsitykset siitä, että journalismin kuuluu olla kriittistä, on journalismin *moraalin* mukaista olla kriittinen ja että journalismin *tehtävä* on olla kriittinen. Alasuutarin (1995, 224–228) mukaan ilmaukset siitä, miten joku asia pitää tehdä tai miten se on moraalista tehdä, ovat merkkejä normin läsnäolosta. Normien esille ottaminen on merkki ristiriidasta sen välillä, miten asiat ovat ja miten niiden yksilön mielestä pitäisi olla. Normeja noudatetaan usein

kiinnittämättä siihen erityistä huomiota, mutta huomio normeihin kiinnittyy silloin, kun sosiaalista järjestystä ylläpitävistä rutiineista on poikettu. (Emt., 225; Alasuutari 2004, 50–51.)

Määritellessään urheilujournalismia ja toimituksensa linjaa esimiehet käyttävät käsitteitä analyttisyys ja kriittisyys. Analyttisyydellä he tarkoittavat miksi-kysymyksiä tekemistä ja niihin vastaamista. Kriittisyys tarkoittaa sellaisten asioiden esiin tuomista ja käsittelyä, joita ei tavalla tai toisella voi pitää yleisesti hyväksyttävänä. Ne ovat joko lain- tai moraalinvastaisia tai yleisesti hyväksytyjen käyttäytymiskoodien vastaisia. Esimiehet pitävät urheilun kielteisinä ilmiöinä esimerkiksi dopingia, vilppiä, talousotkuja ja joissakin lajeissa niihin kuulumattomana ilmenevää väkivaltaa.

Tietysti [urheilun] lieveilmiöt meitä kiinnostaa, koska ne on puheenaiheita, ja totta kai meillä on se journalistinen tehtävä siinä, että epäkohdat on kiinnostavia; jos maailmassa on vikaa, journalismin kuuluu kertoa siitä. (6)

Esimiehet näkevät urheilujournalismilla useita tehtäviä, joita pidetään normatiivisina journalismille sen erityisalasta riippumatta. Yksi tehtävistä on tarttua epäkohtiin, joista urheilua seuraavan yleisön pidetään tarpeellisenä tietää ja joista katsotaan olevan yhteiskunnallisesti tärkeää tiedottaa. Koska kyse on oikeiksi tai vääriksi, moraaliksiksi tai epämoraaliksiksi nimettävistä asioista, kriittisyyteen sisältyy kannanotto. Kantaa ottaa toimittaja, joka jutun kirjoittaa, mutta taustalla on toimituksessa sovittu linja.

-- meidän urheilutoimituksen näkemys on, että jääkiekkokaukalossa pitäisi pelata jääkiekkoa, niin on hyvin kielteinen kanta otettu näihin jääkiekkoilun väkivaltaisuuksiin. -- 6–7-vuotiaat oppii lukemaan, niin kyllä meidän pitää muistaa oma moraalimme kuitenkin, ettei nyt voida ihan suosia mitä tahansa ja hyväksyä mitä tahansa. Tämä pyritään myös tuomaan jutuissa esiin ihan selkeästi. (7)

Esimiehet vaativat, että asiat sanotaan lehdessä niin kuin ne ovat, kaunistelematta, vaikka se johtaisikin jutun kohteena olleen urheilijan tai seuran kielteiseen vastareaktioon. Tämä kertoo, että vapaus julkiseen kritiikkiin on urheilujournalismissa tärkeä laatukriteeri. Haasteellisena esimiehet pitävät kriittistä lähestymistapaa siksi, että juttujen kohde, urheiluväki, ei ole tottunut lukemaan kriittisiä artikkeleita toiminnastaan. Myös Savelan (1991, 110) haastattelemat urheilutoimittajat kokivat, että urheilujohto huolestuu kriittisen urheilujournalismin yleistymisestä. Tämä paljastaa haasteen syntyvän urheilujournalismin perinteestä: kriittisiä artikkeleita ei ole ollut tarpeeksi, eikä kriittisen vuorovaikutuksen kulttuuria ole päässyt syntymään urheilujournalismiin. Yksi urheilujournalismin historiallisista rasitteista on se, että urheilusta on kirjoitettu (ja totuttu lukemaan) menestystä käsitteleviä juttuja.

Hankalia aiheita on tietysti myös sellaiset, että jos jollakin menee vähän huonommin, niin urheilujournalismissa on totuttu aika pitkän aikaa siihen, että menestyksestä kerrotaan --. Kyllä me välillä pyritään selvittämään se, miksi jollakin menee aika heikosti, vaikka tekee paljon töitä sen [menestyksen] eteen. (7)

Jossain kulttuurissa, leffoissa, kirjoissa, siellä on totuttu automaattisesti, että se juttu on kritiikki tai analyysi, samoin talouspuolellakin jonkun verran. Ei se enää riitä, että kerrotaan että Fortumin johtajat otti optioita, vaan sitten pitää ottaa kantaa siihen, oliko se perusteltua että ne sai sen, oliko se oikein, onko se kohtuutonta. Se on ehkä urheilussa eniten semmonen määrätynlainen haaste, että uskalletaan kirjoittaa se, mitä oikeasti tiedetään. (9)

Urheilutoimitusten työtä saattaa hankaloittaa se, että välit sellaisin lähteisiin, joiden kanssa ollaan usein tekemisissä, viilenevät. Kuten jo aiemmin on todettu, urheiluun ja sen seuraamiseen liittyy paljon tunteita, mikä saa urheilufanit lähestymään toimituksia jopa tappouhkauksin.

Urheilutoimitusten esimiehet näkevät kriittiseen urheilujournalismiin liittyvän enemmän ongelmia juttujen kohteiden kuin niiden tekijöiden puolella. Juttujen kohteiden reaktioiden ei kuitenkaan anneta määrätä toimituksen valintoja siitä, mistä kirjoitetaan.

Se [kriittisyys] aiheuttaa tietysti kahnauksia seurojen kanssa silloin tällöin, mutta uskoisin, että se on lukijoitten etu kuitenkin, että kerromme asiat niin kuin ne on eikä pyritä niitä kaunistelemaan. (7)

Monet seurathan on edelleen sitä mieltä, että meidän tehtävä on tehdä semmosia myötäkarvaisia juttuja, että seura menestyy, että urheilu menestyy. Mun mielestä meidän tehtävä on tehdä vastakarvaisia juttuja. -- Etsiä niitä epäkohtia, etsiä niitä tiettyjä syitä, miksi joku joukkue ei menesty tai minkä takia on taloussotkuja urheilussa, minkä takia on dopingia. (8)

Urheiluun liittyvät epäkohdat eivät välttämättä ole yleisesti tiedossa, jolloin urheilujournalismin tehtävä on paljastaa (etsiä) ne kykyjensä mukaan. Esimiehet asettavat lukijan edun toimituksensa edun edelle, mikä kertoo kriittisyyden normin voimakkuudesta: jos paikallisten toimijoiden kannalta kielteinen juttu katsotaan journalistisesti tarpeelliseksi tehdä, se tehdään, vaikka se suututtaisi laji-ihmiset.

8.6 Tutkiva urheilujournalismi

Tutkiva journalismi on asenne. Se on asenne ja älyllistä uteliaisuutta ottaa asioista selvää syvemmillä kuin miltä näyttää tai mitä joku sanoo. (10)

Sanomalehtien urheilutoimitusten esimiesten mukaan tutkiva journalismi vaatii hyvän aiheen, aikaa toteutukselle ja rohkeutta lähteä seuraamaan johtolankoja kohti tuntematonta lopputulosta. Esimiehet suhtautuvat tutkivan urheilujournalismin tekemiseen realistisesti: toimittajia ei ole mahdollista irrottaa päivittäisestä uutistyöstä säännöllisesti jotakin aihetta tutkimaan, mutta tutkivaa journalismia halutaan

tehdä jossain muodossa joka päivä. Esimiehet siis näkevät tutkivalla journalismilla useita muotoja. Itse sanaparin tutkiva journalismi moni katsoo saavan liikaa kunnioitusta.

8.6.1 Aihe, ajankäyttö ja asenne

Urheilutoimitusten esimiehet kuvailevat tutkivaa journalismia vaativaksi, haastavaksi ja aikaa vieväksi työskentelytavaksi. Tutkivan journalismin tavoitteena he pitävät epäkohtien paljastamista ja puheenaiheiden herättämistä. Haastavaa tutkivasta journalismista tekee se, että se vaatii tavallisista poikkeavien tiedonhankintakeinojen käyttämistä ja sellaisten asioiden selvittämistä, joista lähteet eivät ole halukkaita kertomaan. Tutkivan journalismin vaatima aika asettuu varsinkin maakuntalehtien pienissä urheilutoimituksissa tutkivan journalismin esteeksi. Isojenkin toimitusten esimiehet korostavat, että toimittajalla on oltava hyvä aihe tutkittavakseen, jotta esimies katsoo järkeväksi irrottaa hänet päivittäisestä uutistyoista aikaa vievää selvitystyötä tekemään.

-- jos on aihe, joka halutaan selvittää, niin kyllä siihen varmaan löydetään resursseja. Jos joku mulle sanoo, että hän haluaa selvittää perin pohjin Suomen Liikunnan ja Urheilun rahat, mihin ne menee tai mistä ne tulee, niin ilman muuta sanon, että hyvä idea ja paljon sä tarviit aikaa. (5)

Sanoisin, että jos niin hyviä ideoita tulee, että ne halutaan tehdä, niin kyllä se järjestyy sitten. Mutta aika usein ideat liikkuvat kyllä sillä tasolla, että ne ovat vain osittain tutkivaa journalismia. Jonkinlaisen oivalluksen vaatii jo sen erinomaisen aiheen keksiminen tai tunnistaminen tai tietäminen, mikä vaatisi tutkivan journalismin keinoja. Ei niitä hirveän paljon tule. (1)

Puolet aineistoni esimiehistä katsoo, että toimittajan omistautumiseen tutkivalle journalismille löytyy määrääjäksi mahdollisuus, jos aihe on riittävän hyvä. Esimiehen kannalta on riski irrottaa joku tutkimaan yhtä aihetta useiksi päiviksi tai viikoiksi, sillä tuloksena ei aina ole uutista tai edes juttua. Säännölliseen tutkivaan journalismiin yksikään esimies ei katso toimituksensa pystyvän. Jotta se olisi mahdollista, tarvittaisiin lisää toimittajia.

Eniten selvittämisen tarvetta urheilutoimitusten esimiehet näkevät urheiluun liittyvässä rahan- ja vallankäytössä, vedonlyönnissä ja dopingin käytössä. Näistä aiheista on helppo nähdä löytyvän tutkittavaa, mutta käytännössä aiheista on vaikea saada tietoa. Edellytyksenä on saada joku urheilun järjestelmästä paljastamaan sisäpiirin väärinkäytöksiä. Kun kukaan ei suostu puhumaan, toimittajan pitäisi saada aineistonsa kokoon pitkäjänteisen tausta- ja selvitystyön avulla. Tällainen tutkiva journalismi jää urheilutoimituksissa vähiin. Ajanpuutteen lisäksi aihe maailman suppeus rajoittaa tutkivien juttujen syntyä.

Siinä [tutkivassa journalismissa] on huomattavan vaikea onnistua näinkin suppealla elämänalueella kuin suomalainen urheilu, koska se maailma on... sieltä on hirveän vaikea saada ylipäättään omia uutisia. Omat uutiset on suomalaisessa urheilutoimittamisessa jo aika harvinaisia. Siis sellaiset uutiset, jossa olisi vähän enemmän kuin että se ja se siirtyy seurasta toiseen. (6)

Esimiehet huomauttavat, ettei tutkivan journalismin suinkaan tarvitse käsitellä kielteisiä aiheita, vaikka niin on totuttu ajattelemaan. Ideoita tutkivaan journalismiin voi saada urheilun arjesta muutenkin kuin väärinkäytöksiin liittyen. Ainoastaan kaksi aineistoni esimiehistä mainitsee, että urheilutoimittajien halukkuutta tutkivan journalismin toteuttamiseen saattaa vähentää se, että he eivät halua kirjoittaa kielteisistä urheiluaiheista. Resurssien lisäksi tutkivan urheilujournalismin toteutuminen riippuu urheilutoimittajien asenteesta kärsivällisyyttä vaativaan selvitystyöhön. Esimiehet painottavat, ettei ketään voi kärkeä tekemään tutkivaa juttua.

Jos ajattelee esimiehenä sitä asiaa, niin sen halun urheilun taustojen penkomiseen pitää lähteä toimittajasta itsestään. Esimiehenä sitä ei voi sanoa, että tee tosta nyt tutkiva juttu. (10)

Urheilutoimittajien into syventyä tutkimaan urheilun taustoihin liittyviä epäselvyyksiä vaihtelee toimituksissa. Pääsääntöisesti esimiehet eivät pidä toimittajien asennetta ainakaan tutkivan journalismin esteenä. Osa esimiehistä näkee tutkivaan journalismiin suhtautumisen liittyvän ikään ja työkokemukseen.

SV: Entä miten koet, millainen toimittajien suhde on tällaisiin [tutkivan journalismin] aiheisiin?

Meillä alkaa olla aika hyvä sellain toimitus, että meillä on aika vähän enää niin kutsuttuja urheilutoimittajia. Meidän nuorella väellä on kokemusta ”oikeista”, nyt tuli taas sitaatit, oikeistakin toimittajan töistä. Ne on koulutettua ja fiksua väkeä, ja ne ymmärtää sen, että urheilutoimittaminen on vain yksi toimittamisen osa-alue, jossa pätee samat säännöt kuin muuallakin. (6)

Yksi esimiesten tuloksetta pitämä keino tuottaa tutkivia juttuja on tehdä yhteistyötä talous- ja rikostoimituksen kanssa. Kun eri alojen toimittajien osaaminen ja asiantuntemus yhdistetään, urheiluilmiöiden selvittämiseen saadaan lisävoimia. Talous- ja rikostoimittajien kontakteista on hyötyä, kun hankitaan tietoa viranomais- tai poliisilähteistä tai selvitetään urheilun rutiinista poikkeavia aiheita.

-- me saadaan sitten apua meidän taloustoimitukselta, ne tulee jeesaamaan siihen, kun ruvetaan jotain taseita purkamaan auki, niin siihen ei kaikilla riitä ammattitaito, eikä pidäkään riittävä, ei se ole urheilutoimittajan tehtävä analysoida tilinpäätöksiä. (9)

Urheilutoimitusten esimiehet eivät katso tutkivan urheilujournalismin vaativan urheilutoimittajilta kaikenkattavaa asiantuntemusta, vaan sen sijaan yhteistyö- ja aloitekykyä toimituksen sisällä. Tällaisen

yhteistyön lisääminen voisikin kasvattaa tutkivan urheilujournalismin määrää. Esimiehet eivät kuitenkaan kannata ajatusta erillisistä tutkivista ryhmistä, joita monessa talossa on kokeiltu ja kuopattu ja joita moni esimies pitää keinotekoisina.

8.6.2 ”Hirveän hieno sanapari”

Sanomalehtien urheilutoimitusten esimiehet suhtautuvat myönteisesti tutkivaan journalismiin ja pitävät tärkeänä, että sitä toteutetaan heidän toimituksessaan jossain muodossa joka päivä. Tutkivaa urheilujournalismia voi tehdä urheiluaiheista monella eri tavalla. Esimiehet korostavat, että tutkivalle journalismille pitää ajatella sellaiset kriteerit, jotka urheilutoimituksessa on mahdollista täyttää.

Mun mielestä ihmisillä on liian iso kynnys tehdä niin sanottua tutkivaa journalismia, koska ajatellaan, että sitten pitää tehdä sellainen iso massiivinen paketti, johon vaaditaan viikko töitä. Ja sitten sen pitää olla valtakunnallista julkisuutta saava juttukokonaisuus. (8)

Onhan se hirveän hieno sanapari, tutkiva journalismi, mutta se kuulostaa hienommalta kuin mitä se oikeasti on – raakaa työtähän se on, ei sen kummoisempaa. (5)

Urheilutoimitusten esimiehet eivät halua vetää ehdotonta rajaa tutkivan ja ”ei-tutkivan” journalismin välille, sillä toimitustyössä niitä tehdään rinnakkain ja päällekkäin.

Nyt ollaan lähdetty rakentamaan ajatuksella, että se voi löyhästi ollakin tutkivaa journalismia, mutta siis yleisesti kiinnostavaa taustoittavaa materiaalia. Eli on madallettu tavallaan tutkivan journalismin rimaa, ja se johtuu yksinkertaisesti siitä, että ei meillä ole tällä hetkellä nykyisellä tavalla kun suunnataan voimavaroja, niin varaa valjastaa ketään sellaiseen, että tekisi ihan oikeasti merkittävää tutkimustyötä. (7)

Mä koen sen koko aihepiirin sellaisena, että me tehdään sitä koko ajan huomaamatta, mutta jostain syystä se on haluttu nostaa semmoselle jalustalle. Väkisin sitä ei pysty tekemään, ei pystytäkään istumaan alas, että nyt tehdään tutkivaa journalismia – ei se onnistu. (8)

Esimiehet kannustavat urheilutoimittajia pienimuotoiseen tutkimustyöhön, johon panostetaan muutamaa puhelinhaastattelua enemmän ja jonka tuloksena on jonkin asian tai siihen liittyvien mielipiteiden selvitys. Kaikissa aineistoni urheilutoimituksissa on tehty juttuja, joita esimiehet pitävät vähintään pienimuotoisena tutkivana urheilujournalismina. Esimerkiksi:

- Eri palloilulajien pallojen nopeuksien mittaaminen
- Levikkialueen seurojen katsojamäärien laskeminen ja vertaaminen seurojen ilmoittamiin lukuihin
- Maakunnan urheilupaikkojen käyttöasteen selvittäminen
- Mielipidekysely kaikille tietyn kauden aikana jääkiekkomaajoukkueessa pelanneille

- Konkurssiin menneen seuran sponsoriperinnön selvittäminen
- Pesäpallolun sopupelien oikeudenkäynti
- Suuren seuran organisaatorakenteen selvittäminen
- Doping

Esimerkit kertovat, että tyypillisiä tutkivia aiheita ovat gallup-tyyliset kyselyt, jonkin asian mittaaminen ja havainnollistaminen lukijoille sekä uusien puheenaiheiden herättäminen paikallisista urheiluaiheista. Aiheita ei liene syytä väheksyä, vaikka ne eivät kaikkia urheilumaailman ongelmia ratkaisisikaan. Totuttavathan pienimuotoisetkin tutkivat jutut sekä urheilutoimittajia että lukijoita myös toisenlaiseen kuin tulos- ja tapahtumakeskeiseen näkökulmaan urheiluun. Urheilutoimitusten esimiehet katsovat edellä mainittujen juttutyyppeiden täyttävän niin kutsumansa matalan riman tutkivan journalismin kriteerit. Myös Kuutin (1995, 269) tutkimuksessa suomalaiset toimittajat pitivät nopeita tutkivia juttuja yhtenä keinona lisätä tutkivaa journalismia. Tutkivaa päivittäisjournalismia toteutetaan keräämällä jatkuvasti taustatietoa eri asioista ja julkaisemalle ne, kun itse asiat tulevat ajankohtaisiksi. Nopeita tutkivia juttuja pystytään varmasti toteuttamaan myös urheilutoimituksissa, joissa ollaan säännöllisesti tekemisissä samojen aiheiden ja lähteiden kanssa.

8.7 Uusi avaus: tutkivan urheilutoimittajan vakanssi käyttöön

Sanomalehtien urheilutoimitusten esimiehet haluaisivat tutkivan journalismin työtapoja sovellettavan toimituksissaan nykyistä enemmän. Esimiesten on kuitenkin oltava realisteja: jotta esimerkiksi urheilun talouteen ja vedonlyöntiin liittyviin epäkohtiin voitaisiin todella pureutua, pitäisi itse urheilun seuraamista vähentää tutkivan journalismin tieltä. Kaikki esimiehet eivät usko lukijoiden pitävän tästä – ottelujutusta kun voi tulla enemmän kiitosta kuin dopingia analyttisesti käsittelevästä jutusta. Syyt tutkivan urheilujournalismin vähyteen eivät ole niinkään urheilutoimittajien asenteissa kuin toimittajien ilman tutkimustyötäkin kiireisessä työnkuvassa. Urheilussa selvitystä vaativat aiheet eivät ole sen yksinkertaisempi kuin muillakaan osastoilla, ja urheilutoimitukset ovat varsinkin maakuntalehdissä pieniä (4–5 toimittajaa). Oleellinen kysymys kuuluu, olisiko sanomalehtien toimituksilla varaa jättää kysymyksiä herättävien aiheiden selvittäminen muilla osastoilla yhtä vähin kuin urheilutoimituksissa. Yritettäisiinkö tutkivan journalismin lisäämiseksi keksiä ratkaisuja, jos esimerkiksi talous- tai kotimaanosastolla ei olisi mahdollisuutta selvittää yhteiskunnallisia epäkohtia? Jos vastaus on kyllä, urheilutaloutta tai urheilun viihdearvoa ei ilmeisesti katsota yhteiskunnallisesti

merkittäväksi. Jos tutkivaa journalismia ei lainkaan nähdä yhdeksi sanomalehtien tehtäväksi, sen vähäisyyden nimeäminen suureksi epäkohdaksi juuri urheiluosastolla on suhteetonta.

Työntekijämäärän kasvattaminen ei välttämättä automaattisesti paranna toimituksen työn laatua, ja resursseihin vetoaminen on loputon suo. Toisaalta toimittajien lukumäärän lisääminen yhdelläkin henkilöllä olisi keino muuttaa urheilutoimitusten rakennetta. Urheilutoimituksiin voitaisiin palkata tutkiva toimittaja, jonka työnkuvaan ei kuuluisi lainkaan urheilutapahtumista kirjoittamista, vaan ainoastaan urheilun taustojen kartoittaminen ja seuraaminen. Yhteistyössä muiden urheiluosastojen toimittajien ja talous- tai rikostoimittajien kanssa tutkiva urheilutoimittaja voisi ideoida juttuaiheita, joiden toteuttamiseen hän saisi keskittyä. Tutkivan toimittajan työsuhte voisi olla osa-aikainen, tai hänen täyspäiväiseen työsopimukseensa voitaisiin määritellä tietty tuntimäärä kuukaudessa tutkivaan journalismiin käytettäväksi. Tutkivalle urheilutoimittajalle suotuisan taustan muodostaisivat esimerkiksi taloushallinnolliset ja journalistiset opinnot. Urheilun asiantuntijuuden ei tarvitsisi olla niin spesifiä kuin urheilutoimittajilla. Urheilutoimittajat ja tutkiva toimittaja täydentäisivät toisiaan työpanoksellaan, mikä lisäisi sanomalehtien mahdollisuutta tarttua aiheisiin, joihin urheilutoimitusten nykyisissä kokoonpanoissa ei ole aikaa tarttua.

9 Laadukas urheilujournalismi ja esimies sen edistäjänä

Tässä luvussa käsittelen urheilutoimitusten esimiesten näkemyksiä laadukkaasta urheilujournalismista ja omista mahdollisuuksistaan edistää laatua työssään. Tarkastelen myös esimiesten urheilujournalismille asettamia kehityshaasteita sekä heidän näkemiään kehityksen esteitä.

Urheilutoimituksen esimies vaikuttaa lehden urheilujournalismin laatuun monilla valinnoillaan. Esimies suunnittelee työt eli valitsee, mistä aiheista kirjoitetaan, mitkä aiheet nostetaan tärkeiksi ja kuka mistäkin aiheesta kirjoittaa. Urheilutoimitus on jo aiemmin tässä tutkielmassa todettu itsenäiseksi ja osaavaksi toimitukseksi, jota ei tarvitse koko ajan ohjata ja valvoa. Useimpien esimiesten työaikojen puitteissa tämä ei olisi mahdollistakaan.

Mulla jotenkin tunnit tulee täyteen sellaisesta byrokratian pyörittämisestä aika tarkkaan. Sitten vielä itse kirjoitan. -- jos ei olisi muuta elämää kuin tämä toimitus, niin sitten voisi olla enemmän mukana myös siinä illan aikana, kun ne jutut alkaa valmistua. (4)

Suuri osa urheilusivujen sisällöstä valmistuu urheilutapahtumien aikataulujen takia myöhään illalla, eikä esimies aina edes näe tai lue läpi juttuja, jotka lehteen laitetaan. Tämän takia moni esimies haluaa edistää toimituskulttuuria ja ilmapiiriä, jossa laatu syntyy itsestään ilman että esimies puuttuu joka asiaan.

9.1 Erilaisten lukijoiden tavoittaminen on taitolaji

Urheilutoimitusten esimiehet määrittelevät urheilujournalismin laadun hyvin lukijalähtöisesti: laadukas urheilujournalismi tavoittaa elämäntavoiltaan ja -asenteiltaan erilaiset lukijat. Kaikki aineistoni esimiehet painottavat sitä, ettei sanomalehden urheilujuttuja voi kirjoittaa ainoastaan urheilua aktiivisesti seuraaville ihmisille. Miksi urheilujournalismin sitten pitäisi saavuttaa myös sellaiset lukijat, jotka eivät ole kiinnostuneita urheilusta? Esimiehet näkevät urheiluosaston osaksi lehden kokonaisuutta, jossa raja-aidat eri osastojen välillä ovat matalat. Kuten edellisessä luvussa tulee ilmi, urheilusta ei esimiesten mukaan pidä kirjoittaa muusta elämästä tai yhteiskunnasta irrallisena alueena. Lehden tekeminen on liiketoimintaa, jonka kannattavuus riippuu muun muassa tilaajien/irtonumeron ostajien määrästä. Urheilutoimitusten esimiehet tietävät, ettei sanomalehden tilaaminen kuulu automaattisesti esimerkiksi nuorten aikuisten arkeen. Sanomalehti kilpailee elintilasta muiden viestinten kanssa, joten sen on saatava uusia lukijoita lukijakunnasta poistuvien tilalle.

Joka vuosi meiltä kuolee useampi tuhat lukijaa, ja jotta me saadaan toisesta päästä lisää, täytyy tarjota uutta näkökulmaa, uusia lajeja, uutta käsittelytapaa. (8)

Ehkä toi bisnesajattelu ei kuulu tähän toimitukseen, mutta kyllä sitäkin pitää miettiä, koska siitähän on kysymys. Eihän meillä ois työpaikkoja kohta, jos hauta vie toisesta päästä jengiä ulos ja toisesta päästä ei tule sisään. Levikit laskee, kaikki kurjistuu, meidän on pakko taistella sitä kehitystä vastaan. Tää [uusien lukijoiden houkuttelevuus] on toimituksen puolella ainoa keino. (3)

Sanomalehden urheilusivujen lukijat ovat esimiesten mukaan nuoria ja keski-ikäisiä, urheilua aktiivisesti seuraavia miehiä. Esimiehet uskovat heidän haluavan lukea ”urheilun kovaan ytimeen” pureutuvaa urheilujournalismia, eli tapahtuma- ja suorituskeskeistä sekä analysoivaa aineistoa. Koska urheilusivuille halutaan pysäyttää myös uusia lukijoita, juttuihin on keksittävä uusia näkökulmia.

Meidän tavoite on tietenkin se, että me pystytään myymään se juttu kaikille lukijoille. Ei kirjoiteta jääkiekko-ottelusta juttua pelkästään jääkiekkoa aktiivisesti seuraaville, vaan sillain, että se houkuttelisi sitten lukemaan muutkin. Ilman, että nämä aktiiviseuraajat joutuisivat pettymään. Se on aikamoinen taitolaji. (1)

Näkökulmien suunnittelu ja ideointi on esimiesten mukaan tärkein edellytys laadukkaalle urheilusivuille. Hyvän urheilujutun näkökulma on harkittu, selkeä ja tavanomaisesta poikkeava. Tavanomaisella esimiehet tarkoittavat esimerkiksi tapahtumien selostamista ja toteavaa tulosjournalismia. Esimiesten ehdotonta suhtautumista näkökulman merkitykseen kuvaa se, että useat esimiehet korostavat, ettei juttua kannata edes lähteä tekemään, jos ei keksi aiheeseen omaa näkökulmaa. Hyvän näkökulman tunnusmerkki on esimiesten mukaan se, että juttu herättää keskustelua ja palautetta ja saa kiinnostumaan myös ne lukijat, jotka eivät päivittäin pysähdy urheilusivuille.

Kyllähän urheilujournalismin perussyntejä on se, että kaikki katsoo asiaa täsmälleen samalla tavalla. Perusasia hyvässä näkökulmassa on se, että se on erilainen. (6)

Erilaisilla näkökulmilla esimiehet tarkoittavat avointa ja monipuolista suhtautumista urheiluun. Esimerkiksi se, mitä urheilutoimittaja pitää urheiluna ja mitä ei, ei saa kaventaa näkökulmaa. Aihevalintoja ohjaa lukijoiden, ei toimittajien kiinnostus. Laadukasta urheilujournalismia on esimiesten mukaan eri lajien ja eritasoisten harrastajien huomiointi. Sen mukaan, millainen lukija jutulla halutaan saavuttaa, erilaisen näkökulman voi valita kirjoittamalla esimerkiksi hauskan, syvällisen, räväkän tai hyvin asiapitoisen urheilujutun.

Yksi hyvä näkökulma on löytää asiasta jotain hauskaa. Urheilu on kuitenkin pelejä ja leikkejä, ja olisi hirveän kiva, jos siitä useammin löydettäisiin jotain mukavaa. En tarkoita tällä mukavalla

sellaista yleisradiomaista mukavuutta, että voi kun on kiva, vaan sellaista ihan aitoa iloa ja riemua ja hauskuutta. (6)

Esimerkki tietoisesti erilaisen näkökulman edistämisestä on aineistoni esimies, joka on valinnut urheilutapahtumiin etupainotteiseksi kuvailemansa näkökulman. Toimitus ei lähde suurimpaan osaan tapahtumista paikan päälle, vaan tekee tapahtumista ison henkilöjutun tai lajiesittelyn, joka julkaistaan tapahtumapäivänä. Toisessa toimituksessa ottelujutut toteutetaan niin, että pelitapahtumat tiivistetään tietolaatikkoon, ja pääjutussa nostetaan esiin jokin ajankohtainen teema.

Näkökulma urheiluun voi olla myös journalistisesti laskelmoitu, kuten valinta, että monessa urheilutoimituksessa tavoitellaan tietoisesti naisia, nuoria ja perheitä. Heitä kiinnostavia juttuaiheita toteutetaan paitsi muun aineiston osana, myös teemasivuilla tai juttusarjoina.

Juuri tällaisilla vähän erikoisemmilla juttuaiheilla, nyt esimerkiksi lähiaikoina meillä oli kilpahevosten solariumhoidosta juttua. On haettu vähän tällaisia, että jonkun pienen yksityiskohdan ympärille rakennettu vähän jotakin, joka saattaisi herättää muitakin kuin niitä 30–50-vuotiaita miehiä. (7)

Naisia kiinnostaviksi aiheiksi moni esimies mieltää esteettiset lajit, naisurheilun, henkilöhaastattelut ja urheilun ilmiöt, kuten etiikan tai talouden. Toimitusten teettämien lukijatutkimuksien mukaan naiset lukevat urheilusivuja vähemmän kuin miehet. Naislukijat ovatkin urheilutoimitusten tavoitelluin kohderyhmä. Osa esimiehistä on muokannut osastonsa linjaa niin, että kilpa- ja huippu-urheilua käsittelevää sisältöä on vähennetty, jotta nais- ja junioriurheilua saadaan sivuille säännöllisesti.

Ollaanhan me totta kai tavoiteltu naislukijoita, mutta ei niin kutsutusti huoraamalla, ei me mennä johonkin SVOLin voimistelunäytökseen sen takia, että me kuvitellaan, että se kiinnostaa naisia, vaan kyllä meillä ainakin noissa tutkimuksissa on tullut selkeästi ilmi se, että naisia kiinnostaa huippu-urheilu ja naisia kiinnostavat naisurheilijat. (9)

Esimiehet, joiden toimituksessa työskentelee yksi tai useampia naistoimittajia, kokevat sen eduksi naislukijoita tavoiteltaessa. Monipuolinen toimittajajoukko tuottaa monipuolisia näkökulmia urheiluun.

Esimiehet tekevät työssään päivittäin aihe- ja näkökulmavalintoja, joita ohjaa tavoite pitää urheilun suurkuluttajat tyytyväisinä mutta herättää samalla uusissa ja satunnaisissa lukijoissa mielenkiintoa urheiluun. Urheilujournalismia tuotetaan kuitenkin yhä suurten lajien ja suuren yleisön ehdoilla, mistä kertoo se, että esimiehet huomioivat lukijoidensa enemmistön, nuorten ja keski-ikäisten miesten palautteen arvottaessaan lajeja suhteessa toisiinsa.

-- eihän sitä peruskauraa, eli sitä mitä urheilussa tapahtuu, eihän sitä saa väheksyä. Jos jääkiekko-ottelussa on 5 000 ihmistä, niin sehän tarkoittaa, että meillä on silloin 5 000 lukijaakin

siellä, koska niin kummallista kuin se onkin, että kun sä itse näet jonkun pelin, niin sä haluat vielä lukea siitä lehdestä. (5)

-- jos vähän yritetään linjoja vetää eri lailla, palaute on niin kovaa että pakko palata siihen, että meillä on joka toinen päivä lähtöjuttuna jääkiekkoa. Vaikka se tuntuu ihan hölmöltä, että yksi laji jyllää siellä niin kauheasti, mutta kun se kiinnostaa. Vastapainoksi pitäisi sitten pystyä entistä enemmän monipuolistamaan sitä tarjontaa. (3)

Yksipuolinen valtalajien ja urheilutapahtumien kattaminen ei vastaa urheilutoimitusten esimiesten käsitystä laadusta. Vaihtelevaa näkökulmaa urheiluun esimiehet hakevat ideoimalla aiheita esimerkiksi uusista lajeista, järjestäytymättömästä urheilusta ja kuntourheilusta. Suurin osa aineistoni esimiehistä on jo monipuolistanut lehtensä urheilusivujen sisältöä, mutta osassa toimituksista muutosta hidastaa toimittajien asenne muutosta kohtaan. Käsittelen esimiesten näkemiä kehityksen esteitä alaluvussa 9.5.

9.2 Sisältö, ulkoasu ja työskentelytavat laadun takeena

Sanomalehtien urheilutoimitusten esimiehet pitävät laatuna sitä, että urheilujournalismi onnistuu luvussa 8 esitetyissä urheilujournalismin tehtävissä (ennakointi, taustoittaminen, viihdyttäminen ja urheilun tuominen esiin osana yhteiskuntaa) niin, että urheilusivut kiinnostavat sekä urheilua aktiivisesti seuraavia että urheiluun vähän perehtyneitä lukijoita. Laadukkaana urheilujournalismina esimiehet pitävät virheetöntä kirjoittamista, näyttävää ulkoasua, uusia näkökulmia ja lukijalähtöisiä toimintatapoja. Näiden vaatimusten osalta esimiehet eivät näe urheiluosaston eroavan lehden muista osastoista. Kuviossa 2 esitän esimiesten urheilujournalistiselle tekstille, urheilusivujen ulkoasulle, urheilutoimittajien työtavoille ja juttujen näkökulmille nimeämiä laatuvaatimuksia.

Kuvio 2 Laadukas urheilujournalismi sanomalehtien urheilutoimitusten esimiesten näkökulmasta

TEKSTI

Miellyttävä lukea
Kielioppi hallussa
Asiantunteva
Tarinassa on kaari
Ei asiavirheitä

ULKOASU

Hyvät kuvat
Grafiikan hyödyntäminen
Kuvan ja jutun yhteensopivuus
Jutun palastelu
Näyttävyyys

NÄKÖKULMA

Lukijoita kiinnostava
Kertoo uutta aiheesta, yllättää
Puhutteleva, herättää ajattelemaan

TOIMITTAMINEN (työskentelytavat, lopputulos)

Toimittajilla kykyä ja uskallusta analysoida ja olla kriittisiä
Toimittajilla on asiantuntemusta urheilusta
Lehdellä on oma juttu avausjuttuna joka päivä
Lehti saavuttaa uutisvoittoja
Aihevalinnat ovat monipuolisia
Eri juttutyyppejä käytetään monipuolisesti
Lehden linja säilyy
Objektiivisuus
Todenmukaisuus

Laadukkaana kirjoittamisena esimiehet pitävät oikeakielistä ja napakkaa lehtijuttua, joka on helppo lukea. Helppolukuisuus syntyy siitä, että kieli on hyvää ja tarina etenee loogisesti. Sisällön tärkeimpiä laatuvaatimuksia ovat tietojen oikeellisuus ja kirjoittajan asiantuntemus.

-- urheilusta on vaikea saada omia uutisia, sellaisia omia uutisia, jotka olisi todella paukkuja, koska se on niin paljon sitä tapahtumasidonnaista. Silloin kirjoittamisen laatu ja asiantuntemus on ne, joilla pyritään erottautumaan muista. (9)

Laadukas kirjoittaminen on siis kilpailuvaltti. Esimiesten näkemykset hyvästä kirjoittamisesta perustuvat toimittajan perusvalmiuteen, hyvään suomen kielen hallintaan. Urheilusivujen laadukkaaseen ulkoasuun sen sijaan tarvitaan esimiesten mukaan toimittajien luovuutta ja vaivannäköä.

Ei vain tyydytä laittamaan sitä Lehtikuvan kuvaa siihen pläts, vaan vähän funtsitaan enemmän, että okei, tästä on tarjottu tällaista kuvaa, mutta mikä juttu tämä on, voisiko tässä käyttää jotakin kuvasarjaa, tietolaatikkaa, voisiko meidän graafikko piirtää tähän jotakin. -- mä toivoisin, että mielikuvituksen käyttö näkyisi enemmän ja sellainen rohkeus tehdä valintoja näkyisi enemmän lehdessä, ettei tyydyttäisi helppoihin perusratkaisuihin. (4)

Tekstin ohella taitto ja kuvavalinnat vaikuttavat lukukokemuksen miellyttävyyteen. Esimiehet toivovat juttujen palastelun erilaisiin ja erimittaisiin elementteihin yleistyvän. Lukijoille halutaan tarjota erilaisia tarttumapintoja urheiluun, jolloin jutussa on tärkeää olla yhden pitkän jutun sijaan esimerkiksi pääjuttu kainalojuttuineen sekä informaatiota tiivistäviä tietolaatikoita ja grafiikkaa. Myös toimittajien omien kommenttien (juttutyypinä) uskotaan pysäyttävän lukijoita urheilusivuille. Hyvä ulkoasu on niin ikään urheilusivuille kilpailuvaltti.

Tarjotaan lukijalle houkuttelevat sivut. Jos se on houkutteleva, siihen voi tarttua joku muukin, joka ei ole urheilusta kiinnostunut hevijuuseri. Urheilun hevijuuserihan lukee kaiken, se on ihan sama, missä muodossa se on. Voisi sanoa, että sen pitää olla kuin karkki, jossa on hieno paperi päällä ja jonka sisältö on maukas. (5)

Esimiehet katsovat myös toimituksensa työskentelytapojen ja yhteishengen vaikuttavan urheilujournalismin laatuun. Heidän mielestään on tärkeää vaalia asiantuntemusta ja tosiasioissa pysyttelemistä. Toimittajilta esimiehet odottavat paitsi asiantuntemusta, myös uskallusta kirjoittaa omia analyysejä urheilusta. Moni esimies kertoo tavoitteekseen, että urheilusivujen avausjuttu on päivittäin omaa tuotantoa. Laatuna he pitävät sitä, ettei lehden linja heittelehti, vaan kiinnostavaa ja itse tuotettua aineistoa on tarjolla tasaisesti. Kaikista lajeista ei kirjoiteta säännöllisesti, mutta pieniinkin lajeihin on löydyttävä kiinnostusta tarttua.

9.3 Miten esimies edistää urheilujournalismin laatua

Tarkastelen esimiesten vaikutusta urheilujournalismin laatuun etsimällä aineistostani epätäydellisiä typologioita ristiintaulukoimalla esimiestyypit ja puhetavat laadusta. Taulukoin luvussa 7 esittämäni esimiestyypit ja neljä aineistossani esiintyvää puhetapaa laadusta: sisältöön, ulkoasuun, toimittamiseen ja näkökulmiin liittyvät puhetavat. Kiinnitän huomiota erityisesti taulukkoon jääviin tyhjiin sarakkeisiin ja tulkitsen, mitä ne kertovat esimiesten vaikutuksesta heidän itse määrittelemäänsä laadukkaaseen urheilujournalismiin. Esittelen epätäydellisen typologian kuviossa 3.

Kuvio 3 Miten esimies vaikuttaa laatuun

	Kirjoittaminen	Ulkoasu	Toimittaminen	Näkökulmat
Valmentaja (5)	Kannustaa jatkokoulutukseen. Antaa palautetta.	Ohjaa näyttävien sivujen tekemiseen. Antaa palautetta.	Ideoi ja jakaa ideointivastuuta. Kannustaa jatkokoulutukseen.	
Valmentaja (3)	Kirjoittaa itse, näyttää esimerkkiä. Lukee toisten juttuja. Kannustaa jatkokoulutukseen.	Rakentaa henkeä, että on kiva tehdä hyvännäköisiä sivuja. Kannustaa jatkokoulutukseen.	Kannustaa. Tarjoaa koulutusta. Vaikuttaa työilmapiiriin.	
Valmentaja (4)	Kannustaa jatkokoulutukseen. Antaa palautetta.	Keskustelee kuvavalinnoista. Kannustaa jatkokoulutukseen.	Vaikuttaa työilmapiiriin. Suunnittelee työvuorot. Järjestää koulutusta.	
Valmentaja (7)	Kannustaa. Jatkokoulutukseen.		Valitsee juttujen tekijät. Suunnittelee työt huolellisesti. Pitää ihmissuhteet kunnossa. Huomioi työaikatoiveet.	
Valmentaja (2)	Lukee toisten juttuja.		Kannustaa jatkokoulutukseen. Kannustaa rikkomaan rutiineja.	
Vastuunkantaja (6)	Antaa palautetta.	Keskustelee kuvituksesta ja taitosta. Antaa palautetta.	Päätää kuka kirjoittaa mistäkin ja mitkä jutut nostetaan tärkeiksi.	Keskustelee toimittajien kanssa näkökulman ja haastateltavien valinnasta. Vaatii perustelut juttuideoille.
Vastuunkantaja (8)			Suunnittelee työvuorot niin, että tarpeeksi aikaa kirjoittaa. Vaikuttaa työilmapiiriin. Palkitsee työntekijöitä.	Tehnyt selkeän linjavalinnan esim. selostusten suhteen. Vaikuttaa näkökulman valintaan.
Työn edellytysten luoja (10)	Antaa palautetta.	Antaa palautetta.	Tarjoaa aiheita.	Teetättää lukijatutkimuksia, joiden tulokset vaikuttavat aiheisiin ja kohderyhmiin.
Työn edellytysten luoja (9)	Kannustaa jatkokoulutukseen. Antaa palautetta.		Kannustaa kiertoon. Järjestää hyvät työolosuhteet. Vaikuttaa työilmapiiriin.	Kannustaa toimittajia kirjoittamaan sen, minkä he tietävät. Kannustaa hakemaan tietoa ja totuutta.
Työn edellytysten luoja (1)	Editoi juttuja. Kannustaa jatkokoulutukseen.		Järjestää koulutusta. Ajaa osastollaan sisään toimituksen linjaa.	

9.3.1 Kirjoittamiseen ja taittoon puuttumisen kynnyks on korkea

Laadukkaan tekstin suhteen aineistoni esimiehet luottavat alaistensa ammattitaitoon. Esimiehet vaikuttavat harvoin juttujen kieliasuun tai rakenteeseen eivätkä näe niissä suuria puutteita. Koska varsinkaan tapahtumissa paikan päällä kirjoitettuja juttuja on harvoin aikaa hioa, niihin saattaa jäädä kielivirheitä, joita toimituksessakaan ei huomata tai ehditä korjata ennen kuin sivu lähtee painettavaksi. Moni esimies kieltäytyy pitämästä kiirettä selityksenä laadussa ilmeneville puutteille.

Sitä pitäisi aina miettiä, että selittää itselleen, että meillä oli helvetin kiire, hyvä että me saatiin se lehti kasaan. Ei se ole mikään selitys. Lukija on se, joka meille maksaa tän jutun, ja sillä selvä. Ajatusmaailman pitäisi olla sentyyppinen, ja siihen mä yritän opettaa kaikkia. (3)

Vain osassa aineistoni toimituksista on tapana lukea toisten juttuja ja ehdottaa parannuksia sisältöön. Tähän saattaa vaikuttaa se, että esimiehet kokevat helpommaksi puuttua juttujen asiasisältöön kuin esimerkiksi kieliasuun, joka koetaan toimittajan henkilökohtaiseksi valinnaksi ja tyyliksi.

-- tiedän, että se joillekin toimittajille voi olla vähän vaikeaa vastaanottaa sitten sitä, että heidän työhönsä puututaan. Aika moni kokee sen autonomiseksi alueeksi, että he ovat vieraita taiteilijoita ikään kuin, kirjoittavat suoraan lukijoille ohi lehden, ja niinhän ei kuitenkaan oikeasti ole. (1)

Myös Penttilän (2001, 83) mukaan toimittajilla on toimituksissa eniten valtaa juttujen sisältöihin. Hänen mukaansa sanomalehtien päälliköiden suurin journalistinen valta liittyy valintojen tekemiseen siitä, mitä lehteen laitetaan ja mitä ei.

Urheilutoimitusten esimiehet pitävät tärkeänä ideoida ja järjestää kirjoittamiseen liittyviä kursseja, kuten esimerkiksi kielenhuoltopäiviä tai luovan kirjoittamisen koulutusta. He haluavat vaikuttaa kirjoittamisen laatuun ylläpitämällä toimittajien osaamista ja tarjoamalla virikkeitä uusiin kirjoitustyyliin. Kun oppi tulee toimituksen ulkopuolelta, toisen kirjoittamiseen puuttuminen ei aiheuta skismaa toimituksessa.

Esimiestyypien ja laatua koskevien puhetapojen typologiasta (kuvio 3) ilmenee, että esimiehet eivät mainitse montaa konkreettista keinoa, jolla vaikuttaisivat sivujen ulkoasuun. Kuitenkin sivujen näyttävyys on heidän mukaansa tärkeä laadun tueksi tavoiteltaessa uusia lukijoita ja kohennettaessa urheiluosaston asemaa toimituksessa. Typologian epätäydellisyys urheilusivujen ulkoasuun vaikuttamisen osalta paljastaa, että esimiehet odottavat laadukasta ulkoasua mutta eivät välttämättä edistä sitä työssään. Taulukosta ilmenevä ristiriita voi johtua siitä, että esimiehillä ei ole joko aikaa, halua tai keinoja vaikuttaa ulkoasuun tai siitä, ettei heidän tarvitse vaikuttaa siihen. Aineistoni

toimituksissa vallitsee varmasti molempia tilanteita. On myös mahdollista, että esimerkiksi taittoon liittyvien valintojen katsotaan olevan osa työn rutiinia, eikä esimiehille haastattelutilanteessa tullut mieleen erityisiä tapoja, joilla he vaikuttavat ulkoasuun. Urheilusivujen ulkoasu määräytyy luonnollisesti koko lehden ulkoasun linjan mukaan, joten urheilutoimittajat perustavat taittoratkaisunsa tähän linjaan. Esimiehet odottavat kuitenkin persoonallisia ratkaisuja, jotka eroavat muiden lehtien urheilusivuista. Koska näytävä ulkoasu ja visuaalisuuden parantaminen mainitaan aineistossani usean urheilutoimituksen kehityshaasteeksi, esimiesten olisi tärkeää vaikuttaa ulkoasuun nykyistä enemmän.

Nyt esimiehet vaikuttavat sivujen ulkoasuun keskustelemalla kuva- ja taittovalinnoista etukäteen sivua taittavan toimittajan kanssa ja antamalla päivittäin/viikoittain palautetta sivujen ulkoasusta. Koska esimiehet eivät pysty eivätkä haluakaan valvoa jokaista ulkoasuun liittyvää ratkaisua, he pyrkivät palautteellaan ja hienovaraisella ohjauksella luomaan toimituskulttuuria, jossa urheilusivujen ulkoasuun panostettaisiin siksi, että se on palkitsevaa. Tällöin syntyy itseään ruokkivaa kehitystä, joka saa toimittajat yrittämään yhä paremman näköisten sivujen taittamista.

Tavallaan mä uskon siihen, että kun yhden kerran tehdään sellainen säväyttävä [sivu], niin toinenkin katsoo, että hei, toi on hieno, mäkin voisin tehdä joskus tuollaisen sivun. (4)

-- mä yritän sellaisen positiivisuuden kautta rakentaa sellaista fiilistä, että se rupeasi jossakin vaiheessa syntymään itsestään se hyvä laatu ja taso. Ei niin, että pitää käskää, vaan että on kivaa, että tehdään hyvännäköistä. (3)

Myös taiton osalta esimiehet pitävät tärkeänä, että urheilutoimittajat kehittävät osaamistaan kursseilla.

9.3.2 Näkökulmaa ei voi antaa valmiina

Esimiehet pitävät tärkeimpänä laadun kriteerinä oivaltavia näkökulmia urheiluun. Kuitenkin vain kaksi heistä mainitsee vaikuttavansa toimittajan tekemiin näkökulmavalintoihin (kuvio 3). Esimiestyyppien ja laatua koskevien puhetapojen typologia on siis epätäydellinen myös näkökulmiin vaikuttamisen osalta. Näkökulmaan vaikuttamisella tarkoitan tässä sitä, että esimies keskustelee yhdessä toimittajan kanssa yksittäiseen juttuun valittavasta näkökulmasta ja mahdollisesti siitä, ketä juttuun haastatellaan. Yhteistä kaikille esimiehille on se, että he vaikuttavat näkökulmiin päättäessään osastonsa linjasta, kuten siitä, mihin lajeihin keskitytään ja mitkä jätetään vähemmälle huomiolle. Laatuun vaikuttamisen yhteydessä otan tarkasteluun nimenomaan henkilökohtaisen työnohjauksen, sillä esimiehet painottavat toimittajien näkökulmien merkitystä laatuun.

Aineistoni kaksi esimiestä, jotka vaikuttavat aktiivisesti toimittajien näkökulmavalintoihin, edustavat aiemmin tässä tutkielmassa vastuunkantajiksi nimeämäni esimiestyyppiä.

Mä oikeastaan melkein pidän sitä parhaana puolenani tässä työssä, että mä olen hyvä jumppaamaan toimittajien kanssa siitä, että mikä voisi olla se näkökulma ja idea siinä jutussa. Ei riitä se, että meille on tulossa juttu [pikaluistelija] Pekka Koskelasta, vaan miksi [paino sanalla miksi] Pekka Koskela. -- Jokaisen jutun pitäisi olla perusteltu. (6)

-- Monta kertaa kerroin jo etukäteen toimittajille, että minkä näkökulman mä haluan siihen [juttuun]. Negatiivisena puolena ehkä nyt on se, että toimittajat ehkä odottaakin sitä tiettyä ohjetta, että miten mä hoidan tämän, kun idea tietysti olisi se, että kukin itse ajattelisi sen näkökulmansa. (8)

Vastuunkantaja-tyypeille on ominaista, että he ohjaavat näkökulmien valintaa. Kuten jälkimmäinen sitaatti osoittaa, se ei ole ongelmatonta. Vastuunkantajien tarkoitus ei ole itse määrätä jokaisen jutun näkökulmaa. Muiden johtajatyyppeiden tapaan vastuunkantajat kannustavat toimittajia omaan ideointiin, sillä esimiesten mielestä se tuottaa monipuolisimmat näkökulmat. Vastuunkantajatyyppeille kuitenkin antaa näkökulmien valintaan suuremman panoksen kuin muut esimiestyypit. Myös valmentajatyyppeille ja työn edellytysten luoja -tyyppeille edustavat esimiehet pitävät urheiluaiheisiin valittavaa näkökulmaa tärkeänä laatukriteerinä mutta eivät tuo ilmi vaikuttavansa näkökulmiin vastaavalla tavalla. Moni esimies korostaa, että oivaltavan näkökulman löytäminen urheiluun on viimekädessä toimittajan viitseliäisyydestä kiinni.

Mä en sitä pysty esimiehenäkään ketään pakottamaan, että sä teet nyt niin kun hyvän ja analyttisen ja taustoittavan jutun dopingista, jos joku ei kerta kaikkiaan sitä pysty tekemään eikä halua tehdä sitä - - (2)

Urheilutoimitusten esimiehet pitävät juttujen näkökulmia tärkeänä laatuun vaikuttavana tekijänä, mutta toimittajien valitsemiin näkökulmiin heillä on vähän konkreettisia keinoja vaikuttaa. Esimiehet yrittävät edistää uudentyypistä urheilujournalismia mutta kohtaavat vastarintaa erityisesti vanhan polven toimittajilta (muutosvastaisuutta käsitellen alaluvussa 9.5).

9.3.3 Töiden suunnittelu kohentaa työilmapiiriä ja laatua

Toimitustyön itsenäisen luonteen vuoksi urheilutoimitusten esimiehet eivät koe tarpeelliseksi jatkuvaa työn kulkuun puuttumista tai laadun valvomista, mikä on tyypillistä asiantuntijaorganisaatioissa. Esimiesten merkittävimmät keinot vaikuttaa urheilujournalismin laatuun ovat työn huolellinen suunnittelu ja innostavan työilmapiirin luominen. Osa esimiehistä on tietoisesti lisännyt urheilusivujen sisällön suunnittelua omana esimiesaikanaan, mikä kertoo halusta tehdä juttuja journalistisesti perustelluista aiheista eikä vain aiheista, joista juttuja perinteisesti on aina tehty.

- - me yhä enemmän tehdään omaehtoisesti tätä lehteä. - - Aikaisemmin me oltiin tapahtumien vietävissä enemmän, nyt me itse otetaan ohjat käsiimme enemmän, elikkä aikaisemmin joku

tapahtuma piti itsestään selvänä, että me mennään sinne, niin me ei välttämättä olla siellä enää. (8)

- - sen suunnittelun olen ottanut hyvin vakavasti, ja se on auttanut merkittävästi sitä, että meillä on päivästä toiseen laadukas lehti, eikä niin kuin joskus aikanaan, että saattoi olla yksi tai kaksi hyvää lehteä viikossa, ja sitten olikin sellaisia lehtiä, ettei ollut mitään kiinnostavaa. (7)

Esimiehet näkevät töiden huolellisen suunnittelun edistävän urheilujournalismin laatua monin tavoin:

- Kun toimittajat saavat tietää tehtävänsä ajoissa, heille jää aikaa tehdä taustatyötä ja työt ehditään tehdä varsinaisella työajalla.
- Suunnitteleamalla, kuka tekee minkäkin jutun, saadaan toimittajien vahvuudet hyödynnetyiksi.
- Tapahtumien kannalta hiljaisina aikoina on valmiita juttuja ja juttuaiheita varastossa.
- Juttuja tehdään myös taustoittavista aiheista, ei ainoastaan urheilutapahtumista.
- Yhteistyötä tekevät maakuntalehdet lähettävät matkakeikoille yhden toimittajan, mikä säästää kustannuksia.
- Ulkomaan matkalle lähtevät toimittajat nimetään ajoissa, joten he ehtivät akkreditoitua ja hoitaa matkajärjestelyt.
- Toimituskulttuuri kehittyy ideoivaksi ja ennakoivaksi.
- Urheilusivujen laatu ei heittele.

Urheilutoimitusten esimiehet ottavat paljon vastuuta työyhteisönsä ilmapiiristä. Moni esimies korostaa haluavansa, että urheilutoimittajista on hauskaa tulla töihin ja että he tulevat toimeen keskenään, jolloin myös lehden tekeminen on hauskaa. Ajatus siitä, että hyvä työilmapiiri edistää yhteen hiileen puhaltamista ja sitä kautta laatua, saakin monen esimiehen rinnastamaan urheilutoimituksen joukkueeseen. Sipilä (1996, 89–91) nimeää asiantuntijaorganisaation johtajat vastaavassa roolissa *energian luojiksi*.

Se on tärkeää, että porukalla on hyvä tsemppifilis, niin silloin tulee parasta jälkeä. Sitä kautta se laatukin nousee, ja porukka kannustaa itse itseään siinä, että hei, hyvä Kari, nyt sä teit helvetin hyvän jutun, mites huomenna? (9)

Kyllähän se, kun ihmissuhteet on kunnossa, sekin on laatua parantava tekijä, ja erittäin paljon vaikuttaa siihen. - - Nyt on sanotaan urheilutermeillä aika yhteen suuntaan toimiva joukkue. (7)

Sanomalehden urheilutoimitusten esimiehillä on oltava journalistista osaamista kirjoittamisen ja taiton osalta, ja aineistossani he korostavat myös ihmisten johtamisen merkitystä työssään. Urheilutoimitusten esimiehet kokevat vaikuttavansa laatuun eniten luomalla urheilutoimittamiselle puitteet, jossa

laadukasta jälkeä – sekä sisällöllisesti että visuaalisesti – syntyy enemmänkin toimituskulttuurin ohjaamana kuin esimiehen käskemänä. Urheilutoimitusten esimiehet eivät puutu toimitustyön yksityiskohtiin mutta vaikuttavat urheilujournalismin laatuun valitsemalla urheiluosaston linjan, kannustamalla monipuolisiin näkökulmiin, tarjoamalla lisäkoulutusta ja pitämällä yllä myönteistä työilmapiiriä.

9.4 Urheilujournalismin kehityshaasteet

Urheilutoimitusten esimiesten näkemät tulevaisuuden haasteet liittyvät urheilusivujen sisältöön ja ulkonäköön, viestinten väliseen kilpailutilanteeseen, toimituksen organisaatioon, toimituksessa vallitseviin asenteisiin ja itse juttujen kohteeseen, eli urheiluun. Esimiesten mukaan urheilujournalismin kehityksen edellytyksiä ovat uutiskriteerien tarkastaminen, urheilun puheenaiheisiin tarttuminen entistä enemmän ja urheilusivujen ulkoasun muuttaminen entistä lukijaystävällisemmäksi ja visuaalisemmaksi. Edellä mainituissa kehityshaasteissa onnistuminen vaatii toimituksen työntekijöiltä asennemuutoksia, sillä haasteet koettelevat etenkin iäkkäämpien toimittajien vuosikymmenten aikana omaksumia työskentelytapoja. Esimiehet pitävät toimittajien muutosvastaisuutta yhtenä suurimmista kehityksen esteistä.

9.4.1 Uutiskriteerien muokkaaminen

Suurin urheiluun liittyvä haaste urheilujournalismille on irrottautua urheilun tapahtumakeskeisyydestä, monipuolistaa urheilusivujen tarjontaa ja sopeutua urheilun muutokseen. Urheilun muutoksella tarkoitan tässä lajien lisääntymistä ja niiden välisen hierarkian muuttumista – uusia suomalaistähtiä syttyy lajeissa, joista on vasta viime vuosina tullut esimerkiksi olympialajeja (lumilautailu näkyvimpänä esimerkkinä). Moni esimies painottaa sitä, että urheilutoimitusten on tarkastettava uutiskriteerinsä. Esimiehet edistävät avoimuutta uusia aiheita ja lajeja kohtaan. Se, että urheilussa on tapahtumia, ei sellaisenaan ylitä uutiskynnystä.

Hyvä esimerkki olisi tämä, kun meillä on täällä - - teatteri ja sinfoniaorkesteri, niin eihän meillä käy kulttuuritoimittaja jokaisessa teatterinäytöksessä tai sinfoniaorkesterissa katsomassa, että miten tää näyttelijä tänään näyttelee. Ei se jonkun pelaajan pelisuoritus viikossa hirveästi muutu.
(8)

Uutiskriteerien ottaminen täysin urheilutoimituksen omaan valtaan on vielä usean urheilutoimituksen haaste. Ulkopuolista painetta tietyistä lajeista ja kilpailuista kirjoittamiseen on yleisön ja urheiluväen suunnalta, ja useassa toimituksessa arastellaan vielä yleisön reaktioita jyrkkiin linjamuutoksiin.

Todellisuutta on kuitenkin se, että urheilun lajikirjo kasvaa, mutta urheilusivujen määrä ei. Kaikkien lajien ystäviä ei voi suurinkaan lehti miellyttää. Osa esimiehistä on jo tehnyt tiukkoja rajauksia aihevalikoimaan: jos laji ei kiinnosta yleisöä, ei se ansaitse julkisuutta urheilusivuillakaan. Jos uusi laji onnistuu hankkimaan harrastajia ja katsojia, urheilujournalismikin kiinnostuu siitä.

-- kyllä meidän täytyy reagoida sellaisiin lajeihin, joissa on runsaasti harrastajia ja nuoria harrastajia. Salibandy on yksi hyvä esimerkki, että kyllä sitä pitää nostaa, vaikka ne katsojamäärät ei vielä ole niin hyvät. Mutta vastaavasti pitää laskea sellaisia lajeja, joiden kohdalla juna meni jo, joku squash, sulkapallo, lentopallo, koripallokkin. (8)

Salibandyn lisäksi esimiehet mainitsevat nouseviksi eli julkisuutta ansaitseviksi ja yleisöä kiinnostaviksi lajeiksi muun muassa tenniksen, alppihiihdon, moottoriurheilun ja raviurheilun. Aineistoni perusteella sanomalehtien urheilusivuilta luetaan tulevaisuudessa paljon juttuja yksilölajeista, jotka ovat yleisöä viihdyttäviä ja joissa liikkuu paljon rahaa, kuten edellä mainitut tennis ja alppihiihto. Osuus sen sijaan kutistuu joukkuelajeilla, joiden on vaikea kasvattaa harrastajamääräänsä, kuten aineistossani mainitut lentopallo ja pesäpallo.

9.4.2 Urheilun puheenaiheisiin tarttuminen

Kun osa perinteisin tapahtumakeskeisin uutiskriteerein valituista aiheista jää vähemmälle huomiolle sanomalehtien urheilusivuilla, tilaa vapautuu sekä taustoittaville jutuille että urheilun puheenaiheisiin liittyville viihteellisille jutuille. Urheilutoimitusten esimiehet pitävät yhtenä urheilujournalismin tehtävänä viihdyttävän sisällön tarjoamista lukijoille (ks. luku 8). Esimiesten asettamien kehityshaasteiden valossa urheilujournalismin kepeän sektorin merkitys näkyy tulevaisuudessa ilmiöjuttujen lisääntymisenä ja räväkkänä ja kekseliäänä kirjoittamisena. Hyvä esimerkki aineistossani on esimies, joka pitää tärkeänä tarttua urheilun puheenaiheisiin.

Tommonen liikkeellelähdön nopeus pitäisi olla vielä herkempi, osattaisiin nopeammin tarttua ajankohtaisiin aiheisiin. En sano, että meidän pitää alkaa tehdä iltapäivälehtijournalismia, mutta iltapäivälehdissä on hirveän hyvä sellainen, että ne osaa tarttua asioihin. Reagointikyky on päivälehdissä monesti hieman jähmeä. (5)

SV: Mistä luulet, että se johtuu, jos kuitenkin molemmat, iltapäivälehdet ja päivälehdet, käy samoissa tapahtumissa?

Se johtuu aika paljon siitä, että ajatellaan, että päivälehden tehtävä on hoitaa sitä peruskauraa ja edelleen kertoa vaan sitä, mitä siellä tapahtuu. (5)

Jopa huhuihin ja juoruihin pitää tämä esimiehen mukaan tarttua – ei uutisaiheina, mutta esimerkiksi palstalla, joka on varattu nimenomaan puheenaiheille. Koska myös muutama muu esimies mainitsee

puheenaiheisiin tarttumisen, kehityshaasteen voi tiivistää ohjeeksi: ei pidä poistua hallilta kuuntelematta käytäväpuheita. Puheenaiheita urheilutoimittajan on oltava valmis poimimaan talteen sekä urheilijoilta että urheilua seuraavalta yleisöltä.

Me käydään joka sunnuntai kuuntelemassa palaute meidän lehdestä paikallisessa urheilubaarissa. Siellä tule myös urheilijoita koputtamaan olalle, että tiedätkö, tällaista on nyt menossa. Se kynnys esittää joku juttuidea tai kertoa joku uutinen on kuppilassa huomattavasti pienempi kuin että hän soittaisi tai lähettäisi sähköpostia tai tulisi käymään. (8)

Puheenaiheisiin tarttumisen kehityshaaste liittyy viestinten väliseen kilpailuun kahdella tavalla. Ensinnäkin kulissien takaisiin puheisiin tarttuessaan urheilutoimittaja voi saada tietoonsa oman uutisaiheen. Toiseksi päivälehtien urheilusivut lähestyvät tietyillä aihealueilla iltapäivälehtiä, joiden alaa viihde perinteisesti on. Koska urheilutoimitusten esimiehet asettavat kehityshaasteeksi myös uutisvoittojen saavuttamisen, sanomalehtien urheilusivujen muuttumista juorusivuiksi ei tarvitse pelätä.

9.4.3 Urheilusivujen visuaalistaminen

Esimiehet pitävät graafista esitystapaa yhtenä tekijänä, joka kehittää urheilujournalismia selostamisesta kohti analysointia. Grafiikan avulla urheilusuoritukset voidaan esittää ilman että kaikkea tarvitsee kirjoittaa auki. Grafiikan hyödyntäminen vähentää tarvittavaa tekstin määrää ja on samalla huomion kiinnostava visuaalinen elementti sivulla. Kun esimerkiksi ottelun tai kilpailun ratkaissut syöttökuvio, ohitus tai muu yksilösuoritus esitetään graafisesti, toimittajan tehtävä on analysoida, mikä tilanteeseen johti ja miksi urheilija onnistui tai epäonnistui.

Semmosella perinteisellä kirjoittajalla se on ehkä vähän vaikea hahmottaa sitä, että mitkä näistä asioista mä pystyn esittämään graafisesti ja silloin mun ei tarvii niistä kirjoittaa lainkaan. -- Sen tyyppinen tiedonhankinta on varsinkin niin sanotuille vanhemman polven toimittajille ehkä vähän vierasta, ne on tottuneet itse kertomaan. Tämän päivän systeemeihin on pakko mukautua. (9)

Tiedon esittäminen graafisesti vaatii urheilutoimittajilta ideointia, tiedonkeruuta ja analyttistä silmää urheilutapahtumiin. Grafiikan hyödyntäminen on yksi uusista työtavoista, joita esimiehet haluavat urheilutoimittajien omaksuvan nykyistä paremmin. Myös kuvien käytön ja taiton suhteen esimiehet näkevät kehitettävää.

Meidän pitäisi saada vielä enemmän sellaista räväkkyyttä meidän aloitussivuun. Siitä puhutaan, ja joskus se onnistuukin, mutta sillä kuvatarjonnalla ja niillä vapauksilla, mitä urheilusivuilla on, siitä avaussivusta pitäisi saada vielä sävyttävämpi. (4)

SV: Minkä takia?

Se leimaa sen koko osaston, jos se avaus saadaan tehtyä hyvin. Siitä tulee niin kuin että tässä on urheilu, tää on hieno. Lukijat on tyytyväisiä, talon sisällä on kivempi olla sellaisen osaston päällikkö - -. (4)

Urheilutoimitusten esimiehet näkevät tarvetta hyödyntää urheilun visuaalisuus paremmin sanomalehden sivuilla. Jos esimiesten edistämä visualisoituminen tapahtuu, urheilujournalismi profiloituu sanomalehden osastojen joukossa näyttäväksi sivustoksi, joka on selkeä levikkivaltti.

9.5 Kehityksen esteet

Urheilutoimittajien asenne urheilujournalismin kehittämistä ja omien työtapojensa muokkaamista kohtaan vaikuttaa esimiesten mielestä eniten urheilujournalismin onnistumiseen kehityshaasteissaan. Suurin kehityksen este on esimiesten toimittajakunnassa kohtaama muutosvastarinta. Kahdeksan kymmenestä aineistoni esimiehestä pitää ”näinhän se on aina tehty, mitä sitä muuttamaan” -tyyppistä asennetta kehitystä hidastavana tekijänä toimituksessaan. Yleensä asenne liittyy toimittajien ikään. Mitä pidempään urheilutoimittaja on jo alalla ollut, sitä vähemmän hänellä on innostusta ja kykyä muuttaa näkemyksiään ja työskentelytapojaan.

Ja sitten tietysti kun parikymmentäkin vuotta on alalla ollut, kyllähän se aika hankalaa on tietysti ruveta muuttamaan toimintatapoja, että lentopallopelistä on kirjoitettu aina 4 000 merkin juttu, niin miksi nyt kirjoitettaisiin 2 000:n tai 1 500 merkin juttu, jossa ei oikeastaan selostettaisi koko pelistä mitään. Sen omaksuminen vie aikaa. (7)

Muutoshaluttomuus näkyy siinä, että ideointi ja näkökulmien valinta toistuu yllätyksettömänä. Esimiesten edistämä kehitys esimerkiksi otteluselostusten, uutiskriteerien ja urheilujournalismin visuaalisuuden osalta toteutunee täysin vasta, kun uudenaikaiseen urheilujournalismiin kasvanut toimittajasukupolvi työskentelee urheilutoimituksissa. Eräs aineistoni esimiehistä ottaa esiin, että sukupolven on vaihduttava myös urheiluväessä.

Mutta kyllä siis vaaditaan se, että meillä vaihtuu sukupolvi myös näissä urheilutoimijoissa, ennen kuin me päästään ihan oikeasti aloittamaan puhtaalta pöydältä. Samoin kuin urheilutoimittajissa on tätä vanhaa kaartia, tarkoitan -40-luvulla syntyneitä, ehkä -50-luvun alussa syntyneitä. Ennen kuin ne saadaan pois urheilutoimituksista ja lajiliitoista, urheiluseuroista, niin ennen sitä ei voi siirtyä uudelle portaalle. (8)

Puhtaalta pöydältä aloittaminen viittaa tässä siihen, että urheilun toimijat ymmärtäisivät, että (tulevaisuuden) urheilujournalismi keskittyy vain sellaisiin lajeihin, joista on saatavissa kiinnostavia juttuja.

Urheilutoimituksen nuoren keski-ikäen esimiehet näkevät eduksi, sillä nuoruus yhdistetään innokkuuteen ja ennakkoluulottomuuteen.

Se [nuorten toimittajien asenne] näkyy uudenaikaisena kirjoittamisena, herkkyytenä tarttua kiinnostaviin ilmiöihin ja avarakatseisuutena kirjoittaa myös sellaisesta, mikä ei ole tätä tuttua ja turvallista ja perinteistä. -- Nähdä, oivaltaa ja reagoida. Siinä on sellainen ketju, että sillä syntyy hyvää journalismia, ei pelkästään urheiluun liittyen vaan kaikessa. (1)

Sen jotenkin aina huomaa, kun tulee kesä ja kesätoimittajat, että miten tavallaan se tekemisen ja innostumisen aste on vähän eritasoinen – se on paremmalla tasolla kuin sillä vakiporukalla täällä. Se on tietysti myös luonnollista intoa ihmisellä tuoda itseään esille ja saada nimeä. Samalla ehkä uudet juttuideatkin menee paremmin läpi; ei aina ajatella, että siitähän oli jo juttu 15 vuotta sitten, ei siitä kannata enää tehdä. (5)

Urheilutoimitusten esimiehet haluavat siis tuulettaa urheilutoimitusten työskentelytapoja ja näkökulmia ja palkata toimituksiin nuoria toimittajia.

Urheilutoimituksen resurssien vaikutus kehitykseen jakaa aineistoni kahtia. Toisten esimiesten mielestä resurssien vähyys, kuten henkilöstön pienilukuisuus, on kehityksen este, toisten mielestä laadukasta urheilujournalismia pitää pystyä tekemään olemassa olevilla resursseilla.

Esimiehet pitävät lisäkoulutuksen tarjoamista toimittajille yhtenä keinonaan vaikuttaa urheilujournalismin laatuun mutta kokevat voimattomuutta yrittäessään kannustaa alaisiaan jatkokoulutukseen tai kiertoon toiselle osastolle. He ovat joutuneet toteamaan, että kokeneiden urheilutoimittajien halukkuus kouluttautua ja hankkia lisää osaamista työn ohessa on vähäistä. Esimiehet pitävät tätä yhtenä asenteisiin liittyvistä kehityksen esteistä. Vain kaksi aineistoni esimiestä katsoo kiinnostuksen koulutukseen ja kiertoon olevan toimituksessaan riittävää.

Mulla on sellainen rooli vielä, että olen - - toimituksen koulutusvastaava tai koulutusyhteyshenkilö. Se on huvittava esimerkki, että kaikilla muilla osastoilla koulutukset pyörii kohtuullisen hyvin, mutta ei urheilussa. - - en tiedä, onko se yleisesti urheilutoimittajille tyypillistä, mutta meillä ei ole kovinkaan koulutushakuista väkeä urheilutoimituksessa. (4)

- - onko se se, että he itekin tietävät, että tulisi palautetta, joka ei välttämättä niin mairittelevaa olisi. Tai sitten asia ei vain kiinnosta. En tiedä sitä, jos jokin asia ei vain kiinnosta, miten sen toiselle takaisi ilman diktaattori- tai poliisivaltuuksia. Ei kenenkään toimittajan hommaa pysty sillain ohjaamaan. (2)

Toiset ottaa sen [koulutuksen tarjoamisen] innolla. Toiset ajattelee, että onko mun ammattitaidossa vikaa, kun mut halutaan tollaselle kurssille, mistä ei tietenkään ole kysymys, vaan siitä, että ne saisi itse jotakin lisää siihen työhönsä. (5)

Esimiehet toivoisivat urheilutoimittajien osallistuvan toimituksen osastojen väliseen kiertoon, jossa toimittaja työskentelee tietyn ajan muulla kuin omalla osastollaan. Etenkin vanhan polven urheilutoimittajia on vaikea saada kiinnostumaan kierrosta. Tämä on ristiriidassa sen kanssa, että monen esimiehen mukaan urheilutoimittajien moniosaamista arvostetaan muilla osastoilla. Vika tuntuukin olevan urheilutoimittajien itsetunnossa.

Esimiesten tarpeellisena pitämä kouluttautuminen vaihtelee ihmissuhdekursseista taloustoimittamisen kursseihin, mikä kertoo toimittajan työn monipuolisista vaatimuksista. Eniten esimiehet toivovat urheilutoimittajien osallistuvan kirjoittamiseen liittyvään koulutukseen, kuten kieliopin ja erilaisten juttutyyppeiden hallintaa parantaville kursseille. Useat esimiehet korostavat, etteivät urheilutoimittamisen vaatimukset eroa muusta journalismista.

Ei siitä varmaan mitään haittaa olisi, jos jokainen kävisi jonkun urheilososiologian tai urheilufilosofian tai jonkun tällaisen kursseilla, mutta jotenkin mä haluaisin ajatella niin, että ne on a) toimittajia ja b) urheilutoimittajia, että jos ne onnistuu kehittymään toimittajina, joka vanhastaan tarkoittaa sitä, että pystyy käsittelemään uusia eteen tulevia asioita sellaisella tavalla, että niistä pystyy muodostamaan ymmärrettävän jutun, niin haluaisin, että se ominaisuus päitisi myös urheilutoimittajiin. Jos niitä rupeaisi hirveästi urheilun sisään kouluttamaan niin kuin urheiluasioissa, niin voisiko käydä niin, että niistä tulisi entistä yksisilmäisempiä urheiluihmissiä? (6)

Urheilutoimitusten esimiehet pitävät tulevaisuuden kannalta ratkaisevana, että urheilutoimittajat laajentavat osaamistaan ja näkökulmiaan ja hankkivat työkokemusta myös muusta kuin urheilutoimittamisesta.

10 Johtopäätökset

Selvitin pro gradu -työssäni sanomalehtien urheilutoimitusten esimiesten käsityksiä hyvästä urheilujournalismista ja omasta roolistaan sen kehittäjinä. Aineistoni koostui kymmenen esimiehen teemahaastatteluista. Kysyin aineistoltani, millaista laadukas urheilujournalismi on sanomalehtien urheilutoimitusten esimiesten näkökulmasta, miten urheilutoimitusten esimiehet vaikuttavat urheilujournalismin kehitykseen koko kansan urheilujournalismiksi ja mikä puolestaan hidastaa urheilujournalismin kehitystä koko kansan urheilujournalismiksi.

Koko kansan urheilujournalismi -termi on lainattu eräältä tutkimushaastateltavaltani. Se kuvaa osuvasti esimiesten yhteistä tavoitetta, erilaiset yleisöt tavoittavaa urheilujournalismia. Urheilutoimitusten esimiehillä on hyvin lukijalähtöinen näkökulma laatuun: urheilujournalismia ei haluta suunnata pelkästään urheilunälkäläiselle erityisyleisölle, vaan tarjota kiinnostavaa sisältöä taustaltaan ja elämäntavoiltaan erilaisille lukijoille. Koko kansan urheilujournalismin pyrkiminen kertoo urheilujournalismin yleisösuhteen olevan murroksessa. Urheilujournalismia ei enää tehdä pelkästään erityisyleisölle, vaan urheiluun etsitään näkökulmia, jotka kiinnostavat muitakin kuin urheilufaneja. Naiset ja nuoret muodostavat urheilutoimitusten eniten tavoittelemat uudet yleisöt. Uuden yleisön tavoittelun taustalla on esimiesten halu turvata osaltaan sanomalehden teon kannattavuus ja jatkuvuus houkuttelemalla uusia tilaajia poistuvien tilalle.

Urheilutoimitusten esimiehet pitävät koko kansan urheilujournalismin kehityksen haasteina uutiskriteereiden muokkaamista vähemmän tapahtumakeskeisiksi, viihdyttävien ilmiöjuttujen lisäämistä ja urheilusivujen visuaalisen ilmeen parantamista. Haastetta aiheuttaa myös urheilutoimittajien muutosvastaisuus.

Suomalaisten esimiesten näkemät kehityshaasteet ovat osittain samoja, joita amerikkalaiset urheilutoimitusten esimiehet nimesivät Salwenin ja Garrisonin (1998) tutkimuksessa. Amerikkalaiset esimiehet halusivat niin ikään monipuolistaa urheilujournalismin sisältöä. He toivoivat urheilutoimittajille lisää osaamista talouteen, politiikkaan, oikeuteen ja jopa lääketieteeseen liittyen, aivan kuten suomalaiset kollegiansakin. Yhteistä on myös se, että naisten urheilua ja pieniä lajeja käsitteleviä juttuja halutaan lisää. Nuorten lukijoiden mielenkiinnon herättämistä pidetään erittäin tärkeänä sekä Suomessa että Yhdysvalloissa. Omista tuloksistani poiketen amerikkalaiset esimiehet näkivät puutteita urheilutoimittamisen ammattitaidossa ja etiikassa, kuten kirjoitustaidoissa ja

suhtautumisessa lähteisiin. Vastaavaa ongelmaa suomalaiset esimiehet eivät tuo esiin, päinvastoin he luottavat voimakkaasti toimittajiensa ammattitaitoon. Amerikkalaiset urheilutoimittajat näkivät urheilutoimittamisen suurimpien haasteiden eroavan muun journalismin haasteista. He katsoivat toimittajien ammattitaidon puutteiden olevan erityisesti urheilujournalismin ongelma. Muun journalismin he taas katsoivat kilpailevan lukijoista kovemmin kuin urheilusivujen, jotka ovat yksi lehden luetuimmista osioista. Suomalaiset esimiehet välttävät tekemästä eroa urheilujournalismin ja muun journalismin välille tarkastellessaan hyvän journalismin määreitä ja toimituksensa kehityshaasteita. He tarkastelevat urheilujournalismia osana muuta journalismia, mikä kertoo urheilujournalismin lähestyvän yleisjournalismia.

Urheilujournalismin nykyisen yleisösuhteen muuttaminen vaatii urheilujournalismilta näkökulmien ja visuaalisen ilmeen kehittämistä sekä uutiskriteereiden uudistamista. Linjan muutokseen liittyy ainakin kolme haastetta: kiinnostuvatko sekä uudet että vanhat lukijat koko kansan urheilujournalismista, innostuvatko urheilutoimittajat koko kansan urheilujournalismin toteuttamisesta ja onnistuvatko urheilutoimitusten esimiehet muutoksen johtamisessa. Urheilutoimituksia johtavien esimiesten on vastattava haasteisiin rakentamalla selkeä strategia, jonka avulla tavoiteltu päämäärä kirkastuu urheilutoimittajille. Suurin este koko kansan urheilujournalismin kehittymiselle ovat muutosvastaiset urheilutoimittajat.

10.1 Mitä on koko kansan urheilujournalismi?

Sanomalehtien urheilutoimitusten esimiehet odottavat laadukkaana urheilujournalismin ennakoivan urheiluun liittyviä tapahtumia, taustoittavan urheiluilmiöitä, viihdyttävän lukijoita ja tuovan urheilu esiin osana yhteiskuntaa. Näiden tehtävien puitteissa urheilun tulosaineisto ja analyttinen aineisto elävät rinta rinnan. Raskin (1985) ennustamaa polarisaatiota ei siis ole tapahtunut. Esimiesten urheilujournalismille erittelemät tehtävät ovat normatiivisia journalismin tehtäviä ja voisivat olla sanomalehden minkä tahansa osaston tehtäviä: asiantuntevaa, taustoittavaa, ennakoivaa ja viihdyttävää sisältöä tavoiteltaneen kaikissa toimituksissa. Urheilujournalismin tehtävien voi katsoa vastaavan Kuneliuksen (2000) nelijalkaisen journalismiotuksen koivista ainakin kolmea: tiedonvälitystä, tarinoiden kerrontaa ja julkisen keskustelun ylläpitämistä. Tarinankerronta ja julkisen keskustelun ylläpitäminen ovat tehtävistä ne, joissa urheilutoimitukset haluavat kehittyä eniten. Näissä tehtävissä onnistumisen esimiehet katsovat olevan tyypillistä nimenomaan laadukkaalle koko kansan urheilujournalismille, ei niinkään perinteiselle urheilujournalismille. Sen sijaan minkään yhteiskunnallisen toimijan julkiseksi resurssiksi – Kuneliuksen journalismiotuksen neljäs jalka –

esimiehet eivät urheilujournalismia aseta. Tämä voi johtua siitä, että he ajattelevat totutulla tavalla, että journalismin tulee olla vapaa eikä minkään tahon hyväksikäytettävissä. Toinen syy voi olla se, että urheilu ei välttämättä ole aihe, jonka kautta esimerkiksi tavallinen kansalainen voisi vaikuttaa yhteiskunnallisesti. Toisaalta esimiehet eivät myöskään näe, että urheilujournalismin tulisi vapautua minkään tietyn tahon resurssina toimimisesta. On kuitenkin selvää, että esimerkiksi urheilijoiden sponsorit hyötyvät urheilujournalismista; urheilijoiden saama julkisuus on heidän resurssinsa. Tämä on aiheellista huomioda, kun tehdään viihteellistä ja henkilöityvää koko kansan urheilujournalismia. Sponsoreiden vaikutus urheilun todellisuuteen ei saisi jäädä lukijoilta piiloon (esimerkiksi se, että urheilija valitsee sanansa sponsorisopimuksen sitomana).

Esimiesten urheilujournalismille määrittelemistä tehtävistä muodostuu nelikenttä, jolla urheilusta kerrotaan erityisosaamisen alueena, suorituksina, ilmiönä ja elämänalueena. Urheilun näkeminen yhteiskunnasta irralliseksi erityisalueeksi ja pelkiksi kilpailusuorituksiksi edustaa esimiesten perinteiseksi luokittelemaa suorituskeskeistä urheilujournalismia. Koko kansan urheilujournalismin painopiste on urheilun ilmiö- ja viihdesektoreilla, joilla fyysinen kilpaileminen ei ole pääosassa. Lehteä ei (enää) myydä toteavalla tulosjournalismilla, mikä on saanut esimiehet pohtimaan, miten urheilusta voisi kertoa uusilla ja kiinnostavilla tavoilla. He tuntuvat luottavan viihteen puhuttelevuuteen aikana, jolloin ihmisten ajasta ja rahasta kilpailevat useammat mediat kuin koskaan ennen. On kuitenkin tärkeää huomata, että urheilutoimituksissa viihdettä halutaan tuottaa hyvän journalismin perustein – todenmukaisesti ja objektiivisesti.

Urheilujournalismi on saanut journalismintutkijoilta moitteita siitä, että se tuottaa liian vähän kovia uutisia ollakseen vakavasti otettavaa uutisjournalismia – ja silti esimiehet haluavat lisätä urheilusivujen kevyttä ja viihteellistä sisältöä. Mitä tästä pitäisi päätellä? Itse näen, että esimiehet katsovat tiedonvälitystehtävän toteuttamisen olevan vakaalla perustalla toimituksissaan, sillä he eivät pidä uutistyötä suurena kehityksenkohteena. Toiseksi on muistettava, että koko kansan urheilujournalismin idean ydin on uusien lukijoiden houkutteleminen. Esimiehet uskovat viihteellisen aineiston purevan monimuotoisempaan ja suurempaan yleisöön kuin urheilu-uutisten. He korostavat, että tiedonvälitystehtävän toteuttaminen sinänsä ei vielä riitä koko kansan urheilujournalismille – esimerkiksi urheilutulokset kulkeutuvat yleisölle muista välineistä ennen kuin sanomalehti ehtii ilmestyä, joten sanomalehden sisältöjen pitää olla askelen edellä muilla tavoilla. Esimiehet haluavatkin vaikuttaa muotoon, jossa urheilutoimitus tietoa välittää: heidän mielestään urheilu on otollinen aihepiiri tarinankerronnalle. Hyvässä urheilujutussa on heistä tärkeintä ainutlaatuinen näkökulma. Sen jälkeen

tulevat napakka ja hyvä kirjoittaminen sekä houkutteleva ulkoasu. Esimiehet ovat oikeilla jäljillä siinä mielessä, että suomalaiset pitävät huippu-urheilua ennen kaikkea viihteenä (Ilmanen ym. 2004, 46–47). Kepeyden ja viihteellisyyden tavoite merkitsee myös sitä, että urheilujournalismia ei pidä pakottaa pelkän uutisjournalismin muottiin journalistisessa keskustelussa. Urheilujournalismin arviointiin tarvitaan uusia näkökulmia – relevanttia olisi arvioida esimerkiksi tarinan kerronnassa tai keskustelun herättämisessä onnistumista. Nämä ovat laatukriteereitä, joiden ohjaamana urheilujournalismia tehdään.

Toki esimiehet haluavat koko kansan urheilujournalismin onnistuvan myös urheilu-uutisoinnissa. Esimiehet toivovat uutisten aiheiden nousevan entistä useammin urheilun yhteiskunnallisista yhteyksistä, kuten urheilun politiikasta ja taloudesta. Tätä toivoivat Blombergin (1985) haastattelemat naisurheilutoimittajat jo 20 vuotta sitten. Savelan (1991) haastattelemat urheilutoimittajat toivoivat niin ikään tasapainoa kilpaurheilun ja taustajuttujen välille. Tulokset kertovat, että urheilujournalismi monipuolistuu, vaikkakin hitaasti. Uutistehtävässä kehittyminen ei liity niinkään uusien yleisöjen tavoitteluun, vaan urheilujournalismin yhteiskunnallisen profiilin nostamiseen. Vahtikoiran rooli ei siis ole jäämässä urheilujournalismissa viihdefunktion varjoon. Esimiehet korostavat sitä, että urheilutoimittajien pitää pystyä analysoimaan ja kommentoimaan urheilun uutisaiheita.

Urheilutoimitusten esimiehet pitävät urheilun taloussotkuja urheilun suurimpana ja hankalimpana ”syöpäläisenä” 2000-luvulla. Urheilun talouden kasvu horjuttaa urheilun normeja. Urheilun (ja samalla koko yhteiskunnan) normien vastainen toiminta on siirtynyt entistä enemmän urheilukentiltä urheilun kabinetteihin ja esimerkiksi vedonlyöntibisnekseen. Tämänkaltaisista ilmiöistä nousee paljon puheenaiheita, joista esimiehet haluavat välitettävän tietoa ja herätettävän keskustelua. Yksi esimiesten painottamista laatukriteereistä on vapaus julkiseen kritiikkiin. Urheilun epäkohtia käsittelevään journalismiin liittyy esimiesten mukaan enemmän ongelmia juttujen kohteiden kuin urheilutoimittajien puolella. Kriittisyyden haaste syntyy urheilujournalismin perinteestä: kriittisiä artikkeleita ei ole ollut tarpeeksi, eikä kriittisen vuorovaikutuksen kulttuuri ole vakiintunut urheilujournalismiin. Etenkin huippu-urheilun järjestelmän toimijat ovat saattaneet tottua siihen, että he saavat urheilujournalismin kautta julkisuuteen myönteisen kuvan urheilusta.

10.2 Urheilujournalismin yleisösuhteen muutos

Koko kansan urheilujournalismin tavoite merkitsee murrosta urheilujournalismin yleisösuhteessa: kestävätkö nykyiset vankat lukijasuhteet uusien lukijasuhteiden luomiseksi tehtävät linjan muutokset?

Yhteen aihealueeseen (urheilu) keskittyvän journalismin alalajin on haasteellista tavoittaa niin heterogeeninen yleisö, jota sanomalehtien esimiehet koko kansan urheilujournalismilla tavoittelevat. Samaan aikaan olisi pidettävä nykyiset lukijat tyytyväisinä ja hankittava uusia lukijoita. Jotta urheilusivut houkuttelisivat muitakin kuin urheilun aktiiviseuraajia, urheilusta on kirjoitettava kansan kielellä ja nostettava esiin taustoja, henkilöitä ja ilmiöitä, ei vain suorituksia ja tuloksia. Enemmistö urheilusivujen nykyisistä lukijoista on nuoria ja keski-ikäisiä miehiä, jotka urheilutoimitusten esimiesten mukaan haluavat lukea valtalajeista ja urheilutapahtumista. Perinteinen tapahtumakeskeinen urheilujournalismi saattaa olla juuri sitä, mitä he lehdeltä odottavat. Viihteellinen ja kepeä koko kansan urheilujournalismi, joka kertoo myös harvinaisemmista lajeista, ei välttämättä tyydytä näitä ”lajifriikkejä”. He saattavatkin siirtyä seuraamaan ensisijaisesti muita medioita. Yleisöä ja urheilun sponsoreita esimerkiksi nuorisourheilun lisääminen urheilusivuilla ilahduttanee. Urheilun julkisuuskuva käsitellessä kyselytutkimuksen mukaan suomalaiset liittävät huippu-urheiluun negatiivisia piirteitä, kuten dopingin, kaupallisuuden ja voittamisen pakon, mutta kuntourheilua ja nuorten seuratoimintaa puolestaan pidetään pääsääntöisesti myönteisinä (Ilmanen ym. 2004, 46–47). Yritykset ovat alkaneet suunnata sponsorointieuroja entistä enemmän nuorisoliikuntaan, koska pitävät sitä yhteiskuntavastuullisena kohteena (Hakola 2005).

Sanomalehden urheiluosaston kovimmat kilpailijat tapahtumakeskeisen sisällön osalta ovat televisio ja internet. Televisiokanavien valtti on nopeus tiedon ja elämysten välityksessä. Koko kansan urheilujournalismin näkökulmasta television heikko puoli on urheilutarjonnan yksipuolisuus. Kun kanavat ovat ostaneet ohjelmistoonsa tiettyjä lajeja, nämä lajit ovat vallanneet suuren osan myös kanavien urheilu-uutislähetyksistä (Nieminen 2005, 181). Tietystä lajista innostuneen fanin kannalta tämä on tietysti vahvuus, koska hän voi keskittyä seuraamaan tiettyä kanavaa. Näin ajateltuna sanomalehden urheilusivut eivät koskaan täysin täytä tällaisten fanien odotuksia, koska sanomalehti kertoo useista lajeista sen sijaan, että syventyisi yhteen. Yhdysvalloissa pienten erityisyleisöjen tavoittamisen (narrowcasting) uskotaan olevan urheilutiedonvälityksen tulevaisuutta (Shank, M.D. 1999, Sayren ja Kingin 2003, 293 mukaan). Viestinten välistä kilpailua urheiluyleisöistä kiristävät tiettyihin lajeihin erikoistuneet televisiokanavat (kuten esimerkiksi Golf Channel).

Lehtipuolella sanomalehtien lukijoita kärkevät urheilun erikoislehdet. Ne saattavat viedä sanomalehdiltä sellaisia lukijoita, joita koko kansan urheilujournalismi ei tyydytä. Toisaalta sanomalehtien esimiesten kaavailema taustoittava ja keskusteleva linja voi toteutuessaan pitää urheilusivujen ydinlukijat entistä paremmin sanomalehden otteessa: lukeakseen henkilöjuttuja tai

osallistuakseen omaa suosikkilajia koskeviin ajankohtaisiin keskusteluihin ei tarvitse ostaa urheilun erikoislehteä. Sanomalehtien ja erikoislehtien sisällöt saattavatkin lähentyä toisiaan analyttisten taustajuttujen osalta, jolloin kilpailu urheilufanien huomiosta kiristyy. Jos urheilujournalismin kehitys Suomessa johtaa erityisyleisöjen tavoitteluun kuten Yhdysvalloissa, koko kansan urheilujournalismin olemassaolo on entistä tärkeämpää – olettaen, että sanomalehdissä jatkossakin on urheilusivut. Juuri urheilun suurkuluttajat maksavat erikoislehdistä ja -kanavista, mutta suuri yleisö lukee urheilujutut sanomalehdestä.

Sanomalehden heikkous nykypäivän mediatulvassa on se, että ilmestyessään lehti kertoo ”eilsen uutisia”. Verkkopalveluidensa ansiosta sanomalehdet tosin kirivät sähköisten viestinten rinnalle reaaliaikaisuudessa. Tulevaisuudessa suurempi osa lukijoista saattaa lukea lehtensä verkossa kuin paperiversiona, mikä johtaa paperilehtien tilauskannan pienentymiseen. Sanomalehtien urheilutoimitusten esimiehet pyrkivät välttämään tätä kehitystä lisäämällä paperilehden urheilusivuille taustoittavaa, keskustelevaa ja viihteellistä sisältöä. Näin sanomalehti saadaan elämään kauemmin kuin uutisaamun ajan. Henkilö- ja ilmiöjutut ovat ajankohtaisia, vaikka lehteä palaisi lukemaan illalla tai seuraavana päivänä.

Sanomalehtien urheilusivujen perinteisten lukijoiden tai urheilufanien tuskin tarvitsee olla huolissaan koko kansan urheilujournalismin tähtäävästä kehityksestä. Kyseessä ei ole täyskäännös, joka veisi urheilusivuilta kilpaurheiluun tai tapahtumiin liittyvän sisällön, vaan linjan terävöittäminen, joka parhaassa tapauksessa tuo lisää urheiluyleisöä kiinnostavaa sisältöä. Sitä puolestaan on vaikea ennakoida, saavatko sanomalehdet kokonaan uusia yleisöryhmiä kiinnostumaan urheilusivujen lukemisesta. Haastavia ryhmiä lienevät esimerkiksi omaan talouteen muuttavat nuoret, joille lehden tilaamisen kustannukset saattavat olla liian suuret, tai naiset, joita koti- ja työkiireiden lomassa kiinnostavat enemmän kuntourheilulehdet kuin sanomalehden urheilusivut. Sanomalehtien lukemiseen käyttävät eniten aikaa yli 60-vuotiaat, joten urheilutoimituksien pitäisi pystyä huomioimaan myös heidät, vaikka nuoria lukijoita tavoittelevatkin (Tilastokeskus).

10.3 Urheilutoimitukset tarvitsevat laatustrategian

Urheilutoimitusta tarkasteltiin tässä tutkielmassa asiantuntijasaarekkeena lehtitalon organisaatiossa. Asiantuntijavaltainen työ on ammatillista erikoistumista ja osaamista vaativaa, ja työntekijä yleensä hallitsee työn sekä sisällöllisesti että menetelmällisesti esimiehensä paremmin. Kuten edellä todettiin, sekä suomalaiset että amerikkalaiset urheilutoimitusten esimiehet kokevat toimittajien osaamisen

olevan ratkaisevaa urheilujournalismin laadun kannalta. Esimiehet ovat ymmärtäneet johtavansa asiantuntijaorganisaatiota, jonka tärkein pääoma on juuri toimittajien osaaminen.

Sanomalehtien urheilutoimitusten esimiehistä löytyy kolme erilaista johtajatyyppeä: valmentajat, vastuunkantajat ja työn edellytysten järjestäjät. Jaottelu perustuu esimiesten tapaan jäsentää oma roolinsa johtajana.

Valmentajat johtavat työyhteisöä taka-alalta ja odottavat toimittajien toimivan yhteisten periaatteiden mukaisesti ilman merkittävää ohjausta. He kieltäytyvät jakamasta käskyjä, koska kokevat sen tappavan toimittajien luovuuden. Heidän vahvuuksiaan ovat taitava luovien ihmisten johtaminen ja hyvän ilmapiirin luominen. Valmentajien johtamistyylin heikkous on se, etteivät he määritä tarpeeksi voimakkaasti linjaa, joka kehittäisi toimituksen työskentelyä kohti koko kansan urheilujournalismia. Valmentajilla olisi varaa tehdä radikaaleja muutoksia toimituksensa linjaan ottelu- ja tapahtumajuttujen vähentämiseksi ja ilmiö- ja henkilöjuttujen lisäämiseksi houkutellessaan uusia lukijoita paremmin.

Vastuunkantajat puolestaan ovat tehneet hyvin selväksi, millaisia näkökulmia urheiluun odottavat toimittajiltaan. Koko kansan urheilujournalismin edistämisessä he ovat askelen valmentajia edellä, sillä he eivät epäröi tehdä rajaa kiinnostavien ja vähemmän kiinnostavien lajien, tapahtumien ja henkilöiden välille. Heidän johtamisessaan on hyvää selkeän vision tekeminen tiettäväksi. Riskinä tosin on, että toimittajat passivoituvat tai ärsyntyvät tästä johtamistyylistä, koska asiantuntijoille tyypillisesti haluavat mieluiten itse päättää, miten työnsä tekevät.

Työn edellytysten järjestäjät johtavat toimitusta ennen kaikkea huolehtimalla siitä, että toimittajilla on resurssit toteuttaa asiantuntemustaan parhaalla mahdollisella tavalla. He puuttuvat ideointiin tai näkökulmien valintaan muita esimiestyyppejä vähemmän. Vaarana onkin, että he ja heidän ajatuksensa koko kansan urheilujournalismista jäävät etäisiksi urheilutoimittajille. Hyvää on se, että työn edellytysten järjestäjät ymmärtävät, että asiantuntijat saa viihtymään ja omistautumaan työlleen tarjoamalla heille toimivan työympäristön ja parhaat mahdolliset työvälineet.

Urheilutoimitusten johtajilla on visio – tehdä koko kansan urheilujournalismia. Se, kuinka hyvin he ovat onnistuneet siirtämään visionsa käytäntöön, on eri asia.

Suurimpana koko kansan urheilujournalismin kehityksen esteenä esimiehet pitävät urheilutoimittajien muutosvastaisuutta. Vaikka esimiehet jo ajattelevat urheilutoimittajia ensisijaisesti toimittajina ja vasta sitten urheilutoimittajina, urheilutoimittajat itse pitävät kiinni urheilutoimittajan identiteetistään ja jopa

estävät alansa kehittymisen välttämällä lisäkouluttautumista. Näin ollen urheilutoimittajien osaamista on vaikea suunnata uuden linjan luomiseen. Esimiehet kokevat itsensä tämän haasteen edessä voimattomiksi. Toimittajien muutoshaluttomuus näkyy siinä, että ideointi ja näkökulmien valinta toistuvat yllätyksettöminä. Ongelma koskee kokeneen polven urheilutoimittajia, minkä johdosta esimiehet kohdistavatkin suuria odotuksia nuoriin urheilutoimittajiin.

Toinen koko kansan urheilujournalismin toteutumista hidastava seikka on se, että urheilutoimitusten esimiehet eivät vaikuta urheilujournalismin laatuun yhtä paljon kuin kuvittelevat vaikuttavansa. Esimiehet pitävät oivaltavia näkökulmia koko kansan urheilujournalismin tärkeimpänä laatukriteerinä, mutta vain harva todella vaikuttaa juttujen näkökulman valintaan. Esimiehillä on myös korkea kynnys puuttua toimittajien työnjälkeen kirjoittamisen ja taiton osalta. Kuitenkin he haluavat houkutella uusia lukijoita juuri ulkoasultaan näyttävien sivujen avulla. Esimiehille luontevin tapa vaikuttaa toimittajien työhön on tehdä se toimituskulttuurin kautta. He pyrkivät luomaan puitteet, joissa laatua syntyy kuin itsestään yhteisen linjan ja myönteisen työilmapiirin ansiosta. Sellaisten kehityshaasteiden kohdalla kuin esimerkiksi toimittajien lisäkouluttautuminen tämä ei kuitenkaan riitä.

Johtamista vierastetaan vielä sanomalehtien urheilutoimituksissa, mutta päinvastoin johtamista on syytä lisätä. Hyvällä asiantuntijaorganisaation johtajalla on sekä valmentajan, vastuunkantajan että työn edellytysten järjestäjän ominaisuuksia. Avainsanat johtamisen kurssin tarkentamiseen ovat visio ja sitouttaminen. Urheilutoimituksista puuttuvat laatustrategiat, vaikka esimiehillä paljon ajatuksia laadusta onkin. Tällä hetkellä esimiehet luottavat liikaa siihen, että laadukasta urheilujournalismia syntyy hyvän toimituskulttuurin ohjaamana. Hyviä juttuja varmasti syntyykin, mutta johtaako kehitys koko kansan urheilujournalismiin ja esimiesten tavoittelemaan sanomalehden tulevaisuuden turvaamiseen? Esimiehen tekemä strategiasuunnitelma auttaisi sekä esimiestä että toimittajia keskittymään siihen, missä urheilutoimituksen halutaan olevan erityisen hyvä. Strategiaan pitäisi sisällyttää kunkin toimituksen kehityshaasteet, niiden toteuttamisen aikataulu ja yhteinen visio, koko kansan urheilujournalismi. Koko kansan urheilujournalismin vision ja strategiasuunnitelman avulla urheilutoimittajat voisi saada sitoutumaan itsensä kehittämiseen yhteisen edun nimissä. Itsekin urheilutoimituksessa työskennelleenä uskon, että strategia olisi luontevaa suunnitella toimituksissa yhdessä – tämäkin olisi yksi keino sitouttaa toimittajat tavoitteisiin. Strategian toteutumista voitaisiin seurata käymällä toimituksen tuottamia sivujen sisältöä ja ulkoasua perusteellisesti läpi muutaman kerran vuodessa koko toimituksen voimin. Toimitusten olisi myös hyvä kerätä systemaattisesti lukijapalautetta.

Urheilutoimitusten esimiesten on myös tärkeää kehittää omia johtamistaitojaan. Esimiehet tarvitsevat lisää työvälineitä urheilujournalismin laatuun vaikuttamiseen ja toimittajien motivoimiseen. Tulevien toimittajien kannalta lupaa hyvää, että Tampereen yliopiston tuore journalistiikan vieraileva professori Hannu Olkinuora lupaa laatia omat kurssit toimituksen johtamiselle ja esimiestyölle (Stenbäck 2007). Tiedotusopin laitoksella on tehty selvitys mediajohtamisen koulutuksen käynnistämisestä yhteistyössä johtamistieteiden laitoksen kanssa.

10.4 Lopuksi ja uusiksi aluiksi

Tavoitteeni tämän tutkielman teossa oli antaa puheenvuoro urheilujournalismin tekijöitä johtaville esimiehille ja tuoda esiin uutta tietoa urheilujournalismin laatuksista sekä siitä, mikä toimituksen esimiehen rooli on urheilujournalismin kehittämisessä. Lopuksi on syytä tarkastella, pääsinkö tavoitteeseeni ja miten tästä jatkaisin eteenpäin.

Valitsemani aineistonkeruumenetelmä, teemahaastattelu, toimi hyvin ja tuotti runsaasti mielenkiintoista aineistoa. Teemahaastattelu ja aineistolähtöinen analysointi antoivat tilaa esimiesten pohdinnalle ja tutkimuskysymysten lopulliselle muotoutumiselle. Esimiesten yleisölähtöinen laatu näkökulma kulki työni punaisena lankana ja johti analysoimaan urheilujournalismin kehittymistä erityisyleisölle suunnatusta journalismin alalajista hyvin erilaiset yleisöt tavoitettavaksi journalismiksi.

Yhdistin tutkielmassani kaksi laajahkoa näkökulmaa, toimituksen tuottamien sanomien laadun ja toimituksen johtamisen. Urheilujournalismin laatu oli aineistonkeruun pääteema, ja tämän teeman analyysissä pääsin syvimmälle. Huomaan, että urheilutoimituksen johtaminen toimisi kokonaisen pro gradun aiheena. Tutkielmani tarkastelee toimituksen johtamista vasta yhdestä näkökulmasta, mutta tulokseni antavat hyvät lähtökohdat aiheeseen liittyvälle jatkotutkimukselle. Sanomien laadun ja toimitustyön johtamisen kytköstä voisi selvittää edelleen ottamalla urheilutoimittajat mukaan tutkimusasetelmaan. Urheilutoimittajilta saisi tärkeää tietoa siitä, mitä he odottavat esimieheltään esimerkiksi juttujen näkökulmien pohdinnan, urheilusivujen ulkoasun toteuttamisen ja käytännön työolosuhteiden järjestämisen osalta. Urheilutoimitusten käytännön työtä hyödyttävä jatkotutkimusaihe on tapaustutkimus urheilutoimituksen laatustrategian luomisesta ja toteuttamisesta. Kolmas tärkeä ja mielenkiintoinen jatkotutkimusaihe on urheilujournalismin yleisö(t). Urheilujournalismista kiinnostuneiden tutkielmantekijöiden kannattaisi selvittää, ketkä eri medioiden urheilujournalismia kuluttavat ja mitä he haluavat lukea, katsella tai kuunnella. Urheilutoimitusten esimiesten käsityksiä

urheilujournalismin kehityssuunnista olisi mielenkiintoista verrata siihen, mitä yleisö urheilujournalismilta odottaa ja miksi se sitä kuluttaa.

Akateeminen urheilujournalismin tutkimus on nuorta ja on toistaiseksi ollut Suomessa melko vähäistä. Urheilujournalismin tutkimus on keino pitää urheilujournalismi mukana journalistisessa keskustelussa. Urheilujournalismia ei opeteta korkeakouluissa, eikä siitä juuri keskustella esimerkiksi journalismin erikoislehdissä tai seminaareissa – ellei aihetta ole syytä ruotia erityistapausten, kuten dopingskandaalien uutisoinnin yhteydessä. Urheilujournalismin käytännön työn ja laatutavoitteiden avaaminen voi osaltaan tehdä urheilujournalismia näkyväksi ja huomioiduksi esimerkiksi journalistien koulutuksessa. Tämän näen tärkeäksi siksi, että urheilujournalismin pariin saataisiin lisää eri tavoin koulutautunutta ja erilaisista yhteiskunnallisista asioista kiinnostunutta toimittajakuntaa. Toimittajien monimuotoisuus on merkittävä laatutekijä missä tahansa toimituksessa.

Lähteet

- Alasuutari, Pertti (1995) *Laadullinen tutkimus*. 3. uudistettu painos. Tampere: Vastapaino.
- Alasuutari, Pertti (2004) *Social Theory & Human Reality*. Lontoo: Sage.
- Bennis, W. (1989) *On Becoming a Leader*. Perseus Books. Cambridge. Massachusetts. Sit.
- Sydänmaanlakka Pentti (2004) *Älykäs johtajuus. Ihmisten johtaminen älykkäissä organisaatioissa*. Hämeenlinna: Talentum Media Oy.
- Blomberg, Hilla (1984) *Nainen urheilutoimittajana*. Liikuntasosiologian pro gradu. Jyväskylän yliopiston.
- Eskola, Jari & Suoranta, Juha (1998) *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Heinonen, Ari (1995) *Vahtikoiran omatunto. Journalismin itsesääntely ja toimittajat*. Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitoksen julkaisuja sarja A84/1995.
- Hemánus, Pertti (1973) *Urheilu tiedotusvälineissä: viihdyttävä vai vaikuttaja*. Teoksessa Heinilä Kalevi & Wuolio Jukka (toim.) *Huippu-urheilu ja yhteiskunta*. Jyväskylä: Jyväskylän kesä ry.
- Hemánus, Pertti (1983) *Urheilujournalismi ja huippu-urheilu: heijastussuhde vai symbioosi?* Teoksessa Vuolle Pauli: *Liikuntaviestintä*. Jyväskylän yliopiston liikuntasuunnittelun laitoksen opetusmonisteita n:o 9/1983.
- Hemánus, Pertti (1990) *Journalistiikan perusteet. Johdatus tiedotusoppiin 2*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena (1982) *Teemahaastattelu*. Helsinki.
- Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena (2001) *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki.
- Hirsjärvi, Sirkka; Remes, Pirkko & Sajavaara Paula (1997) *Tutki ja kirjoita*. 10:s osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Ilmanen, Itkonen, Matilainen & Vuolle (2004) *Urheilun julkisuuskuva*. Jyväskylän yliopisto, liikunnan sosiaalitieteiden laitoksen tutkimuksia 1/2004.

- Juuti, Pauli (2006) *Organisaatiokäyttäytyminen*. Aavaranta-sarja. Keuruu: Otava.
- Järvinen, Pekka (2000) *Esimies ja työyhteisön kehittäminen*. Porvoo: WSOY.
- Järvinen, Pekka (2005) *Ammattina esimies*. Ekonomia-sarja. Helsinki: WSOYpro.
- Kasvio, Antti (1994) *Uusi työn yhteiskunta. Suomalaisen työelämän muutokset ja kehittämismahdollisuudet*. Jyväskylä: Gaudeamus.
- Keränen, E. (1979) *Toimitustyön differoituskehitys. Toimitustyön historia Suomessa*. Suomen sanomalehdistön historiaprojektin julkaisuja n:o 13. Helsinki. Sit. Blomberg, 1984.
- Keränen, E. (1982) *Toimitustyön differoituskehitys Suomen sanomalehdistössä*. Helsingin yliopiston Suomen historian lisensiaattityö. Sit. Blomberg, 1984.
- Kivikuru, Ullamaija (1995) *Journalismin tutkimus*. Teoksessa Sana Elina (toim.) Tieto-opista mediapeliin – journalismin tutkimuksen näkökulmia. Juva: WSOY.
- Koljonen, Kari (2000) *Asiamiesten selostuksista ammattilaisten analyysiin. Helsingin Sanomien urheilujournalismi vuosina 1973–1998*. Tiedotusopin pro gradu. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisuja A95/2000.
- Koljonen, Kari & Heikkilä Heikki (2002) *No, miltäs nyt tuntuu, urheilutoimittaja?* Tiedotustutkimus 25:1, 101–107.
- Kunelius, Risto (1998) *Viestinnän vallassa. Johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin*. Juva: WSOY.
- Kuutti, Heikki (1995) *Tutkiva journalismi. Journalistinen suuntaus ja suomalaisen journalismin tutkivuus*. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.
- Kuutti, Heikki (1998) *Tärkeä ja torjuttu tutkiva journalismi*. Teoksessa Perko Touko & Salokangas Raimo (toim.) Kymmenen kysymystä journalismista. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.
- Lehtinen, Tiina-Liisa (2006) *Nais- ja miesurheilijoiden representointi Helsingin Sanomissa vuoden 2004 Ateenan olympialaisten kontekstissa*. Suomen kielen pro gradu. Jyväskylän yliopisto.

Lehtivuori, Raisa (2002) *Urheilutoimittaja ja doping. Millaiseksi suomalaiset urheilutoimittajat kokevat oman roolinsa doping-uutisoinnin ristipaineissa?* Journalistiikan pro gradu. Jyväskylän yliopisto.

Lumpiola, Monika (2004) *Naisurheilija uhrautuu menestyäkseen, miesurheilijan vaimo uhrautuu miehensä menestyksen vuoksi. Retorista analyysiä Urheilulehden ja naistenlehtien tavasta kirjoittaa menestyneistä urheilijoista.* Tiedotusopin pro gradu. Tampereen yliopisto.

Nieminen, Esa (2005) *Raha valitsee urheilulajit television urheilu-uutisiin.* Tiedotustutkimus 28:1, 181–188.

Nieminen, Hannu & Pantti, Mervi (2004) *Media markkinoilla. Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen.* Helsinki: Loki-Kirjat.

Penttilä, Pauliina (2001) *Pomona toimituksessa – Uutis- ja toimituspäälliköiden roolit ja tehtävät pienissä 7-päiväisissä sanomalehdissä.* Tiedotusopin pro gradu. Tampereen yliopiston julkaisuja sarja A 99/2001.

Pietilä, Jyrki (2005) *Olympian kisa, mediakisa jo itsenäisyytemme alussa.* Teoksessa Pietilä: Viestintää jo vähän kaikki. Artikkeleita alalta neljältä vuosikymmeneltä. Tampere: Pilot-kustannus Oy.

Pirinen, Riitta (1998) *Sukupuoli ja mediaurheilu.* Teoksessa Halmesvirta Anssi & Roiko-Jokela Heikki (toim.) *Urheilu, historia ja julkisuus.* Suomen urheiluhistoriallisen seuran vuosikirja 1998. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.

Pänkäläinen, Seppo (1998a) *Suomalainen urheilujournalismi.* Liikuntatieteellisen seuran Impulssi nro XV. Tampere: Tammer-paino.

Pänkäläinen, Seppo (1998b) *Urheilujournalismin musta aukko.* Teoksessa Vettenniemi Erkki (toim.) Piikki Lihassa. *Unelma puhtaasta urheilusta.* Helsinki: Akilles.

Pänkäläinen, Seppo (1998c) *Urheilujournalismiko kritiikitöntä?* Teoksessa Perko Touko & Salokangas Raimo (toim.) *Kymmenen kysymystä journalismista.* Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.

Pänkäläinen, Seppo (1998d) *Lyhyt johdatus suomalaiseen urheilujournalismiin ja sen tutkimuksen historiaan.* Teoksessa Halmesvirta Anssi & Roiko-Jokela Heikki (toim.) *Urheilu, historia ja julkisuus.* Suomen urheiluhistoriallisen seuran vuosikirja 1998. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.

- Rahkonen, Jorma (2002) *Myllylästä Mühleggiin: miten doping muutti sanomalehtien urheilujournalismia*. Journalistiikan pro gradu. Jyväskylän yliopisto.
- Rask, Regina (1985) *Suomalaiset urheilutoimittajat huippu-urheilun järjestelmässä*. Tiedotusopin pro gradu. Tampereen yliopisto.
- Rentola, Marketta (1999) *Uskalla olla esimies!* Teoksessa Maasilta Mari (toim.) Journalismin muutoskaruselli. Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopiston tiedotusopin laitos. Vammala.
- Rowe, David (1999) *Sport, Culture and the Media. The Unruly Trinity*. Open University Press.
- Rowe, David (2005) *Fourth estate or fan club? Sports journalism engages the popular*. Teoksessa Allan Stuart (toim.) *Journalism: Critical Issues*. Berkshire, England: Open University Press.
- Salmenkylä, Matti (1998) *Kansainvälinen urheilutoimittajainliitto täyttää 75 vuotta*. Teoksessa Halmesvirta Anssi & Roiko-Jokela Heikki (toim.) *Urheilu, historia ja julkisuus*. Suomen urheiluhistoriallisen seuran vuosikirja 1998. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.
- Salwen, Michael B. & Garrison, Bruce (1998) *Finding Their Place In Journalism. Newspaper Sports Journalists' Professional "Problems"*. *Journal of Sport & Social Issues* 22:1, 88–102.
- Savela, Juha (1991) *Urheilutoimittaja ja huippu-urheilun järjestelmä: lajiniilon pitkä tie analyytikoksi*. Tiedotusopin pro gradu. Tampereen yliopisto.
- Shank, M. D. (1999) *Sports Marketing: A Strategic Perspective*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Sit. Sayre & King (2003) *Entertainment & Society. Audiences, Trends, and Impacts*. California: Sage.
- Sipilä, Jorma (1996) *Asiantuntija ja johtaja. Miten hallitsen nämä kaksi roolia?* *Ekonomia*-sarja. Porvoo: WSOY.
- Sydänmaanlakka, Pentti (2004) *Älykäs johtajuus. Ihmisten johtaminen älykkäissä organisaatioissa*. Hämeenlinna: Talentum Media Oy.
- Tommila, Päiviö & Salokangas, Raimo (1998) *Sanomia kaikille. Suomen lehdistön historia*. Helsinki: Edita.

Toivonen, Milla (2003) *Kansallissankarit dopingdraaman pyörteissä. Aamulehden ja Ilta-Sanomien vuoden 2001 hiihdon MM-kisojen dopingskandaalia koskevan uutisoinnin analysointia*. Tiedotusopin pro gradu. Tampereen yliopisto.

Vilén, Jan (2006) *Taistelua ja kyyneleitä. Helsingin Sanomien ja Aamulehden urheilusivujen sukupuolen uutisointia Ateenan vuoden 2004 kesäolympialaisista*. Tiedotusopin pro gradu. Tampereen yliopisto.

Virtapohja, Kalle (1998) *Sankareiden salaisuudet. Journalistinen draama suomalaista urheilusankaria synnyttämässä*. Jyväskylä: Atena.

Virtapohja, Kalle (1999) *Mediaurheilun rotaatiomalli urheiluskandaalien selittäjänä*. Teoksessa Karvala Samu (toim.) *Urheilujournalismista talousjournalismia*. Mediainstituutin katsauksia 2/1999.

Virtapohja, Kalle (2002) *MM-Lahti toi lakimiehet urheilujournalismiin*. Tiedotustutkimus 25:1, 95–100.

Vuolle, Pauli (1983) *Liikunnan joukkotiedotus maamme liikuntaviestinnän kentässä*. Teoksessa Vuolle Pauli: *Liikuntaviestintä*. Jyväskylän yliopiston liikuntasuunnittelun laitoksen opetusmonisteita n:o 9/1983.

Wiio, Osmo A. (1987) *Urheilun asema joukkoviestinnässä*. Teoksessa Pyykkönen Teijo (toim.) *Urheilun kansallinen merkitys*. Liikuntatieteellisen Seuran moniste n:o 10.

Lehtiartikkelit:

Ala-Kivimäki, Petteri (2005) *”Lihaoopperaa miehille”* Helsingin Sanomat B9, 21.11.2005.

Hakola, Tero (2005) *”Urheilun sponsorirahat tiukassa”* Helsingin Sanomat B8, 23.4.2005.

Herlin, Niklas (2005) *”Arvokas perinne”* IS-Urheilu s.8, 22.11.2005.

Helsingin Sanomat (2006) *”Urheilutoimittajain Liitolla 75-vuotisjuhlat”* Helsingin Sanomat B17, 4.11.2006.

Sihvonen, Petteri (2006) *”Urheilujournalismista jälleen kerran”* Urheilulehti s. 8, 18.8.2006.

Stenbäck, Irma (2007) ”*Hannu Olkinuora sai journalistiikan ensimmäisen vierailuprofessuurin*”
Helsingin Sanomat C1, 21.3.2007.

Verkkolähteet:

Iltalehti 2007. Uusi asetus määrittää maksuttomina tv-ruudussa näkyvät urheilukisat. [www-dokumentti] <http://perhealbumi.iltalehti.fi/urheilu/200702225777208_ur.shtml> (Luettu 6.5.2007)

Kunelius, Risto (2000) *Journalismi nelijalkaisena otuksena: tutkimuksen näkökulmia, ongelmia ja haasteita*. Tiedotustutkimus 23:3, 4–27. [www-dokumentti]
<<http://www.uta.fi/kirjasto/oppimiskeskus/verkkoaineisto/yht/Kunelius.pdf>> (Luettu 15.2.2007)

Levikintarkastus Oy. Levikkitiedote 2005. [www-dokumentti]
<<http://www.levikintarkastus.fi/tiedotteet/Levikkitiedote2005.pdf>> (Luettu 28.4.2006)

Liikenne- ja viestintäministeriö 2005. Taustamuistio: Erityistä yhteiskunnallista merkitystä omaavien tapahtumien televisiointi. [www-dokumentti] <<http://www.mintc.fi/oliver/upl863-Taustamuistio.pdf>>
(Luettu 6.5.2007)

Pirinen, Riitta (2006) *Urheileva Nainen lehtiteksteissä*. Akateeminen väitöskirja. Tampereen yliopisto, sosiologian ja sosiaalipsykologian laitos. [www-dokumentti] <<http://acta.uta.fi/pdf/951-44-6574-1.pdf>>
(Luettu 4.5.2007)

Suomen Liikunta ja Urheilu. Kansallinen liikuntatutkimus 2005–2006. [www-dokumentti]
<http://www.slu.fi/mp/db/file_library/x/IMG/37708/file/vapaaehtoistyo%5f2005%5f2006.pdf> (Luettu 30.10.2006, muutettu 6.5.2007)

Tilastokeskus. Sanomalehdet: Päivälehtien sisältö 1991–2004. [www-dokumentti]
<http://tilastokeskus.fi/til/jvie/2004/jvie_2004_2006-03-09_tie_001.html> (Luettu 10.2.2007)

Tilastokeskus. Televisio: Televisiokanavien ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 1997–2004. [www-dokumentti] <http://www.tilastokeskus.fi/til/jvie/2004/jvie_2004_2006-03-09_tie_001.html> (Luettu 10.2.2007)

Tilastokeskus. Mediatalous: Joukkoviestimiin käytetty aika 2004. [www-dokumentti]

<http://www.tilastokeskus.fi/til/jvie/2004/jvie_2004_2006-03-09_tie_001.html> (Luettu 4.5.2007)

Televisio-ohjelmat

Urheiluruutu. *NBC maksoi kolme miljardia euroa Pekingin vuoden 2008 olympialaisten tv-oikeuksista.*

Esitetty 26.10.2006 Yle TV1.

Liitteet

Liite 1 Teemahaastattelun kysymysrunko

1 Haastateltavan taustatiedot

- Koulutus
- Työhistoria
- Ikä
- Sukupuoli

2 Esimiehen työnkuva

- Työnkuva urheilutoimituksen esimiehenä
- Vastuualueet
- Urheilutoimituksen koko
- Toimituksen organisaatorakenne esimiehen yläpuolella

- Kauanko työskennellyt tässä tehtävässä
- Millaisiin muutoksiin on itse vaikuttanut työssään
- Lehden urheilutoimituksen linja

- Millaiseksi kokee roolinsa työyhteisössä
- Kokeeko olevansa johtaja
- Millainen osa työtä johtaminen on
- Millaista on johtaa nimenomaan urheilutoimittajia

3 Urheilujournalismin laatu

- Miten määrittelee, mitä urheilujournalismi on
- Mitä tarkoittaa laatu urheilujournalismista puhuttaessa
- Miten itse vaikuttaa laatusuhteisiin, jotka mainitsee
- Miten laatu toteutuu omassa toimituksessa
- Arvioidaanko toimituksen työn laatua

- Mitkä ovat urheilutoimituksen kehityshaasteita tällä hetkellä
- Millaisia mahdollisia esteitä näkee kehitykselle
- Miten urheilutoimittajan tulisi täydentää osaamistaan alalla ollessaan

4 Tutkiva urheilujournalismi

- Mitä tutkiva journalismi esimiehen mielestä on
- Onko toimitus tehnyt juttuja, joiden esimies katsoo edustavan tutkivaa journalismia
- Onko tutkivalle urheilujournalismille tilausta ja mistä aiheista
- Mikä mahdollisesti estää tutkivan urheilujournalismin toteutumista

Liite 2 Haastateltavien taustatiedot

nro	sukupuoli	ikä	urheilutoimituksen esimiehenä (v.)
1	M	38	2,5 v.
2	M	42	7 v.
3	M	44	3 v.
4	M	43	5 v.
5	M	45	8 v.
6	M	41	6 v.
7	M	40	10 kk
8	M	40	2 v.
9	M	46	2 v.
10	M	47	5 v.

Keskiarvo:		42,6	4,1