



Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Anssi Shemeikka

Miten Huuhkajien arvokisapaikasta uutisoitiin maailmalla marraskuussa 2019?

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi

Elokuvan ja television tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

6.11.2020

Tekijä(t) Otsikko	Anssi Shemeikka Miten Huuhkajien arvokisapaikasta uutisoitiin maailmalla marraskuussa 2019?
Sivumäärä Aika	32 sivua + 1 liitettä 6.11.2020
Tutkinto	Medianomi
Tutkinto-ohjelma	Elokuva ja televisio
Suuntautumisvaihtoehto	Televisio- ja radiotuotanto
Ohjaaja(t)	Lehtori Sami Huohvanainen
<p>Tässä opinnäytetyössä tutkitaan, miten kansainväliset mediat uutisoivat Suomen miesten jalkapallomaajoukkueen (Huuhkajat) ensimmäisestä arvokisapaikasta marraskuussa 2019. Tavoitteena on selvittää, millaista uutisointi oli esimerkiksi kerronnaltaan ja teemoiltaan.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimustapana toimii tapaustutkimus. Analyysimenetelmänä toimii teemoittelu. Opinnäytetyö on toteutettu analysoimalla aineistoa, joka käsittää 12 Huuhkajien saavutuksesta kertovaa verkkouutista. Aineisto on valittu painottaen medioiden asemaa ja roolia maassaan suhteessa urheilujournalismiin ja jalkapalloon.</p> <p>Aineistosta poimittujen esimerkkien pohjalta tehdään johtopäätökset, millaista uutisointi oli esimerkiksi tyyliltään ja määrältään. Teorialuvuissa käsitellään journalismia, uutista sen peruslähtökohdista, uutiskriteereitä, urheilujournalismia ja sen mahdollisesti muusta uutisjournalismista eroavia uutiskriteereitä. Lisäksi käsitellään teorialuvuissa urheilusankareita.</p> <p>Laaja kansainvälinen uutisointi vaikutti asettuvan luonnolliseen jatkumoon Suomen maajoukkueen kirkkaimman tähden, tuolloin Valioliigassa maaleja iskeneen Teemu Pukin ilmiömäisen syyskauden jälkeen. Pukin tunnetut urteot Valioliigassa olivat selkeä ja perusteltu valinta tarinan päälinjaksi. Pukin lisäksi toiseksi tärkeäksi narratiiviksi mediat valitsivat saavutuksen historiallisuuden ensimmäisenä kertana.</p> <p>Aineiston pohjalta tehdään johtopäätökset siitä, että uutisointi Huuhkajien arvokisapaikasta oli maailmalla odottamattoman monipuolista. Se sisälsi myös useampiakin narratiiveja kuin vain Pukki ja saavutuksen historiallinen luonne.</p>	
Avainsanat	Journalismi, urheilujournalismi, jalkapallo, Huuhkajat, urheilu

Author(s) Title	Anssi Shemeikka How was the Finnish national football team's entry to the European Championships reported in the world?
Number of Pages Date	32 pages + 1 appendix 6 November 2020
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Film and Television
Specialisation option	Television and Radio Broadcasting
Instructor(s)	Sami Huohvanainen, Senior Lecturer
<p>This thesis investigates how the Finnish national football team's first entry to the European Championships was reported in the world in November 2019. Aim of the final project was to examine the narration and themes of the reportage.</p> <p>The research method of the report is a case study and as a method of analysis different themes are analyzed. The report is done by analyzing data comprising 12 different online news regarding achievement of Finland. The material is selected with an emphasis on the status and role of media in the football coverage of their country.</p> <p>Conclusion are made about the style and quantity of coverage by drawing examples from the data. In the theoretical chapters, journalism, news as a basic premise of journalism, news criteria, sport journalism and its news criteria possibly differing from other journalism are discussed. I deal with sport heroes in the theoretical chapters as well.</p> <p>Wide international news coverage seemed to settle into a natural continuum of Finland's brightest football star Teemu Pukki's astonishing autumn season in 2019. Pukki's great acts were clear and reasoned choice as a main line of the stories. In addition to Pukki the other choice of media as another narrative was historicity of achievement.</p> <p>I made conclusions from the material that news coverage around the world regarding subject was unexpectedly varied. In addition to Teemu Pukki and the historical nature of the achievement, the coverage also included other narratives.</p>	
Keywords	Journalism, sport journalism, football, Huuhkajat, sport

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Journalismi ja uutinen	2
2.1	Uutiskriteerit ja sosiaalinen media	2
2.2	Journalismin neljän jalan perusta	3
2.3	Otsikointi ja klikkijournalismi	4
3	Uutiskriteerit urheilujournalismissa	7
3.1	Urheilujournalismi ja yhteiskunta	11
3.2	Päähenkilöt ja sankarit urheilujournalismissa	12
3.3	Maalintekijät urheilusankareina	15
3.4	Suomea koskevan kansainvälisen uutisoinnin uutisarvo Suomessa	17
4	Miten Huuhkajien arvokisapaikasta uutisoitiin kansainvälisesti?	17
4.1	Mitä sanoja ja aiheita otsikoissa esiintyi?	20
4.2	Kultainen sukupolvi ja historia narratiivina	23
4.3	Huuhkajien kannattajat ja juhlat	25
4.4	Voitonjuhlien kuvauksellisuus	26
4.5	Narratiivina englantilainen jalkapalloseura Norwich	27
5	Uutisoinnin aallot ja lähteet	30
6	Johtopäätökset ja pohdintaa	31
	Lähteet	34
	Liitteet	
	Liite 1. Linkit aineistona oleviin uutisiin	

1 Johdanto

Suomen miesten jalkapallomaajoukkueen historiallinen ensimmäinen arvokisapaikka marraskuussa 2019 ei herättänyt huomiota ainoastaan suomalaisessa mediassa. Kansainvälinen lehdistö oli kotimaisen ohella laajasti kiinnostunut vaatimattomana jalkapallomaana tunnetun Suomen saavutuksesta ja tarinasta.

Toimittajan työni johdosta olin tapahtumien aikana ja sen jälkeen laajasti kosketuksissa tähän – ei täysin uuteen mutta vuosia piilossa olleeseen – ilmiöön: kansainvälisten viestimien kirjoittamiseen maailman suurimmasta ja suosituimmasta urheilulajista Suomen näkökulmasta.

Työtehtäväni painottuvat Huuhkajiin aina silloin, kun maajoukkue on pinnalla erilaisten otteluiden ja karsintojen myötä. Havaitsin marraskuussa 2019 Suomen historiallisen saavutuksen kynnyksellä, että kansainvälistä mediaa saapui Helsinkiin paikan päälle harvinaisen suuret joukot. Silloin syntyi ensimmäinen ajatus tästä opinnäytetyöstä.

Ilmiö tuli vastaan esimerkiksi uutissivustoilla internetissä ja kisapaikan ratkaisseen Liechtenstein-kamppailun otteluvuorolla Helsingin katukuvassa. Ulkolaisten medioiden toimittajia ja kuvaajia parveili maajoukkueen media-aktiiviteeteissa selvittämässä, miksi Suomen miehet ovat etenemässä ensimmäistä kertaa kisoihin.

Alusta asti minua kiinnosti, mikä tai kuka on näiden juttujen narratiivi, mitä syitä saavutuksen taustalla nähdään, mitkä mediat ovat panostaneet aiheeseen eniten, ja miksi. Mikä on yleisen perustietämyksen taso suomalaisesta jalkapallosta, ja esiintyykö tarinoissa yhä Suomen jalkapallohistorian tunnetuimpien yksilöiden, Jari Litmasen ja Sami Hyypiän kautta etenevää kerrontaa?

Tutkimuskysymykseni on: miten Huuhkajien EM-kisapaikka uutisoitiin ulkomailla?

Hypoteesini oli, että ulkomaalainen uutisointi Huuhkajien EM-kisapaikasta tulisi vahvimmin Brittien saarilta, ja ne keskittyisivät voimakkaasti Englannin kahdella korkeimmalla sarjatasolla mainetta niittäneeseen Suomen tämän hetken kuuluisimpaan jalkapalloilijaan Teemu Pukkiin.

Työn aineistona toimii 12 kansainvälisistä medialähteistä poimittua uutista. Aineisto sisältää niin yleisradioyhtiöitä, vain jalkapalloon keskittyviä verkkojulkaisuja, yleisiä päivälehtiä kuin urheilun erikoisjulkaisuja. Aineistoa yhdistää kunkin median yleinen arvovalta urheilun ja jalkapallon uutisoinnissa maansa sisällä.

Tapaustutkimuksena tehtävän opinnäytetyön analyysimenetelmänä on teemoittelu. Aineiston pohjalta tehdään laadullista analyysiä, määrällisiä havaintoja sekä tehdään huomioita, millaista kerrontaa eri maiden mediat tilanteessa käyttivät.

2 Journalismi ja uutinen

2.1 Uutiskriteerit ja sosiaalinen media

Journalismi, tiedonvälitys, perustuu uutiseen. Se vastaa kysymyksiin mitä, missä, milloin, miten ja miksi. Uutista voidaan pitää journalismin vanhimpana ja vakiintuneimpana muotona. (Bruun, Koskimies & Tervonen 1986.)

Uutinen on jotain uutta, ennen kertomatonta tai jotain, mikä tapahtuu juuri nyt. Sen täytyy kiinnostaa useita ihmisiä. Uutinen on siis jotain, mitä ihmiset haluavat tietää tai millä on merkitystä ihmisten elämään ja yhteiskuntaan. Uutisaihe voi löytyä mistä vain. (Rönkä 2014.)

Yle Uutisten kokenut uutisankkuri Matti Rönkä kuvailee yläpuolella rautalangasta uutisen synnyn ja sen lähtökohdat. Voidaan sanoa, että samat kriteerit ovat voimassa kaikkialla mediakentällä uutistoimituksesta ja -aiheesta riippumatta.

Röngän määritelmää uutisesta voidaan tarkentaa norjalaisten sosiologien Johan Galtungin ja Marie Holmboe Rugen uutiskriteerien luettelolla vuodelta 1965. Kaikkiaan 15 kriteerin taulukko pitää sisällään esimerkiksi jatkuvuuden, toistuvuuden, kulttuurisen merkittävyyden ja yllättävyyden. (Galtung & Ruge 1965, 64–90).

Journalismi tasapainoilee jatkuvasti yleisöä kiinnostavien aiheiden ja tiedonvälittämisen velvollisuuden välillä. Vaaka kallistuu jompaankumpaan suuntaan aina riippuen siitä, onko kyseinen uutisen tuottava mediatalo voittoa tavoittelevan liiketoiminnan lainalaisuuksiin perustuva kaupallinen media vai yleisradioyhtiö. Molemmissa tapauksissa media on kuitenkin itse vastuussa julkaisemastaan tiedosta (Minilex 2020).

Uutiskriteerit täyttäväksi tapahtumiksi luetaan tänä päivänä jatkuvasti kirjavampi joukko asioita. Tässä suhteessa merkittävin muuttuja toimintaympäristössä on ollut sosiaalinen media, jonka sisältö haastaa medioiden ja niiden kuluttajien lähdekritiikin ja tarjoaa toimittajille yhden kokonaisen lähdeaineiston lisää. Yleisradion entisen toimitusjohtajan Lauri Kivisen mukaan sosiaalinen media vaatii toimituksilta entistä tarkempaa pelisilmää:

Medialla pitäisi olla riittävästi viisautta arvioidessaan kulloisenkin somekohun yhteiskunnallista merkitystä. Ja sen pitää olla erityisen tarkka siitä, että disinformaatiota ei päädy sen kanaviin. (Aukia 2020.)

Sosiaalinen media on myös muuttanut toimittajien työskentelyä, sillä Helsingin yliopiston tutkimuksen mukaan toimittajista jopa 90 prosenttia on joskus saanut juttuaiheen sosiaalisesta mediasta (M&M 2017). Toimittajien suhtautuminen uuteen tulokkaaseen ei ole kuitenkaan mutkatonta, vaan 70 prosenttia vastaajista katsoo sosiaalisen median saaneen tarpeettoman suuren painoarvon journalistisessa työssä. 75 prosenttia piti sosiaalisen median tietojen luotettavuutta sen suurimpana ongelmana journalismin näkökulmasta. (M&M 2017.)

2.2 Journalismin neljän jalan perusta

Julkisen keskustelun ylläpito, tiedon ja tarinoiden välittäminen, yksi julkinen resurssi. Näin Risto Kunelius määrittelee journalismin ja tekee siitä nelijalkaisen otuksen. (Kunelius 2000, 5.)

Kuneliuksen otuksen toinen raaja viittaa journalismiin tarinankertojana, mutta tarinallisuus puolestaan jakautuu vielä kahteen osaan. Tarinan sisältöön ja tyyliin voidaan panostaa suurella pieteetillä, mutta se voi olla myös jo itsessään tunnetasolla ihmistä liikuttava inhimillinen tarina. (Kunelius 2000, 9.)

Otuksen kolmas raaja edustaa Kuneliuksen mukaan journalismin vastuuta yhteiskunnallisen dialogin synnyttäjänä ja ylläpitäjänä, subjektiivisten ja objektiivisten asioiden erottelijana. Subjektiivisen on tarkoitus päästä ääneen silloin, kun se on mielipiteenä edustava, poikkeuksellisen painava ja auttaa tiedonvälitystä. Samalla subjektiivisen mielipiteen ilmaisemista turvataan erilaisten yleisönosastojen kautta. (Kunelius 2000, 12.) Moderni versio tästä on puolestaan erilaiset uutistalojen kyselyt sosiaalisessa mediassa yleisöä polttavasta ja puhuttavasta aiheesta.

Journalismin neljäs jalka on Kuneliuksen mallin mukaan julkisena resurssina tietyille yhteiskunnallisille toimijoille oleminen. Journalistit haluaisivat Kuneliuksen mukaan ajatella työnsä olevan puhdasta ja pelkkää tiedonvälitystä, mutta siitä on aikojen kuluessa muodostunut myös kaikukoppa erilaisten laitosten omalle julkiselle työlle. Kuneliuksen mukaan neljäs jalka ei ole kuitenkaan vain negatiivinen asia, kun myönnetään ja tiedostetaan journalismi julkisen toiminnan näkyvänä resurssina. (2000, 18.)

2.3 Otsikointi ja klikkijournalismi

Omakohtaisen kokemuksen mukaan otsikointiin keskitytään uutistoimituksissa jatkuvasti aiempaa enemmän. Otsikointi on mielestäni jatkuvaa tasapainoilua mahdollisimman suuren houkuttelevuuden, epäselvän salaperäisyyden ja riittävän katteen välillä.

Hyvä verkko-otsikko houkuttelee klikkaamaan ilman, että se on kryptinen tai katteeton. Otsikko kertoo jutun olennaisen sisällön, ja lisäksi siinä mahtuu vaikkapa tuomaan esiin ristiriidan tai kertomaan jotain yllättävää. Otsikko on painokas ja oivaltava. Ei siis näin: "Haluatko tehdä töitä tehokkaammin? Tämä 2 sekunnin kikka auttaa", ja jutussa kikaksi paljastuu ryhdin suoristaminen tai seisomaan nouseminen. Pahimmillaan otsikko johtaa harhaan. Kas näin: "Maistuuko Juha Miedolle mämmijäätelö?", ja sitten sitä ei kerrotakaan jutussa. (Nieminen 2016.)

Journalisti-lehden kolumnisti Anna-Sofia Nieminen havainnollistaa yläpuolella nettiotsikoinnin haastavuutta. Kuluttaja ei useinkaan ohita huonoa otsikointia vain olankohautuksella, vaan kokiessaan otsikon myötä tullessa jopa petetyksi seurauksena saattaa olla jopa median yleistäminen vastenmieliseksi ja jatkossa sen karttaminen. Huono otsikointi on johtanut jopa muiden lukijoiden varoittamiseen ja Klikinsäästäjä-nimisen ilmiön syntymään (Kumpula 2016).

Klikkiotsikoksi kuvataan otsikkoa, joka ei vastaa jutun sisältöä joko tarpeeksi tai lainkaan. Niille ovat ominaisia demonstratiivipronominit (tämä), proadverbit (näin) ja kysymykset. (Leppänen 2016.) Klikkijournalismin määrittely ei kuitenkaan ole yksinkertaista, sillä esimerkiksi Kotuksen sanakirjan määritelmä on oudolla tavalla ristiriitainen. Sen mukaan klikkijournalismissa verkko-otsikot määritellään niin uteliaisuutta herättäviksi, että ne saavat lukijat avaamaan jutun (Kotus 2016).

Jussi Kaita-aho kuitenkin muistuttaa, ettei kaupallista mediaa olisi, jos verkkojuttuja ei luettaisi. Merkittäväkin uutinen saattaa jäädä lukematta, jos sen otsikkoon ei ole panostettu.

Mitä klikkijournalismi sitten oikeasti on? Se on laiskaa otsikointia, joka tuottaa usein pettymyksen jutun auki klikkaavalle. Klikkiotsikossa sisältö korvataan kiertoilmaisuilla ja ylisanoilla kuten järkyttävä, repäisevä, ällistytävä, käsittämätön tai jäätävä. Klikkiotsikko peittelee jutun ydintä, liioittelee, esittää arvoituksia, pahimmillaan johtaa harhaan. Klikkiotsikko on mauton, ja yleensä sillä yritetään tehdä mitättömästä aiheesta koukuttava. Nyökkisääntönä voi todeta, että jos asian ydintä ei voi nostaa otsikkoon, aihe ei todennäköisesti ole tärkeä, tai edes kovin kiinnostava. Tylsän otsikon ja klikkiotsikon välillä on iso harmaa alue. Joskus otsikointi onnistuu, joskus ei. Erityisesti uutisotsikosta pitäisi selvittää jutun ydin, eli se mitä on tapahtunut. Jutun koko sisältöä ei ole järkeä oksentaa otsikkoon. Hyvä otsikko on informatiivinen ja iskevä, mutta samalla siinä on jokin koukku, joka saa haluamaan lukea lisää aiheesta. Halpamaisuuksiin ei tarvitse sortua: kiinnostuksen voi herättää vaikkapa nostamalla jutusta esiin mielenkiintoisen yksityiskohdan. (Kaita-aho 2017.)

Paljon puhutun median murroksen ehkä konkreettisin ilmentymä on journalististen sisältöjen siirtyminen printistä verkkoon. Sähköinen viestintä muodosti joukkoviestinnän markkinoista vielä vuonna 2000 20 prosentin osuuden, mutta 15 vuotta myöhemmin luku oli lähes tuplaantunut 38 prosenttiin. Samaan aikaan kustannustoiminta romahti 72 prosentista 57 prosenttiin. (Tilastokeskus 2016.)

Journalismi verkossa ja printissä ei ole samanlaista, ainakaan kärjeltään. Mistä tämä johtuu? Suurin muuttaja on ollut verkon ja data-analytiikan syntyminen ja myöhemmin kehittyminen. Lukijoiden käyttäytymistä on nykyisin mahdollista seurata ja tulkita erittäin tarkasti. Tämä on yksi klikkijournalismin syntymiseen vaikuttaneista tekijöistä. (Koponen & Leppänen 2013, 132.)

Philip M. Napolin teos *Audience Evolution*, jota Koponen ja Leppänen lainaavat, kertoo journalistisesta intuitiosta, johon ennen data-analytiikkaa nojaututtiin juttujen tekemisestä, sisällön rakentamisesta ja otsikoinnista päätettäessä (Koponen & Leppänen 2013, 132).

Yleisön käyttäytymistä alettiin mitata, kun digitaalisista sisällöistä tuli toimituksessa arkipäivää. Havaittiin, että lukijoiden liikkeistä sai aiempaa tarkempaa tietoa niin lehden kuin yksittäisen jutunkin osalta. Kuka tahansa verkkosivun ylläpitäjä pystyi tarkistamaan serverin lokitiedostoista tarkan sivulatausten määrän. Lukijoiden koneelle ladattujen väliaikaistiedostojen, eli niin kutsuttujen keksitiedostojen (cookies), avulla näistä vierailutiedoista saattoi erottaa yksittäiset kävijät. Keksitiedostojen avulla lehdet rakensivat mittareita sivulatausten perusteella hinnoiteltuun mainosmyyntiin. Kuten paperilehdessä aiemmin, myös verkkosi-

sällön mainoksia tarjottiin levikkiä vastaan. Tällä kertaa hinnoittelu oli kuitenkin juttu-, ei lehtikohtainen. Kun yksittäisten juttujen klikkaustiedot tulivat näkyviin, lehdet havaitsivat luki- joiden hakeutuvan lähinnä viihdejuttujen pariin. Aiempien myyntitietojen valossa tämä ei ollut yllätys. Sen sijaan yllätyksenä voidaan pitää sitä, kuinka täydellisesti klikkausten määrä alkoi hallita keskustelua suosituimmasta jutusta. (Koponen & Leppänen 2013, 132.)

Koposen ja Leppäsen (2013, 133) mukaan data-analytiikan myötävaikuttama klikkauskulttuurin syntyminen alkoi ohjata mediataloissa kokonaisia toimituskäytäntöjä. Siinä missä journalismi oli aiemmin perustunut toimittajan asiantuntemuksen malliin, nyt tieto siitä, kuinka montaa kertaa juttu oli avattu, ohjasi journalismia ja toimitustyötä entistä reaktiivisempaan suuntaan. Aloite siirtyi toisin sanoen yleisölle.

Välittömällä nautinnolla kilpaileva journalismi luopuu vapaaehtoisesti yhteiskunnallisesti tehtävästään jakaa tietoa, ottaa kantaa ja ennen kaikkea vahtia valtaa. Vahtikoirasta on tullut puudeli, joka pyrkii miellyttämään. Tällaisen mediakirjoittamisen yhteiskunnallinen merkitys on syystä kyseenalaistettu. Lehtitaloille tilanne on turhauttava, sillä niiden sisällöntuotannon on tuotettava voittoa. Verkkomedioiden impressio- ja klikkausmainontaan painottuva liiketoiminta vääristää mediatalojen tarjontaa: sitä tuotetaan, mistä saadaan rahaa. Heti mitattavaa tulosta tuottava toiminta ei kuitenkaan välttämättä ole se, mistä lukijat ovat kiinnostuneita: lopulta eniten arvoa luo sisällöntuottaja, joka pystyy tehokkaimmin muuttamaan rahaksi lukijoiden aidon kiinnostuksen. Tarvitsemmekin entistä monipuolisempia tapoja arvottaa tekstejä niin taloudellisesti kuin yhteiskunnallisesti. Digitaalisen sisällön mittaamisen parissa voidaan tehdä paljon enemmän. (Koponen & Leppänen 2013, 133.)

Klikkausten mittaamisen ongelmaksi muodostuu se, etteivät ne kerro lukijan sitoutumisesta ja paneutumisesta itse artikkeliin. Koposen ja Leppäsen (2013, 133) mukaan klikkauksiin keskittyminen on jopa voinut heikentää medioiden kykyä kamppailla lukijoiden huomiosta, sillä klikkimäärien seuraaminen vaatii sisällöntuottajia optimoimaan sisältöön käytetyn huomion sijasta sisältöön pääsyä. Tämä puolestaan johtaa yhä raflaavampiin otsikoihin verkossa, jotka puolestaan lisäävät tiedon ja ymmärryksen sijasta epäselvyyttä, väärinkäsityksiä, luottamuksen horjumista journalismia kohtaan tiedonvälittäjänä sekä sen sekoittumista mainontaan ja markkinointiin (Koponen & Leppänen 2013, 133).

Lukija toimii verkossa myös tyystin eri tavalla sanomalehteen verrattuna. Hän liikkuu nettisivulta toiselle vinhaa vauhtia, silmäilee itseään kiinnostavia aiheita ja – toisin kuin sanomalehdessä – voi poistua huomattavasti matalammalla kynnyksellä uutisten äärestä (Leppänen 2016).

3 Uutiskriteerit urheilujournalismissa

Urheilujournalismi syntyi muuhun journalismiin verrattuna myöhäisessä vaiheessa, yhdessä ensimmäisten urheiluseurojen perustamisen sekä ensimmäisten modernien olympialaisten järjestämisen kanssa 1800-luvun lopulla (Räsänen 2011, 10). Nykyisellään uutisoinnin nopeus lukeutuu niin uutis- kuin urheilujournalisminkin tärkeimpiin arvoihin ja muodostaa olennaisen mittarin myös mediatalojen keskinäisessä kilpailussa, sillä uutisen painoarvoa lisää siitä ensimmäisenä kertominen (Virtapohja 1998, 90-91).

Urheilujournalismin aamuhämärässä nopeus ei kuitenkaan kuulunut ensisijaisiin arvoihin, vaan 1880-luvun lopulla urheilukisojen tuloksista saattoi lukea sanomalehdestä vasta viikko tapahtuman jälkeen. Kun suurimpiin päivälehtiin alettiin 1900-luvun ensimmäisillä vuosikymmenillä perustaa ensimmäisiä urheilutoimituksia, myös ajankohtaisuus ja -tasaisuus muodostui yhdeksi uutiskriteeriksi. Siihen asti urheilu-uutiset olivat olleet vain osana lehden muita uutisia. Median levittäytyttyä verkkoon urheilujournalismista tuli viimeistään vähintään yhtä reaaliaikaista kuin muustakin uutisseurannasta. (Räsänen 2011, 10.) Varhaisen vaiheen kehityksen jälkeen uutiskriteerit urheilujournalismissa ovat pysyneet pääpiirteissään samoina, mutta ne ovat kokeneet myös muutoksia ja tehneet jonkin verran eroa muun uutisoinnin kriteereihin.

Urheilussa kulttuurinen merkittävyys on esimerkiksi uutisjournalismin verrattuna muita kriteereitä merkittävämpi (Räsänen 2011, 14). Suurin väestönosa näyttää mielestäni seuraavan Suomessa urheilua lähinnä eräänlaisena arjen pakokeinona vailla kiinnostusta tai tarvetta seurattavan ottelun tai lajin syvällisempään ymmärtämiseen. Usein katsojalle merkitystä onkin käytännössä vain sillä, kenen kilpailun osapuolen puolella ollaan ja voittaako kyseinen osapuoli (Pöntinen 2014).

Urheilun kiinnostusarvosta ja sen sidonnaisuudesta menestykseen toinen esimerkki on Huuhkajien loppuunmyydyt EM-karsintaottelut Suomessa. Samaan aikaan kotimaisen jalkapallon pääsarjan Veikkausliigan katsomot eivät täyty samaa lajia Suomen ottelussa seuraamassa olleista ihmisistä. Ne lajit, sarjat ja kilpailut, joissa piilee eniten enemmistöä kiinnostavaa urheilua, urheilijoita ja välitöntä menestystä, ottavat palstatilan pienemmiltä lajeilta. Koska miesten urheilu koetaan enemmistön silmissä viihdyttävämmäksi, ohjaa se mediatkin enemmistön, maksavien asiakkaiden, perässä usein miesten urheilun pariin. Tutuimpina esimerkkeinä miesten urheilun ylivallasta mediassa toimivat

palloilusarjojen keskinäiset erot uutisoinnin määrässä. Sukupuoli ei kuitenkaan aina ole ratkaiseva tekijä vaan menestys. Tästä esimerkkeinä ovat toimineet esimerkiksi ampumahiihtäjä Kaisa Mäkäräinen ja Suomen naismaastohiihtäjät läpi historian.



Kuvio 1. Pressikatsomosta ottamani kuva muutama minuutti Suomi-Liechtenstein-ottelun jälkeen. Kuvan vasemmassa alareunassa järjestyksenvalvojat suojasivat koti- ja vierasjoukkueen pelaajat saartorenkkaalla kannattajien tulvittua juhlimaan historiallista hetkeä kentälle. Taustalla ilotulitus, josta tiedotettiin voitonvarmasti jo useita päiviä etukäteen. (Shemeikka 2019b)

Urheilun ja urheilujournalismin vahvan kansallisromanttisen piirteen pohjalla on urheilun merkittävä historiallinen paikka sotien ja Kalevalan kaltaisten – sekä mytologisten että tosipohjaisten – sankarikertomusten rinnalla. Ne toimivat suomalaisen kansallisidentiteetin rakentajina 1900-luvun alkupuolella. (Räsänen 2011, 10.)

Matti Nyrhinen nostaa esiin myös sosiaalisen ympäristön urheilu-uutisen kiinnostusarvon kasvattajana.

Urheilu-uutisia seurataan monesti pelkästään oman kiinnostuksen vuoksi. Toisaalta tapahtuma voi olla niin suuri tai poikkeuksellinen, että sitä on ikään kuin pakko seurata. Yksi vaihtoehto on se, että lukijan oma ympäristö seuraa jotain

tapahtumaa, ja hän on kuin pakotettu seuraamaan sitä mukana. Taustalla on joka tapauksessa joko valmiina oleva tai syntyvä kiinnostus aiheeseen. Sen voi laukaista aihe itse tai siitä tehty kerronta, journalistinen draama. (Nyrhinen 2013, 5.)

Kalle Virtapohja puolestaan muistuttaa, että kerronnalla, Nyrhisen mainitsemalla journalistisella draamalla, on erityinen merkitys nimenomaan urheilujournalismissa. Urheilun erityinen draama syntyy siitä tietoisuudesta, että tapahtumalla on selkeä loppu. Virtapohjan mukaan erityisesti tunne lopun lähestymisestä tuo erityisen jännitteen mukanaan. (Virtapohja 1998, 92.) Saman voidaan sanoa pätevän uutisjournalismissa esimerkiksi lähestyviä vaaleja koskevaan uutisointiin ja niiden ympärillä kiehuvaan median toimintaan.

Journalistinen draama, tapahtuman lähestyvän lopun tietoisuudesta syntyvä jännite, vetää urheilua seuraavan urheilujournalismin kuluttajaksi. Tämä on uutisjournalismin ja viihteen välimaastoon sijoitettavan urheilujournalismin erityinen ominaispiirre. Journalistinen draama rakentuu – kuten perinteinenkin draama – kahdesta perustekijästä eli henkilöistä ja teoista. Draaman kolmas osatekijä on vastakkainasettelu, jossa yhteen ottavat vaikkapa hyvä ja paha. (Virtapohja 1998, 84-85.)

Urheilujournalismissa negatiivisuuden uutiskriteeri poikkeaa puolestaan Räsäsen (2011, 14-15) mukaan uutisjournalismista. Käytän itse esimerkkinä Suomen futsalmaajoukkuetta: Jos lajin orastava menestysbuumi yhtäkkiä pysähtyy tappioihin, mediat ohittavat asian pienellä sivuhuomautuksella. Jos ilmiö puolestaan saa bensaa lisääntyvästä menestyksestä, media lisää aiheesta uutisoinnin määrää entisestään.



A Teemu Pukki brace helped Finland beat Lichtenstein and qualify for Euro 2020

Kuvio 2. Teemu Pukki paistatteli brittimedian päähuomiosta Huuhkajien suuressa hetkessä. Kuvakaappaus ja -teksti Daily Mailin artikkelista. (Lehtikuva 2019c)

Uutisjournalismiin verrattuna myös uutiskriteereistä tärkeimpänä pidetty objektiivisuus toimii urheilujournalismissa eri tavalla. Kansainvälisiltä Reutersin kaltaisilta uutistoimistoilta on perusteltua odottaa urheilussakin puolueetonta journalismia, mutta tilanne muuttuu kansallisen urheilumedian äärelle siirryttäessä (Räsänen 2011, 17). Oman maan urheilijoita ja joukkuetta hehkutetaan estoitta, muiden huomioarvo on nimellinen ja vain poikkeaviin tapahtumiin perustuva. Räsänen kuvailee urheilujournalismin asemaa suhteessa objektiivisuuteen seuraavassa osuvasti:

Urheilujournalismia ja urheilun uutisoimista voidaan tyyliänsä kuvailla perinteisen uutistoimittamisen ja toimittajan oman kommentoimisen välimaastoon sijoittuvaksi journalismiksi. Urheilu-uutinen paitsi kertoo urheilutapahtuman lopputuloksen, ottaa myös kantaa siihen johtaneisiin tapahtumiin. Nuo tapahtumat saatetaan kertoa eri tavoin ja välillä voimakkaankin kriittisesti. Käsittelytapa riippuu uutisen kertovan tiedotusvälineen kulttuurisesta suhteesta uutisessa esiintyviin osapuoliin. (Räsänen 2011, 17.)

Objektiivisuuden vaatimuksesta sekä uutis- että urheilujournalismissa vapautetaan tavallisesti vain paikallismediat, joiden eetokseen kuuluu elimellisesti juuri paikallisen

urheilun näkökulmasta kirjoittaminen (Räsänen 2011, 19-20). Paikallismedioissa korostuvat mielestäni myös läheisyys ja samastuttavuus.

3.1 Urheilujournalismi ja yhteiskunta

Urheilujournalismin puolueellisuutta ja tietynlaista laiskuutta on mielestäni nostettu alan sisällä julkisen keskustelun aiheeksi Suomessa viimeisen 5-10 vuoden aikana. Ilmiön ongelmallisuutta on korostettu viime vuosina kasvavissa määrin, kun yhteiskunnalliset aiheet, kysymys urheilun ja politiikan sekoittumisesta sekä ihmisoikeudet ovat nousseet muun yhteiskunnan mukana aiheiksi, joihin urheilun ja siitä kertovan journalismin on pakko ottaa kantaa.

Voidaan jopa ajatella, että urheilutiedottamisesta on tullut journalismia vasta urheilun piiriin astuneiden yhteiskunnallisten epäkohtien sekä talouden ja politiikan myötä. Huolimatta siitä, että suomalainen urheilujournalismi on vuosien varrella lähentynyt perinteistä uutisjournalismia, siinä on edelleen jälkiä urheilijataustaisten miesten 1900-luvun alussa kirjoittamista ensimmäisistä jutuista (Pänkäläinen 1998, 5). (Rantamäki 2009, 2.)

Urheilulehti *Elmon* toimituspäällikkö Jari Kupila kritisoi kirjoituksessaan suomalaisten urheilumedioiden kykyä käsitellä urheilun ja politiikan suhdetta ja käyttää esimerkkinä Valko-Venäjän levottomuuksien ja keväällä 2021 maassa järjestettävien jääkiekon MM-kisojen suhdetta. Kupila kritisoi myös urheilumedioiden varovaisuutta merkittävimpien urheilujohtajien asettamisessa vastuuseen sanoistaan tai sanomatta jättämisistä sekä toistuvasti käytettävää populistista juttutyyppejä, jossa Valko-Venäjän mielenosoitusten kaltaisen vakavan ihmisoikeusaiheen tiimoilta soitetaan ilmiön syy-seuraus-suhteista kaukana oleville entisille suomalaisille jääkiekkoilijoille. Hän viittaa kritiikissään erityisesti Iltalehden (Kaskinen 2020) ja Iltä-Sanomien (Halonen 2020) julkaisemiin artikkeleihin, joissa kysyttiin Juhani Tammisen ja Esa Tikkasen mielipidettä, pitäisikö Suomen boikotoida Valko-Venäjän MM-kisoja. (Kupila 2020, 80-83.)

Kun urheilumediassa käsitellään tämän kokoisen asian yhteyttä Valko-Venäjän demokratiatilanteeseen, on täysin epäammattimaista, jos asiaa käsittelevän media-ammattilaisuuden tuotoksissa on niin iso rooli Esa Tikkasen ja Juhani Tammisen puheilla – ja niin pieni rooli todellisten päätöksentekijöiden toiminnan kriittisellä tarkastelulla. (Kupila 2020, 83.)

Kupila tiivistää kirjoituksensa viimeisessä luvussa näkemyksensä, miksi yhteiskunnallisten aiheiden nouseminen vanhan urheilujournalismin laitojen yli on paljastanut suomalaisen urheilujournalismin ongelmat suhteessa objektiivisuuden uutiskriteeriin.

Se, kiusallinen mielikuva, että urheilujournalismi on lähinnä innokkaiden fanipoikien ja -tyttöjen leikkiä, ei oikeaa journalismia, vahvistuu joka kerta, kun näitä urheilun ja muun yhteiskunnan rajapinnoilla olevia asioita käsitellään niin kevyellä ja tyhjänpäiväisellä otteella kuin niitä Valko-Venäjän tapauksen yhteydessä on käsitelty (Kupila 2020, 83).

Kupila myös kirjoittaa (2020, 82), että urheilumedian tapa käsitellä Valko-Venäjän kriisin ja jääkiekon MM-kisojen välistä suhdetta on paljastanut koko urheilujournalismin hälyttävän heikon tilan ja tarkentaa ongelmallisen ilmiön piirteitä.

On saatu aikaan taivastelevaa meteliä, ei rakenteisiin ja asenteisiin puretuvaa kriittistä tarkastelua (Kupila 2020, 82).

Kritiikistä huolimatta voidaan todeta varmasti, että urheilujournalismi on tärkeä osa journalismia, sillä sen kuluttaminen tarjoaa ihmiselle mielekkään pakopaikan arjen todellisuudesta, tekemistä vapaa-ajalle sekä puheenaiheita sosiaaliin tilanteisiin. Urheilujournalismin kuluttajat määrittelevät myös ajankäyttöään sen mukaan (Virtapohja 1998, 16.)

3.2 Päähenkilöt ja sankarit urheilujournalismissa

Päähenkilöt, tarinankerronnassa usein sankarit, ovat olleet olemassa ihmiskunnan puhetaidon alkuhetkiltä asti (Nyrhinen 2013, 9). Sankaritarinat ovat myös noudattaneet samaa kaavaa aikojen aamusta asti (Paavola 2001, 10). Samaan aikaan, kun sankaruuden rooli ja merkitys yhteiskunnassamme on yleisesti vähentynyt, se nousee entistä selkeämmin esiin juuri urheilussa, sillä sen lähtökohta on Nyrhisen (2013, 12) mukaan nimenomaan kilvoittelu.

Urheilusankarit rakennetaan viestinnällä, näkee Virtapohja (1998, 16). Sankarista tulee siis sankari ainoastaan kielellisen sankarikertomuksen kautta (Virtapohja 1998, 40). Urheilujournalismi käyttää muuta journalismia enemmän sankaruutta, josta sitä on aika ajoin myös kritisoitu (Pänkäläinen 1998, 6).



▲ Paulus Arajuuri celebrates after Finland's win over Liechtenstein secured a first-ever berth at a major tournament finals. Photograph: LEHTIKUVA/Reuters

Kuvio 3. The Guardianin artikkelikuvassa Suomen puolustaja Paulus Arajuuri Liechtenstein-ottelun jälkeen liikuttuneessa tilassa kentälle rynnänneiden kannattajien ympäröimänä. Kuva tiivistää monella tavalla tapahtuman historiallisuuden ja tunteikkouden. (Lehtikuva 2019)

Urheilusankaruuden arvo ja asema tulee puolestaan sankarin omalta yhteisöltä (Virtapohja 1998, 16), kuten esimerkiksi Huuhkajien arvokisapaikassa suomalaiselta jalkapalloa seuraavalta kansalta. Sankarin oma yhteisö onkin mielestäni urheilusankaruuden tärkein perusta sekä sankarille itselleen että tästä kertovalle medialle. Yhteisön koko ja sankarin mukana elämisen määrä hyödyttävät taloudellisesti kaikkia osapuolia. Urheilusankarin takana oleva yhteisö on mielestäni vähintään yhtä tärkeä tekijä urheilusankaruuden syntymisessä kuin itse urheilijan sankariteko, teon kilpailullisuus kansainvälisessä vertailussa tai edes urheilusankarin harjoittaman lajin suosio yhteisön historiassa.

Virtapohja käyttää esimerkkinä suomalaista urheilusankaria, jonka yhteisönä toimii Suomen kansa. Suomalainen urheilusankaruus syntyy Virtapohjan mukaan siis siitä, miten merkitykselliseksi suomalaiset kokevat urheilusankarin suorituksen erityisesti suomalaisuuden näkökulmasta katsottuna (Virtapohja 1998, 16). Kuten urheilujournalismin uutiskriteerejä käsittelevässä luvussa huomasimme, suomalaisuuden näkökulmasta voittamisella on ollut Suomessa muita kriteerejä suurempi merkitys urheilusankareita luotaessa. Syy tähän löytyi urheilusankaruuden

tärkeästä roolista kansallisen identiteetin rakentajana. Esimerkkinä voittamisen dominoivasta merkityksestä suomalaisen urheilusankarin yhteisölle, Suomen kansalle, sekä tästä kertovalle urheilumerialle toimi vuonna 2006 Suomen curlingmaajoukkueen saavuttama hopeamitali Torinon olympialaisissa. Lajilla tai kisoissa Suomea edustaneilla urheilijoilla ei ollut aiempaa tunnettua yhteisön keskuudessa, mutta menestyksellä (olympiamitali luetaan Suomessa mielestäni voittamiseen rinnastettavaksi menestykseksi) se ansaitsi jopa myyttisen urheilusankaruuden aseman yhteisönsä keskuudessa kansanedustajaksikin myöhemmin kohonneen Markku Uusipaavalniemen johdolla.

Urheilusankarin on tehtävä asemansa ansaitakseen sankaritekoja urheilukentällä (Virtapohja 1998, 16). Koska sankari saa nimensä ja merkityksensä yhteisöltään, sankarin yhteisö määrittelee, millaiset teot ovat riittäviä heidän silmissään. Sankaruuden voi mielestäni myöntää vain tämän taustalla oleva riittävän suuri yhteisö ja yleisö. Suuri yleisö puolestaan käyttää nähdäkseen urheilua hetkellisenä pakoreittinä arjen vaatimuksista, joten monipuolista ja eriteltyä määrittelyä sankariteoille ei ehdi syntyä. Urheilusankaruuden edellyttämiksi teoiksi muodostuvat siis selkeät ja helposti tunnistettavat teot. Tämä johtaa mielestäni siihen, miksi maalintekijöitä arvotetaan urheilusankaruudessa kenties korkeimmalle. Maalintekijän sankariteko on selkeä ja helposti tunnistettavissa korkeintaan osa-aikaisesti urheilua arvioivan yhteisön silmissä, jonka käsissä urheilijan sankarillisuus viime kädessä on.

Kun urheilija saavuttaa sankarin aseman yhteisönsä edessä, hän saavuttaa eräänlaisen koskemattomuuden. Sankariteoista syntynyt sankaruus muuttaa suuren yhteisön käsityksen hänestä virheettömäksi ja hyväksi (Virtapohja 1998, 28.) Mielestäni tämä johtuu siitä, että sankarin yhteisö kokee tuntevansa sankarin henkilökohtaisesti ja tietävänsä, millainen tämä on, mutta todellisuudessa he tuntevat tämän vain ammattuurheilijana – senkin vain pelikentän tekojen ja puhtaaksi siivotun sosiaalisen median perusteella. Virtapohja (1998, 28) muistuttaa, että urheilusankarin yöelämän seikkailuja koskeva uutisointi saattaa kääntyä jopa siitä kertovaa mediaa vastaan. Tämä johtuu mielestäni siitä, että uutinen on ristiriidassa immuniteetin kanssa, jonka suuri yhteisö sanattomasti myönsi urheilusankarille tämän uuden arvonimen yhteydessä. Virtapohjan (1998, 28) mukaan kompuroivallakin sankarilla on siis toistuvasti tie auki takaisin yhteisönsä ihailun kohteeksi. Esimerkiksi yksityiselämän haasteet saattavat Virtapohjan mukaan jopa lisätä samastuttavuutta urheilusankariin (Virtapohja 1998, 28).

Tie antisankariksi, konnaksi, kulkee urheilussa samalla logiikalla mutta päinvastaiseen suuntaan. Jos sankariksi pääsy edellytti sankarillisiksi koettuja tekoja suuren yhteisön jaloiksi kokemien arvojen pohjalta, tie antisankariksi kulkee mielestäni näiden arvojen rikkomisen kautta. Perinteisin esimerkki tästä on Suomessa urheilijan dopingin käyttö. Virtapohjan (1998, 68) mukaan aiemmin yhteisön määrittelemää tietä sankariksi noussut, mutta kiellettyjen aineiden käyttöön syyllistynyt sankari sekä häpäisee yhteisön näkökulmasta ne suomalaiset arvot, joiden puitteissa hänet alun perin määriteltiin sankariksi että jokaisen suomalaisen itsensä. Sekä sankarin että konnan asemasta voi olla yhtä vaikeaa päästä eroon, kuten vuoden 2001 Lahden dopingskandaali ja sitä seurannut vuosikymmenen mittainen käsittely on osoittanut. Tämä kaikki on kuitenkin Virtapohjan (1998, 242) mukaan eduksi urheilujournalismille, sillä tarina konnaksi muuttuvasta sankarista osoittautuu taloudellisesti alkuperäistäkin versiota kannattavammaksi.

Päähenkilöiden, tarinallisuuden ja sankareiden rooli voidaan siis katsoa urheilujournalismissa merkittävämmäksi kuin perinteisessä uutisjournalismissa. Yhdysvaltalainen Pulitzer-palkittu toimittaja, editori ja journalismin opettaja Jacqui Banaszynski muistuttaa kuitenkin, että narratiivisen journalismin pitää myös vastata uutisten peruskysymyksiin mitä, missä, milloin, kuka, miten, milloin, miksi (Simola 2019). Merkittävän urheilutapahtuman uutisointi on käytännössä aina narratiivista urheilujournalismia.

3.3 Maalintekijät urheilusankareina

Maalintekijät ovat pallopelien suurimpia tähtiä ja sankareita, kirkkaimmissa valoissa kulkijoita. Ehkä syystä, ehkä yliarvostettuina, mutta maalintekijät kiinnostavat. (Käenmäki 2020.)

Pete Käenmäki toteaa yläpuolella sen, minkä huomaamme jokapäiväisessä urheilun uutisoinnissa tosiasiassa: maalintekijät kiinnostavat eniten, koska maalit ratkaisevat pelejä ja sitä kautta mestaruuksia. Maalit tekevät joukkueiden paremmuuden välille eron, ja maalintekijä on tällöin paremmuuden ruumiillistuma. Mielestäni maalivahti voi huipputorjunnoillaan antaa mahdollisuuden voittaa, turvata johtoaseman tai tasapelin, mutta lopullisen eron muodostaa aina tehty maali, siis maalintekijä.



Kuvio 4. The Athletic ilmensi Suomen historiallisesta hetkestä kertovaa artikkelia kuvalla Suomi-Liechtenstein-ottelun jälkeisistä torijuhlista, jossa ihmiset kiipesivät bussipysäkkien katoille. (Lehtikuva 2019b)

Sotametafora on ollut pitkään olennainen osa joukkuepallopelien retoriikkaa, erityisesti maalintekijöiden kohdalla. Sota on sankaruuden yleisin ilmentymä historiassa, jonka seurauksena sotametaforat ovat urheilusankaruudessa liittyneet luontevimmin juuri maalintekijöihin, joiden onnistumisia on voinut verrata tarkkoihin laukauksiin, kuten Pekko-Joonas Rantamäki osoittaa analysoidessaan Saksan jalkapallomaajoukkueen entistä maalintekijää Miroslav Klosea.

Klosea kuvattiin maalitykkinä (28.6.), mikä assosioituu koviin ja tarkkoihin laukauksiin. Sotametaforasta on tullut jalkapallojournalismissa yleisnimitys paljon maaleja tekevälle pelaajalle – tekee hän maalinsa sitten jaloilla tai päällä. Klosen maalinteon helppoutta tuotiin esille kirjoittamalla, että Klosella on koossa neljä osumaa, mikä tuo mieleen osumien keräilyn aivan kuin postimerkkien keräilyn. (Rantamäki 2009, 57.)

Maalivahtikin voi tehdä suuren yleisön ja yhteisön silmissä sankaritekoja, mutta torjunnat eivät mielestäni arvotu samalle viivalle maalien tekemisen kanssa. Torjunnat pitävät enimmilläänkin hankittua etua vain yllä, mutta eivät voi koskaan tehdä lopullista eroa joukkueiden välille, kuten maalintekijä tekee.

3.4 Suomea koskevan kansainvälisen uutisoinnin uutisarvo Suomessa

Suomessa tuttu juttu- ja puheenaihe on muiden kansallisuuksien ajatukset Suomesta ja suomalaisista (Jyrävä 2018). Puhutaan niin sanotusti *Mitä ne meistä ajattelevat?* - ilmiöstä, johon esimerkiksi kolumnistit usein viittaavat tematiikan ollessa lukijoille jo entuudestaan tuttu (Nenonen 2016). Samoin myös Huuhkajien arvokisapaikkaa koskeva kansainvälinen uutisointi oli Suomessa jälleen uutinen jo itsessään (Knuutila 2019; Sjöblom & Karttunen 2019).

Kansainvälisen median kiinnostuksesta Huuhkajien menestystä kohtaan kirjoittaneet Sjöblom ja Karttunen kuvailevat jutussaan, miten saksalainen Huuhkajista raportoimaan saapunut toimittaja viihtyi Helsingissä otteluviikolla:

Klein on ollut Suomessa pari päivää ja on viihtynyt hyvin. Hän on ollut yllätynyt siitä, miten mukavia ja avoimia suomalaiset ovat olleet, mutta Suomen sateinen ja harmaa sää ei kerännyt kehuja.

– Kaikki muu on ollut hauskaa, mutta Lukas Hradecky kertoi, että tämä on pimein kuukausi vuodesta. Toisaalta ei myöskään Saksassa aina aurinko paista. (Sjöblom & Karttunen 2019.)

Jo aiemmin EM-karsintojen aikana Huuhkajien Kreikka-voiton yhteydessä Yle Urheilu uutisoi otsikolla ”Teemu Pukki ja Huuhkajat nousivat otsikoihin – jopa BBC noteerasi” (Niemeläinen 2019).

Pukin maajoukkueosuma noteerattiin BBC:llä asti.

– Huippuvireessä oleva Norwich-hyökkääjä Pukki teki jälleen maalin Suomen voitossa, otsikoi Britannian yleisradioyhtiö.

Norwich Cityn otteita Englannissa tarkasti seuraava Eastern Daily Press -lehti nosti myös suomalaisen tähtihyökkääjän esille.

Pukki-partyt jatkuivat Suomen paidassa, City-hyökkääjän pilkku piti Euro2020-toiveet raiteillaan, otsikoi brittilehti. (Niemeläinen 2019.)

4 Miten Huuhkajien arvokisapaikasta uutisoitiin kansainvälisesti?

Tutkin tässä luvussa laadullista menetelmää hyödyntäen Suomen jalkapallomaajoukkueen, tuttavallisemmin Huuhkajien, jalkapallon EM-kisapaikan saavuttamisesta kertovaa uutisointia maailmalla. Tutkimuksen strategiaksi olen valinnut

tapaustutkimuksen. Olen rajannut aineiston 12 erilaiseen uutislähteeseen. Valitsin aineistoksi seuraavat mediat: BBC (Iso-Britannia), La Gazzetta dello Sport (Italia), Goal.com (monikansallinen maailman luetuin jalkapalloa käsittelevä verkkomedia), AS (Espanja), Sky Sports (Iso-Britannia), ESPN (Yhdysvallat), The Sun (Iso-Britannia), Daily Mail (Iso-Britannia), Bild (Saksa), Aftonbladet (Ruotsi), The Guardian (Iso-Britannia), The Athletic (monikansallinen).

Mainittua aineistoa käyttäen haluan tarkastella alaluvuissa, millaista Huuhkajien saavutuksesta kertova uutisointi oli Suomen ulkopuolella otsikoinniltaan, tyyliltään ja teemoiltaan marraskuun 15.11.2019 pelatun ratkaisevan Suomi-Liechtenstein-ottelun jälkeen. Laadullisen analyysin lisäksi teen myös määrällisiä havaintoja aineistosta, sillä lasken tarkastelussani, kuinka monta kertaa teemat esiintyivät aineistossa. Näin aineiston medioiden välille syntyy myös vertailtavuutta.



Kuvio 5. Itse ottamani valokuva Huuhkajien lehdistötilaisuudesta päivää ennen Suomen ja Liechtensteinin EM-karsintaottelua. Paikalla jo runsaasti ulkomaistakin mediaa, kuten etualalla näkyvä Ruotsin katsotuin kaupallinen tv-kanava TV4. (Shemeikka 2019c)

Aineiston medioilla on maidensa mediakentällä merkittävä jalansija ja painoarvo urheilun uutisoinnissa, suurimmalla osalla erityisesti jalkapallossa. Näillä medioilla on laaja verkosto omia lähteitä, ensi käden tietoa, ja muut mediat lainaavat niitä usein. Osa on kaupallisia, osa yleisradioyhtiöitä. Mainitut mediat ovat hankkineet asemansa vuosikymmenten työllä, laajalla levikillä, lukuisilla skuupeilla ja tasaisella omalla uutishankinnalla. Nykypäivän pirstaloituneella mediakentällä, jossa toimii entistä enemmän vedonlyöntifirmojen kaltaisia epäluotettavia ja -selviä tahoja kenen tahansa voidessa perustaa sisältöä ja uutisia tuottava alusta, aineistona toimivien medioiden uutiskynnyksen ylittäminen kertoo itsessään jo uutisen merkittävydestä.

Yleisenä havaintona voidaan sekä kansainvälisen että suomalaisen uutisoinnin perusteella sanoa, että Huuhkajien asema historiansa ensimmäisen arvokisapaikan kynnyksellä kiinnosti maailmalla. Tästä indikoi esimerkiksi otteluviikolla Helsinkiin saapuneiden kansainvälisten toimittajien määrä (Sjöblom & Karttunen 2019).

Aikaisemmin Suomen miesten jalkapallomaajoukkueen tekemiset kiinnostivat vain kotimaista ja vastustajajoukkueen mediaa. Tämän illan ottelu on kuitenkin täydellinen poikkeus. Sen lisäksi, että kotimaisen median kiinnostus on otteluakkreditoinnin perusteella tuplaantunut, haluavat ottelusta ja Huuhkajat-ilmiöstä raportoida toimittajat yli kymmenestä Euroopan maasta sekä myös Kanadasta ja Brasiliasta. Kun maailman vanhimpiin uutistoimistoihin kuuluva, yhdysvaltalainen AP kirjoitti keskiviikkona jutun Suomen historiallisesta mahdollisuudesta päästä EM-kisoihin, juttu levisi tämän myötä ympäri maailman. Sen voi lukea muun muassa intialaisen Firstpostin, kanadalaisen TSN:n, washingtonilaisen Federal News Networkin tai Washington Postin sivuilta. Tai vaihtoehtoisesti Yagoon urheiluosiosta, yhteiskunnallisen toiminnan Pulitzer-palkinnon voittaneen The News & Observerin sivustolta, Arabnewsin, Miami Heraldin tai Fox Sportin sivuilta. Filippiinien suurin mediayhtiö ABS-CBN on tehnyt maajoukkueesta oman jutun ja myös uutistoimisto Reutersin juttu Tim Sparvista ja Huuhkajista löytyy muun muassa singaporelaisesta Channel News Asian ja brittiläisen This is Money -taloussivuston sivuilta. Sparv on päässyt kertomaan Suomen maajoukkueen tilanteesta myös arvostetun brittiläisen The Guardian -lehden juttuun. (Sjöblom & Karttunen 2019.)

Sjöblom ja Karttunen (2019) haastattelevat saksalaisen Deutche Wellen toimittajaa Thomas Kleinia, joka kertoo kansainvälisen median olevan erityisesti kiinnostunut siitä, mitä tapahtuu, jos Suomi selviytyy ensimmäistä kertaa jalkapallon arvokisoihin:

– Suomi ei ole ollut jalkapallokartalla eivätkä viime vuodet ole olleet menestyksekkäitä. Me kysymme ennen kaikkea, miksi suomalainen jalkapallo menestyy tällä hetkellä. Mitä on tapahtunut? Klein kertoi Yle Urheilulle. (Sjöblom & Karttunen 2019.)

Kansainväliset mediat eivät selvästikään siis raahautuneet paikalle. He olivat aktiivisesti itse kiinnostuneita Huuhkajien historiallisesta hetkestä ja näkivät tapahtuman suuren

panostuksen arvoisena. Toimittajat, erityisesti Englannissa, olivat uteliaan kiinnostuneita, miten Suomen onnistui saavutuksessaan. Ilta-Sanomien urheilutoimittajat Janne Oivio ja Saku-Pekka Sundelin kertoivat Pallokerho-podcastissa (Pallokerho 2020, 00:13:48-00:14:45) heille soittaneista toimittajista, jotka yrittivät saada selville, mitä Suomessa tehdään tällä hetkellä erityisellä ja uudella tavalla. Oivio viittasi skotlantilaisiin toimittajiin, jotka eivät uskoneet siihen, että Suomen menestyksen taustalla ei ole mitään uutta ja ”erityistä viisasten kiveä”.

4.1 Mitä sanoja ja aiheita otsikoissa esiintyi?

Kävin läpi 12 mediaa käsittävän aineiston otsikot ja nostin siellä havaitsemani yhteneväisyydet ja eroavaisuudet. Yleisimmin kärjeksi oli valittu Suomen historiallinen saavutus - selviytyminen ensimmäistä kertaa jalkapallon miesten arvokisoihin. Tämä näkökulma esiintyi 12 otsikosta yhdeksässä. Toiseksi yleisin otsikoissa toistunut käsite oli Huuhkajien hyökkääjä Teemu Pukki, jonka merkitys yksittäisenä pelaajana oli saavutuksen kannalta erittäin merkittävä. Näiden kahden näkökulman, historiallisuuden ja Pukin lisäksi, otsikoista muutamissa esiintyi myös kisapaikan samanaikainen varmistuminen naapurimaa Ruotsin kanssa sekä Teemu Pukin edustama englantilainen jalkapalloseura Norwich sekä heidän asemansa suomalaisen jalkapallohuan keskellä.



Jubilant fans flood the pitch at the Sonera Stadium as Pukki et al ended 81 years of hurt

Kuvio 6. Kuvakaappaus Daily Mailin artikkelista, jossa oli hyödynnetty laajasti Huuhkajien voitonjuhlan visuaalisuutta. (Lehtikuva/AFP 2019)

Viidessä eri otsikossa esiintynyt sana "first" ja seitsemässä esiintynyt "qualify" tiivistävätkin, mistä tässä opinnäytetyössä on kysymys: Suomen miesten jalkapallomaajoukkueen historiallinen ensimmäinen arvokisakarsintojen läpäisy oli uutisaihe yli maaraajojen. Sana 'historia' esiintyi puolestaan kuudessa otsikossa. Puhuttiin historiallisesta saavutuksesta tai Suomen tekemästä historiasta. Jalkapallo on maailman kilpailuin urheilulaji, ja sen kovin taso löytyy nimenomaan Euroopasta. Vaikka EM-turnausta on laajennettu ensin kahdeksasta 16 joukkueeseen ja sittemmin vielä 24 joukkueeseen, turnaukseen tien selvittäminen ei ole läpihuutojuttu. Juuri jalkapallon laajan kilpailullisen tason vuoksi kisoihin selviytyminen on uutiskynnyksen joka puolella ylittävä asia. Suomi oli karsinut MM-turnaukseen vuodesta 1938 ja EM-kisoihin vuodesta 1968, joten unelman toteutuessa syksyllä 2019 ainutlaatuisella ensimmäisellä kerralla oli tärkeä rooli Huuhkajien tarinassa.

Otsikoiden subjektina esiintyi luonnollisesti "Finland", mutta myös yksi henkilö toistui kuusi kertaa, Teemu Pukki. Suomalaisyökkääjän rooli Suomen kisaunelman toteutumiseksi oli läpi karsintojen elintärkeä, sillä hän teki Suomen karsinnoissa

tekemästä yhteensä 12 maalista kaikkiaan yhdeksän. Ratkaisevassa Liechtenstein-ottelussa hän teki myös kaksi maalia.

Oman työkokemukseni ja havaintojeni perusteella kaupallisten medioiden otsikoinnissa on usein tapana piilottaa toimijan nimi, jos sitä ei katsota median kohdeyleisön keskuudessa riittävän tunnetuksi. Suomalainen jalkapalloilija on hyvin harvoin viimeisen 15 vuoden aikana saavuttanut asemaa, jossa kansainväliset mediat voisivat käyttää tämän omaa nimeä houkuttelemaan lukijat jutun äärelle. Teemu Pukin tehtyä itsensä tunnetuksi ensin seurajoukkueensa Norwichin maalitykkinä jalkapallon suurmaassa Englannissa joukkueensa nostajana maan korkeimmalle sarjatasolle ja sen jälkeen onnistumisillaan maailman parhaana jalkapallosarjana pidetyssä Valioliigassa suomalaispelaajan tunnettuus levisi ympäri maailmaa entisestään. Pukin persoonallisella ja englanninkielisessä maailmassa epätavalliselta kuulostavalla sukunimellä on ollut myös merkitystä. Urheilun puhekieleen on vakiintunut termi ”GOAT”, joka tulee sanoista ”Greatest Of All Time” (Urban Dictionary 2004). Pukki kääntyy englanniksi myös sanaan ”goat”, mikä on ollut omiaan lisäämään suomalaishyökkääjän nimen levinneisyyttä uutisissa ja sosiaalisessa mediassa kaikkialla jalkapallomaailmassa.



Auch Schweden und Finnland fahren zur EM



Kuvio 7. Saksalaislehti Bildin otsikossa niputettiin sekä Ruotsin että Suomen selviäminen samaan aikaan EM-kisoihin. Kuten artikkelin pääkuvakin paljastaa, Suomen kisoihin eteneminen ei ollut heillä uutisen kärki, vaan parrasvalot kääntyivät suuremman jalkapallomaan puoleen. (INQUAM PHOTOS 2019)

Yllättävin havainto on oikeastaan se, että vain otsikoista yhdessä (Wright 2019) mainitaan Suomen kannattajien ryntääminen kentälle lopputuloksen ratkettua. Suomen Palloliitto sai tästä myöhemmin 10 000 euron sakot, ja se oli puolestaan useissa suomalaisissa medioissa itse ottelun ohella erittäin käsitelty aihe sekä ennen (Rantanen 2019) että jälkeen (Tapio 2019) ottelun. Tämä selittynee sillä, että yleisön ryntääminen kentälle harvinaisen tai pitkään odotetun saavutuksen jälkeen on tavallinen ilmiö suurimmassa osassa maita, joissa jalkapallo saa osakseen merkittävämpää huomiota ja suosiota suuren yleisön keskuudessa kuin Suomessa.

Tämän lisäksi otsikoista vain kahdessa (Guardian 2019; McManus 2019) esiintyy Huuhkajien vastustajan Liechtensteinin nimi. Tämä on otteluraporteissa epätavallinen piirre, mutta se selittynee esimerkiksi sillä, ettei jalkapallon pienimpiin valtioihin kuuluvalla Liechtensteinilla ollut ottelussa enää voitettavaa, ja Suomi oli sitä vastaan jättimäinen ennakkosuosikki. Ottelun kaikki narratiivit rakentuivat käytännössä vain ja ainoastaan Suomen ympärille.

Kun selaa aineiston medioiden uutistarjontaa Suomen muiden karsintaotteluiden ajankohdilta, voi havaita, etteivät ne ole uutiskynnystä ylittäneet. Uutiskynnyksen ylittymiselle Huuhkajien kohdalla täytyi löytyä siis erityisen hyvä peruste. Sellainen oli maan historian ensimmäisen arvokisapaikan kynnykselle astuminen.

4.2 Kultainen sukupolvi ja historia narratiivina

Kultaisella sukupolvella viitataan suomalaisessa jalkapallossa ajanjaksoon, jolloin maajoukkueella katsotaan olleen samanaikaisesti käytössään maan historian toistaiseksi paras pelaajamateriaali. Sen ajankohdallisesta sijoittumisesta ei ole yhtenäisesti linjattua konsensususta, mutta usein sen katsotaan sijoittuneen 1990-luvun puolivälistä 2000-luvun lopulle (Palojärvi 2020). Joukkue sisälsi kansainvälisesti erittäin tunnettuja pelaajia, kuten Mestarien liigan ja sen maalipörssinkin hollantilaisessa Ajaxissa 1990-luvulla voittanut Jari Litmanen, Liverpoolissa niin ikään Mestarien liigan voittanut ja legendaarisen seuran kapteenina toiminut Sami Hyypiä sekä Valioliigassa parhaimmillaan 17 maalia yhdellä kaudella tehnyt Mikael Forssell. Maajoukkue ei kuitenkaan koskaan edennyt potentiaalistaan huolimatta arvokisoihin. Myös siihen on

etsitty syitä vuosien ajan (Palojärvi 2020). Huuhkajien arvokisapaikasta kerrottaessa aineiston medioista Sky Sports viittasi kultaiseen sukupolveen seuraavasti:

But the class of 2019 achieved what Finland's so-called golden generation, which featured Jari Litmanen and Sami Hyypia, failed to do, ending decades of embarrassments, disappointments, and near misses on the international stage (Sky Sports 2019).

Daily Mail ei puolestaan suoraan viittannut kultaiseen sukupolveen, mutta muistutti Suomen historiasta arvokisapaikan metsästyksessä, joka on ollut täynnä viime hetken tappioita, raskaita pettymyksiä ja arvokisojen porteilla vierailua. Kultaisen sukupolven ykköstähdestä Jari Litmasesta oli myös julkaistu kuva tämän seuratessa ratkaisevaa Liechtenstein-ottelua yhdessä presidentti Sauli Niinistön kanssa (McManus 2019).



Finland legend Jari Litmanen and Finland's President Sauli Niinistö attend the historic match

Kuvio 8. Daily Mail ei korostanut tarinassaan kultaisen sukupolven narratiivia, mutta ei jättänyt hyödyntämättä yhteiskuvaa Suomen kaikkien aikojen parhaana jalkapalloilijana pidetystä Jari Litmasesta ja tasavallan presidentistä Sauli Niinistöstä. (Reuters 2019)

Ruotsalainen Aftonbladet puolestaan muistutti, miten lyhyessä ajassa asiat voivat muuttua: Suomi oli vielä vuonna 2017 jalkapallon kansainvälisessä ranking-tilastossa sijalla 110 Färsaarten ja El Salvadorin tuntumassa (Bergström 2019). Ruotsalaislehden tavoin myös brittiläinen Guardian muistutti, että Suomi oli marraskuuhun 2019 asti ainoa

Pohjoismaa, joka ei ollut milloinkaan historiansa aikana selvinnyt jalkapallon EM- tai MM-turnaukseen (Reuters 2019).

4.3 Huuhkajien kannattajat ja juhlat

Suomen jalkapallomaajoukkue on tunnettu läpi sen historian uskollisesta kannattajaryhmästään, SMJK:sta (Suomen Maajoukkueen Kannattajat). Ryhmän tunnettuus vahvistui myös suuremman yleisön tietoisuudessa EM-karsintojen ja niitä edeltäneen Kansojen liigan aikana (Tuominen 2019.) Monien kannattajien kohdalla arvokisapaikan saavuttaminen merkitsi vuosikymmenien odotuksen ja pettymysten päättymistä, joten Liechtenstein-voittoa seuranneet reaktiot olivat erityisen kiinnostavia niin suomalaisen kuin kansainvälisenkin median näkökulmasta. Kannattajien määrä ei tarjonnut medioille millään tavalla poikkeuksellista kulmaa, mutta heidän käyttäytymisensä kyllä. Ottelua edelsi perinteeksi muodostunut Suomen kannattajien marssi läpi kaupungin keskustan aina ottelustadionille asti SMJK:n johtamana. Tämäkään ei ole kuitenkaan mitenkään tavatonta kansainvälisessä jalkapallokulttuurissa, mutta ottelun päätösvihellystä seurannut kannattajien ryntääminen kentälle joka puolelta katsomoa sen sijaan kuvitti jutut niin kotimaassa kuin maailmalla ja herätti yleistä huomiota.

Hundreds rushed on to the Sonera Stadium pitch at full-time and manager Markku Kanerva, a former teacher, conducted his post-match interview with fireworks going off in the distance. (BBC 2019)

12 mediasta vain kaksi (Gazzetta 2019 ja Bild 2019) ei maininnut lainkaan kannattajien ryntäämistä kentälle. Tilanteesta kertova sävy oli läpi aineiston kauttaaltaan neutraali. Jalkapallomedia Goal.com kirjoitti ”kentälle virraneista ilahtuneista kannattajista” (Hanson 2019). Guardianin kuvailussa vallitsi puolestaan varsin romantisoiva sävy.

Breaking that duck at the 5G-arena led to home fans pouring on to the pitch at the final whistle and giving each other high-fives and congratulating the players as fireworks exploded (Guardian 2019.)

Saavutuksen merkitystä suomalaisille alleviivasi ESPN, joka kertoi ympäri maata kaupunkien keskustoihin pystytetyistä jättiscreeneistä ja kisakatsomoista.

With the game sold out weeks in advance and big screens set up in the centres of several major Finnish cities, expectations were high in Helsinki as fans belted out the national anthem while holding their scarves aloft on a chilly night. (ESPN 2019.)

4.4 Voitonjuhlien kuvauksellisuus

Huuhkajien historiallinen päivä sisälsi useita visuaalisesti näyttäviä hetkiä, joita mediat eivät jättäneet kerronnassaan hyödyntämättä. Tässä alaluvussa käyn läpi aineiston median erilaiset tavat hyödyntää kuvakerrontaa jutuissaan.

BBC upotti juttuunsa yhteensä viisi kuvaa, joista neljä kuvasi onnensa huipulla olleita Suomen kannattajia niin stadionilla kuin sen ulkopuolella (BBC 2019). Italialainen La Gazzetta dello Sport ei puolestaan mässäillyt kuvilla, mutta julkaisi videon Helsingin Kansalaistorilla järjestetystä yleisestä kisakatsomosta, johon oli kokoontunut tuhansia suomalaisia seuraamaan ottelua (La Gazzetta dello Sport 2019). Sky Sports julkaisi puolestaan kolme kuvaa (Sky Sports 2019). ESPN oli aineistossa harvinaisuus, sillä ei hyödyntänyt kuvia kerronnassaan lainkaan (ESPN 2019). The Sun oli puolestaan upottanut suurikokoiseen artikkelin pääkuvaan videon kentällä ottelun jälkeen hyörineistä kannattajamassoista. Videon lisäksi juttuun oli upotettu neljä kuvaa (Wright 2019).

Ennätyksen teki kuitenkin Daily Mail, joka rakensi pitkän raporttinsa suurimmaksi osaksi kuvien varaan: juttuun upotettiin yhteensä 22 kuvaa otteluillan eri vaiheista. Artikkelia ei oltu kuitenkaan vain vuorattu kuvilla, vaan jokaisen alta löytyi kuvateksti, joihin oli selvästi käytetty ajattelutyötä tyypillistä kuvatekstiä enemmän (McManus 2019.)

Länsinaapurin iltapäivälehti Aftonbladet puolestaan julkaisi jutussaan tekstin lisäksi myös videomuodossa kokonaan oman uutislähetyksen. Videossa uutisankkuri onnittelee Suomea saavutuksesta ja ottaa yhteyttä lehden suomalaisen kontaktiin, joka etäyhteyden välityksellä Suomen maajoukkueen pelipaita päällä välittää riehakasta juhlatunnelmaa sekä analysoi saavutuksen syitä ja seurauksia (Bergström 2019.)

Guardian oli käyttänyt jutussaan hillitysti vain yhtä artikkelikuvaa, jolla se selvästi halusi alleviivata tapahtuman tunnearvoa sekä Suomen pelaajille että kannattajille: kuvassa Huuhkajien Paulus Arajuuri kyynelehtii kentälle rynnänneiden kannattajien keskellä (Guardian 2019).



Kuvio 9. Kuvat kannattajien ja pelaajien harvinaisesta kanssakäymisestä ottelun jälkeen levisivät maailmalle. (Ulander 2019)

The Athletic käytti artikkelissaan yläpuolella näkyvää kuvaa, kannattajia seisomassa bussipysäkin päällä sekä Twitter-upotusta, jossa Teemu Pukin edustama Norwich julkaisi seuran virallisella tilillä kuvia päivän varrelta (Bailey 2019).

4.5 Narratiivina englantilainen jalkapalloseura Norwich

Huuhkajien saavutuksen keskellä vaikutti yksi epätavallinen toimija, joka sekä välitti tunnelmia ja tietoja yhtenä medioista että oli yksi kerronnan kohde. Kyseessä oli englantilainen jalkapalloseura Norwich. Joukkue ei lukeudu maan tunnetuimpiin, mutta ei myöskään tuntemattomimpiin. Suomessa seuran huomioarvo pomppasi kuitenkin nollasta sataan melko lyhyessä ajassa, kun Huuhkajien ykköshyökkääjä Teemu Pukki siirtyi seuraan kesällä 2018 (STT 2019). Kun Pukki voitti Englannin toiseksi korkeimmalla sarjatasolla maalikuninkuuden (Laitinen 2019) ja vaikutti merkittävästi Norwichin nousuun Englannin Valioliigaan, sekä Pukin että myös Norwichin brändiarvo nousivat Suomessa nopeasti (Shemeikka 2019).



Kuvio 10. Kuvakaappaus Norwichin kotisivuilta Huuhkajien saavutuksen aikaan, jolloin seura ilmaisi avoimen tukensa Suomen jalkapallomaajoukkuetta kohtaan seuransa tähtihökkääjän Teemu Pukin vuoksi. (Norwich City 2019b)

Suurimpien englantilaisseurojen varjoissa toimiva Norwich tarvitsee muiden pienempien seurojen tavoin luovuutta ja kekseliäisyyttä rahavirtojen keräämiseen. Seura haistoi, että sille tärkeä markkina-alue voisi löytyä hyvinkin epätodennäköisestä sijainnista, Suomesta. Arvio oli oikea ja riski kannatti, sillä Suomesta tuli nopeasti myynnin määrässä Norwichin tärkein markkina-alue Ison-Britannian jälkeen (Bailey 2019).

Norwichin markkinointiporukka on ollut Suomessa seura sponsoroivan mobiilipeliyhtiön vieraana. Pukin seikkailut eivät tulevaisuudessa välttämättä rajoitu vain jalkapallokenttien viheriöille.

– Pukki the Goat olisi tietenkin mahtava saada pelihahmoksi. Puheita on ollut. Toivotaan, että saadaan esiintymään vihreiden pelinurmien lisäksi myös meidän peliemme vehreillä nummilla joku päivä, tuottaja Tuomo Kälviäinen vihjasi (Sjöblom & Karttunen 2019.)

Huuhkajien arvokisapaikan saavuttamisen aikaan Norwich näkyi vahvasti Helsingin katukuvassa, kun se kauppasi seuraan ja Teemu Pukkiin liittyviä oheistuotteita Kampin Keskuksessa (Ikkeläjärvi 2019) ja lanseerasi oman jalkapalloleirin suomalaisille junioreille (Shemeikka 2019). Norwich myös julkaisi YouTube-kanavallaan dokumentin Norwichin ja Teemu Pukin kulissien taustalta (Ikkeläjärvi 2019).

Norwichin markkinointiporukka on suunnitellut tapahtumia jo 4–5 kuukauden ajan. He ovat olleet Suomessa jo kolmen viikon ajan eli he matkasivat Suomeen sen jälkeen, kun Kreikka voitti Bosnia-Hertsegovinan ja silotti Suomen tietä lohkokakkoseksi.

– Suomesta tulee satoja ihmisiä peleihimme joka viikko ja ostavat tuotteitamme. Kun laitamme jokaisesta ottelusta parhaat palat YouTubeen, niin Englanti on ykkösmää katsojissa, mutta Suomi on aina kakkonen, koska ihmiset haluavat aina nähdä Teemun, Norwichin kaupallinen johtaja Sam Jeffrey kertoi Yle Urheilulle (Sjöblom & Karttunen 2019.)

Perjantain ottelun aikaan se oli levittänyt väkeään viiteen eri sijaintiin Helsingissä kuvaamaan ja videoimaan reaktioita ja mahdollisesti edessä olevia voitonjuhlia (Bailey 2019). Norwich järjesti myös Suomi-Liechtenstein-ottelun jälkeiset jatkot yhdellä Helsingin suurimmista yökerhoista, johon se kysynnän puolesta olisi voinut myydä kolme kertaa yli 2000 lippua käsittävän loppuunmyydyn määrän (Bailey 2019).

Norwichin sosiaalisen median kanavat tavoittivat Suomessa otteluiltana noin 730 000 tuhatta ihmistä (Bailey 2019). Ja kuten tämänkin luvun lähteistä voi vetää havaita: Norwichista itsestään muodostui yksi narratiivi Huuhkajien arvokisapaikasta uutisoitaessa.



Kuvio 11. Kuvakaappaus Norwichin Twitter-tililtä Huuhkajien historiallisen saavutuksen jälkeen. (Norwich City 2019)

5 Uutisoinnin aallot ja lähteet

Huuhkajien arvokisapaikan kaltaisen tapahtuman uutisoinnin syklit vaihtelivat aiheen läheisyyden mukaan. Siinä missä jokainen suomalainen uutismedia oli varautunut marraskuun 15. päivään mittavilla resursseilla, kuten esimerkiksi Ilta-Sanomien urheilutoimituksen esimies Vesa Rantanen paljasti Sporttimesterit-podcastin vieraana (Sorjonen & Laaksonen 2020).

Suomessa esiintyi ottelun tiimoilta mediasta riippumatta käytännössä kuutta juttutyyppiä: Ottelua ennakoivut uutinen (Savonen 2019), hetki hetkeltä edennyt seurantajuttu ottelun tapahtumista (Lund 2019), peruseräpäätös heti päätösvihellyksen soitua (Peltonen 2019), kansan juhlintaa ympäri maata seurannut uutinen (Härkönen 2019), ensimmäisiin pelaajien haastatteluihin perustuneet jutut (Aalto 2019) sekä seuraavasta aamusta eteenpäin toimittajien ja asiantuntijoiden kolumnit ja näkökulmat saavutuksen syy-seuraus-suhteista (Sundelin 2019).

Aineiston kansainväliset mediat julkaisivat puolestaan kamppailusta pelkän otteluraportin, joka piti sisällään olennaiset tiedot saavutuksen historiallisuudesta, Teemu Pukin onnistumisista sekä kannattajien suorittamasta invaasiosta kentälle. Jutut olivat uutistapahtuman kuvauksellisuuden johdosta kuvitettu etenkin muutamissa brittimedioissa poikkeuksellisen monipuolisesti. Taustoittavaan urheilujournalismiin keskittynyt yhdysvaltalainen The Athletic julkaisi ainoana tapahtuman sisällä olleita ilmiöitä erotelleen artikkelin, jossa käsiteltiin Teemu Pukin seurajoukkueen Norwichin strategiaa hyödyntää joukkueensa suurimman tähden suosiota tämän kotimaassa (Bailey 2019).

Brittiläisten mediajättien BBC:n (BBC 2019) ja Sky Sportsin (Sky Sports 2019) jutut eivät kerro lähteitään, mutta tekstin toisistaan poikkeavat tyylit, pituus ja rakenne paljastavat asialla olleen heidän omat toimittajansa. Italialainen La Gazzetta dello Sport ei niin ikään kerro jutun kirjoittaneen toimittajan nimeä, mutta paljastaa tekstin syntysijainniksi Milanon, jonka lisäksi sen kieli ja omintakeinen rakenne viittaavat omaan toimittajaan (Gazzetta 2019). Maailman suurimpiin jalkapallomediaihin lukeutuva Goal.com luottaa myös omaan kynään, mutta kertoo myös kirjoittajan nimen (Hanson 2019). Samoin toimi räväköistä otsikoistaan tunnetut brittitabloidit The Sun (Wright 2019) ja Daily Mail

(McManus 2019), ruotsalainen Aftonbladet (Bergström 2019) sekä aineiston medioista ajankohdallisesti viimeisenä syväluotaavan ilmiöjutun tapahtumasta kirjoittanut yhdysvaltalainen The Athletic (Bailey 2019). Uutistoimisto Reutersin palveluja jutussaan käyttivät puolestaan ESPN (ESPN 2019), Guardian (Guardian 2019) ja saksalainen Bild (Bild 2019).

6 Johtopäätökset ja pohdintaa

Aloittaessani aineiston tarkastelun oletin ja odotin, että Suomen arvokisapaikkaa koskeva uutisointi olisi hoidettu maailmalla vain pelkistetyllä uutissähkeellä. Totuus oli kuitenkin kirjavampi. Havaitsin Teemu Pukin olleen marraskuussa 2019 maailman suurimmassa urheilulajissa globaalisti tunnettu tähtipelaaja, joka itsessään kantoi juttujen narratiivina. Jos Suomen joukkueessa ei olisi ollut Pukin kaltaista valovoimaista kansainvälistä tähteä, Suomen kisapaikasta kertova uutisointi olisi aineiston sisällä ollut uskoakseni myös tyypistetympää. Uutisaallossa ei esiintynyt erilaisia tai useita juttutyyppisiä, mutta yksittäiseen uutiseen oli lähtökohtaisesti nähty tavallista enemmän vaivaa.

Pukkiakin yleisempi tarinalinja kulki Suomen saavutuksen historiallisuuden kautta. Maailmassa – eikä varsinkaan Euroopassa – ole jäljellä montaakaan maata, jotka eivät ole historiassaan koskaan selvinneet jalkapallon arvokisoihin, joten Suomen kisoihin eteneminen itsessään oli tärkeä ja kantava narratiivi.

Suomi on historiansa varrella tuottanut maailman kärkiliigoihin pelaajia, kuten Sami Hyypiä, Jari Litmanen tai Mikael Forssell. Suomen arvokisapaikkaa on ennemmin tai myöhemmin siis osattu odottaa. Edellä mainitut pelaajat lukeutuvat niin sanottuun Kultaiseen sukupolveen, jonka odotettiin johtavan Suomen kisoihin, mutta sitä ei tapahtunut. Havaitsin kuitenkin vuosien ja sukupolvien vaihtuneen myös jalkapallomediassa, sillä aineistosta vain murto-osassa nousi esiin Kultaisen sukupolven narratiivi. Jari Litmanen ja vanhojen legendojen kesken jääneen tehtävän loppuun saattaminen oli kansainvälisten medioiden näkökulmasta narratiivina mahdollisesti joko kulahtanut tai vieras.

Laajasti aineiston toisena tärkeänä narratiivina esiintynyt Pukki toi mukanaan myös toisen sivunarratiivin, englantilaisen jalkapalloseuran Norwichin, jonka kirkkain tähti Pukki tuohon aikaan oli. Pukkiakin yleisempi tarinalinja, Suomen maajoukkueen

saavutuksen historiallisuus oli myös ulkomailla tärkeämpi kulma kuin olin etukäteen arvellut.

Teemu Pukin asema keskeisenä päähenkilönä vahvisti myös kuvaa Englannin Valioliigasta maailman seuratuimpana jalkapallosarjana. Pukin historia eurooppalaisena huippumaalintekijänä ei ollut kerronnan hetkellä pitkä, hän ei edustanut suurta seuraa, eikä hän ollut kotoisin huomioarvoltaan merkittävästä jalkapallomaasta. Kuitenkin hänen tehokkuutensa maalintekijänä Valioliigan syksyllä 2019 teki Pukista lyhyessä ajassa suurimmalle osalle medioista selkeän ja helpon valinnan tarinan päähenkilöksi. Vastaavasti Saksan Bundesliigan parhaisiin maalivahteihin Saksan maajoukkueen tähtivahdin Manuel Neuerin ohella arvostettu Huuhkajien Lukas Hradecky sai aineistossa osakseen vain mainintoja, nekin saksalaislehti Bildiltä.

Pukki aineiston toisena keskeisenä narratiivina vahvisti myös kuvaa hyökkääjien ja maalintekijöiden korkeasta asemasta urheilusankaruuden hierarkiassa. Pukki oli tietysti itse urheilullisen saavutuksen näkökulmasta olennainen henkilö tarinassa, mutta urheilullinen merkitysero suhteessa maalivahti Hradeckyyn ei ollut suuri. Ei ainakaan lähimainkaan niin jättimäinen kuin ero kaksikon määrällisessä esiintymisessä aineistossa suhteessa toisiinsa olisi antanut ymmärtää.



Finland qualified for a major tournament for the first time by defeating Liechtenstein 3-0 to book their place at [Euro 2020](#).

Kuvio 12. Jasse Tuominen (vas.) iski Suomen EM-kisoihin johdattaneen voittomaalin ja Glen Kamara oli Suomen pelinrakentelun ja keskikentän tärkein yksilö läpi EM-karsintojen, mutta jalkapallo on maalintekijöiden sankaritarina. (Ulander 2019b)

Typistettyjen sähkeiden sijaan useat aineiston medioista olivat kuvittaneet juttujaan runsaasti sekä julkaisseet aiheesta uutisvideoita. Odotin, että Suomen kannattajien ottelun jälkeen suorittama kentänvaltaus olisi mainittuna uutisissa ja artikkelikuvissa, mutta en odottanut laajuutta, jolla kentälle ryntäämisen visuaalisuutta, Suomessa yleisesti vallinnutta Huuhkajat-huumaa, Kansalaistorin kisakatsomoa sekä voitonjuhlia Havis Amandan patsaalla hyödynnettiin esimerkiksi Daily Mailin jutussa.

Tarkasteluni vahvisti myös, että vaikeuksien kautta voittoon -narratiivi on yhä suosittu ja tehokas keino journalistisessa draamassa.

Työ tarjosi ideoita myös jatkotutkimusaiheiksi. Sellaisia voisivat olla esimerkiksi Huuhkajista kertovien verkkoartikkeleiden kiinnostuksen mahdollinen lisääntyminen medioissa EM-kisapaikan myötä. Saavutuksen juhlinta vertautui jääkiekon MM-kultajuhliin: Lähteissä utiitiin, bussipysäkkien katoille kiivettiin ja torilla tavattiin, mutta kuinka hetkellistä, tiettyyn kansanosaan, ikäryhmään tai jopa alueeseen sitoutunutta Huuhkajat-huuma oli?

Opinnäytetyötä tehdessäni syntyi myös ajatuksia vaihtoehtoisista aiheista, kuten lähestyminen nöyrän suomalaisen tähtiurheilijan narratiivia Teemu Pukin kautta tai lyhyenä alalukuna käsittelemääni maalintekijää urheilusankarina.

Lähteet

Aalto, Pekka 2019. Huuhkajien pelaaja yllättyi oluenhuuruuksista onnittelusta: ”Muutama kunnan läimäisy tuli selkään”. Iltalehti. <<https://www.iltalehti.fi/jalkapallo/a/0a34dad8-7842-4d68-8d09-d998aab3953a>> (luettu 24.9.2020)

Aukia, Jussi-Pekka 2020. Journalismin herkkä tasapaino. Huoltovarmuuskeskus. <https://www.varmuudenvuoksi.fi/aihe/huoltovarmuus/293/journalismin_herkka_tasapai-no> (luettu 30.10.2020)

Bailey, Michael 2019. One lady cried at being offered an inflatable canary – How Norwich took the Pukki Party to Finland to celebrate Euro 2020 qualification and boost sales. The Athletic. <<https://theathletic.co.uk/1374172/2019/11/22/one-lady-cried-at-being-offered-an-inflatable-canary-how-norwich-took-the-pukki-party-to-finland-to-celebrate-euro-2020-qualification-and-boost-sales/>> (luettu 24.9.2020)

Bergström, Kristoffer 2019. Historiska bedriften – Finland är klart för EM. Aftonbladet. <<https://www.aftonbladet.se/sportbladet/fotboll/a/8mVyyr/historiska-bedriften--finland-ar-klart-for-em>> (luettu 1.10.2020)

BBC 2019. Finland qualify for Euro 2020 and first major tournament. <<https://www.bbc.com/sport/football/5044045>> (luettu 29.9.2020)

Bruun, Koskimies & Tervonen 1986. Uutisoppikirja. Helsinki: Tammi.

Halonen, Mika 2020. Esa Tikkanen puolustaa Lukashenkoa – ”Pitää huolta maastaan, vaikka onkin niin sanottu diktaattori”. Iltä-Sanomat. <<https://www.is.fi/jaakiekko/art-2000006606032.html>> (luettu 29.10.2020)

Hanson, Peter 2019. Pukki the hero as Finland make history by qualifying for Euro 2020. Goal.com. <<https://www.goal.com/en-sg/news/pukki-the-hero-as-finland-make-history-by-qualifying-for/kucge6z5lg3q1awe0te79jz4r>> (luettu 29.9.2020)

Härkönen, Rebekka 2019. Katso kuvat: Näin Huuhkajien historiallinen voitto villitsi jalkapallokansan eri puolilla Suomea. Turun Sanomat. <<https://www.ts.fi/urheilu/jalkapallo/maajoukkueet/4769261/Katso+kuvat+Nain+Huuhkajien+historiallinen+voitto+villitsi+jalkapallokansan+eri+puolilla+Suomea>> (luettu 24.9.2020)

Ikkeläjärvä, Tuukka 2019. Norwich seuraa Suomessa Teemu Pukkia ja Huuhkajia – avaa Kamppiin pop-up-kaupan. Valioliiga.com. <<https://www.valioliiga.com/aihe/teemu-pukki/2019-11/norwich-seuraa-suomessa-teemu-pukkia-ja-huuhkajia-avaa-kamppiin-pop-kaupan/>> (luettu 26.10.2020)

INQUAM PHOTOS 2019. The Bild. <<https://www.bild.de/sport/fussball/fussball/em-quali-schweden-und-finnland-fahren-zur-em-66070326.bild.html>> (luettu 2.11.2020)

Jyrävä, Mika 2018. ”Kukaan ei toivota aamulla hyvää huomenta” – Kysyimme kymmeneltä kisavieraalta, mitä he ajattelevat Tampereesta ja tamperelaisista. Aamulehti. <<https://www.aamulehti.fi/a/201072407>> (luettu 2.10.2020)

Kaita-aho, Juha 2017. Klik klik – klikkijournalismi voi paksusti. Satakunnan kansa. <<https://www.satakunnankansa.fi/a/200303335>> (luettu 1.11.2020)

Kaskinen, Miikka 2020. Juhani Tamminen lataa: MM-kisat pidettävä Valko-Venäjällä – ”Veli-Lukasenka on kiekkomies”. Iltalehti. <<https://www.iltalehti.fi/jaakiekko/a/157fce46-d21b-4f90-b816-9a47169c2ab4>> (luettu 29.10.2020)

Knuuttila, Mikko 2019. Jättimediat uutisoivat Huuhkajien historiallisesta EM-paikasta – BBC lainasi Teemu Pukin sanoja. Ilta-Sanomat. <<https://www.is.fi/huuhkajat/art-2000006310404.html>> (luettu 1.10.2020)

Koponen, Johannes & Leppänen, Juha 2013. Journalismikritiikin vuosikirja 2013, Tampereen yliopisto. Viestinnän, median ja teatterin yksikkö. <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/68074/journalismikritiikin_vuosikirja_2013.pdf> (luettu 1.11.2020)

Kotus 2020. ”Klikkausjournalismi”. Kielitoimiston sanakirja. <<https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/klikkausjournalismi>> (luettu 1.11.2020)

Kumpula, Kaisa 2016. Klikinsäästäjä ilmiantaa verkon harhaanjohtavat otsikot. Yle Kulttuuri. <<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/01/28/klikinsaastaja-ilmiantaa-verkon-harhaanjohtavat-otsikot>> (luettu 21.2.2020)

Kunelius, R. 2000. Journalismi nelijalkaisena otuksena: Tutkimuksen näkökulmia, ongelmia ja haasteita. Tiedotustutkimus 23(3). <<https://doi.org/10.23983/mv.61519>> (luettu 30.10.2020)

Kupila, Jari 2020. Kuka tässä on oikeasti hölmö? Elmo syyskuu 2020, 80-83.

Käenmäki, Pete 2020. Tässä ovat Euroopan parhaan maalintekijät jalkapallossa – pilkkujen poisto heittää tilastoja uusiksi. Iltalehti. <<https://www.iltalehti.fi/vedonlyontiravit/a/7d71afb2-f179-4704-8bbc-a010e529d4a9>> (luettu 30.10.2020)

La Gazzetta dello Sport 2019. E fatta per la Finlandia: storica prima volta. Si qualifica anche la Svezia. <<https://www.gazzetta.it/Calcio/nazionali/15-11-2019/euro-2020-qualificazioni-finlandia-storica-prima-volta-norvegia-vince-spera-3501113119074.shtml>> (luettu 29.9.2020)

Laitinen, Ilkka 2019. Teemu Pukki voitti Mestaruussarjan maalikuninkuuden 29 osumallaan – ennätys jäi maalin päähän. Iltalehti. <<https://www.iltalehti.fi/jalkapallo/a/be80cd0b-c88e-4921-88ec-537806482ea2>> (luettu 26.10.2020)

Leppänen, Sini 2016. Näitä asioita et tiennyt klikkiotsikoista – katso tutkimustulokset! Klikinsäästäjä-sivulla julkaistuissa klikkiotsikossa esiintyvät kielelliset piirteet. Helsingin yliopisto, pro gradu -työ. Suomen kielen, suomalais-ugrialaisten ja pohjoismaisten kielten ja kirjallisuuksien laitos.
<https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/163322/Leppanen_Sini_Pro_gradu_2016.pdf?sequence=2> (luettu 1.11.2020)

Lehtikuva 2019. Paulus Arajuuri.
<<https://www.theguardian.com/football/2019/nov/15/finland-liechtenstein-teemu-pukki-norway-faroe-islands-euro-2020#img-1>> (luettu 2.11.2020)

Lehtikuva 2019b. Huuhkajien kannattajat bussipysäkin päällä.
<<https://theathletic.co.uk/1374172/2019/11/22/one-lady-cried-at-being-offered-an-inflatable-canary-how-norwich-took-the-pukki-party-to-finland-to-celebrate-euro-2020-qualification-and-boost-sales/>> (luettu 2.11.2020)

Lehtikuva 2019c. Teemu Pukki ja Pyry Soiri tuulettavat Suomen maalia. <<https://www.dailymail.co.uk/sport/football/article-7690877/Finland-3-0-Lichtenstein-Home-qualify-major-finals-history.html>> (luettu 2.11.2020)

Lund, Sakari 2019. Näin eteni historiallinen ilta! Huuhkajat löi Liechtensteinin ja pelaa EM-kisoissa. Yle Urheilu. <<https://yle.fi/urheilu/3-11071614>> (luettu 24.9.2020)

McManus, Leigh 2019. Finland 3-0 Lichtenstein: Teemu Pukki goals ensure home side qualify for Euro 2020, the first major finals in their history. Daily Mail.
<<https://www.dailymail.co.uk/sport/football/article-7690877/Finland-3-0-Lichtenstein-Home-qualify-major-finals-history.html>> (luettu 1.10.2020)

Minilex 2020. Median vastuu julkaisemistaan tiedoista. Minilex.
<<https://www.minilex.fi/a/median-vastuu-julkaisemistaan-tiedoista>> (luettu 29.10.2020)

M & M 2017. Some on ristiriitainen väline toimittajille. Markkinointi & Mainonta.
<<https://www.marmai.fi/uutiset/some-on-ristiriitainen-valine-toimittajille/392f41c2-e98c-3253-82da-a52afaf87f73>> (luettu 30.10.2020)

Nenonen, Jari 2016. Mitä ne meistä ajattelevat?. Suomenmaa.
<<https://www.suomenmaa.fi/nenonen/mita-ne-meista-ajattelevat/>> (luettu 2.10.2020)

Niemeläinen, Jonne 2019. Teemu Pukki ja Huuhkajat nousivat otsikoihin – jopa BBC noteerasi. Yle Urheilu. <<https://yle.fi/urheilu/3-10958142>> (luettu 30.10.2020)

Nieminen, Anna-Sofia 2016. Huono otsikko ei kerää klikkejä. Journalisti. <<https://www.journalisti.fi/artikkelit/2016/5/jos-otsikko-ei-ker-klikkej-koko-juttu-on-turha/>> (luettu 21.2.2020)

Norwich City 2019. Twitter.
<<https://twitter.com/NorwichCityFC/status/1197507569671188480?s=20>> (luettu 26.10.2020)

Norwich City 2019b. Norwich City believes in the Huuhkajat. Norwich Cityn verkkosivut. <<https://www.canaries.co.uk/News/2019/november/norwich-city-believes-in-huuhkajat/>> (luettu 30.10.2020)

Nyrhinen, Matti 2013. Missä luuraa ilmaveivimaila? Opinnäytetyö. Helsinki: ammattikorkeakoulu, elokuvan ja television koulutusohjelma. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/59102/nyrhinen_matti.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (luettu 21.2.2020)

Paavola, Vesa 2001. Ryhtyisinkö sankariksi? Keuruu: Rasalas kustannus.

Pallokerho 2020. Ilta-Sanomat, podcast. Oivio, Janne & Sundelin, Saku-Pekka & Väänänen, Ville. 16.10.2020.

Palojärvi, Otto 2020. "Sexy football" oli suomalainen kertomus epäonnistumisesta. Päivän Lehti. <<https://www.paivanlehti.fi/sexy-football-oli-suomalainen-kertomus-epaonnistumisesta/>> (luettu 5.10.2020)

Peltonen, Heidi 2019. Nyt se on totta! Suomi menee jalkapallon EM-kisoihin ensimmäistä kertaa – Liechtenstein kaatui maalein 3-0. Kaleva. <<https://www.kaleva.fi/nyt-se-on-totta-suomi-menee-jalkapallon-em-kisoihi/1670238>> (luettu 24.9.2020)

Pöntinen, Anu 2014. Psykologi: Suomalaiset ovat urheilukansaa – mutta vain voiton hetkellä. Yle Uutiset. <<https://yle.fi/uutiset/3-7427422>> (luettu 26.10.2020)

Pänkäläinen, Seppo 1998. Suomalainen urheilujournalismi. Liikuntatieteellisen seuran impulssi nro XV. Tampere: Tammer-paino Oy.

Rantamäki, Pekko-Joonas 2009. Sankariksi sanomalehdessä. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, viestintätieteiden laitos.

Rantanen, Vesa 2019. Huuhkajien historiaalliseen otteluun liittyy hurja uhkakuva – kannattajien juhlinta voi vaarantaa EM-paikan: "Kaikki pelkäävät sitä". Ilta-Sanomat. <<https://www.is.fi/huuhkajat/art-2000006308265.html>> (luettu 11.9.2020)

Reuters 2019. Auch Schweden und Finnland fahren zur EM. Bild. <<https://www.bild.de/sport/fussball/fussball/em-quali-schweden-und-finnland-fahren-zur-em-66070326.bild.html>> (luettu 1.10.2020)

Reuters 2019. Pukki fires Finland to country's first-ever major finals at Euro 2020. ESPN. <<https://global.espn.com/football/report?gameId=528886>> (luettu 1.10.2020)

Reuters 2019. Finland seal historic Euro 2020 place with victory over Liechtenstein. Guardian. <<https://www.theguardian.com/football/2019/nov/15/finland-liechtenstein-teemu-pukki-norway-faroe-islands-euro-2020>> (luettu 1.10.2020)

Räsänen, Jukka-Pekka 2011. Urheilijat uutisten pelikentällä. Opinnäytetyö. Tornio: ammattikorkeakoulu, viestinnän koulutusohjelma.
<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/27773/Rasanen_Jukka-Pekka.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (luettu 20.2.2020)

Rönkä, Matti 2014. Yle Uutisluokka: Matti Rönkä kertoo, mikä on uutinen?
<<https://areena.yle.fi/1-2137650>> (luettu 20.2.2020)

Savonen, Ilari 2019. Avauskokoonpano: näillä miehillä Huuhkajat jahtaa historiallista EM-kisapaikkaa. MTV Uutiset. <<https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/tassa-se-on-nailla-miehilla-huuhkajat-jahtaa-historiallista-em-kisapaikkaa/7626626#gs.ge6e6b>> (luettu 17.9.2020)

Shemeikka, Anssi 2019. Norwich kasvattaa Teemu Pukki -huumaa Suomessa: lanseerasi tapahtumia ensi kesälle – ”Toivottavasti löydämme sieltä uuden Pukin”. MTV Uutiset. <<https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/norwich-kasvattaa-teemu-pukki-huumaa-suomessa-lanseerasi-tapahtumia-ensi-kesalle-toivottavasti-loydamme-sielta-uuden-pukin/7655568#gs.lk8tjp>> (luettu 26.10.2020)

Shemeikka, Anssi 2019b. Oma valokuva Suomi-Liechtenstein-ottelun jälkeisistä juhlista. (luettu 2.11.2020)

Shemeikka, Anssi 2019c. Oma valokuva mediasta Suomen ja Liechtensteinin ottelua edeltäneestä lehdistötilaisuudessa. (luettu 2.11.2020)

Simola, Katri 2019. Hyvä tarinallinen journalismi vastaa uutisen peruskysymyksiin. Suomen Lehdistö. <<https://suomenlehdisto.fi/hyva-tarinallinen-journalismi-vastaa-uutisen-peruskysymyksiin/>> (luettu 21.2.2020)

Sjöblom, Petri & Karttunen, Anu 2019. Suomen jalkapalloihme kiinnostaa ympäri maailmaa – ”We believe in the Huuhkajat”. Yle Urheilu. <<https://yle.fi/urheilu/3-11069787>> (luettu 30.10.2020)

Sky Sports 2019. European qualifiers round-up: Teemu Pukki fires Finland to Euro 2020. <<https://www.skysports.com/football/news/19692/11862167/european-qualifiers-round-up-teemu-pukki-fires-finland-to-euro-2020>> (luettu 1.10.2020)

Sporttimeisterit 2020. Podcast. Julius Sorjonen ja Teppo Laaksonen, 28.8.2020.

STT 2019. Teemu Pukki siirtyy Norwichiin. <<https://www.ksml.fi/urheilu/2432095>> (luettu 22.10.2020)

Sundelin, Saku-Pekka 2019. Kommentti: Musta möykky nimeltä suomalainen jalkapallosielu parani kertaheitolla: ”Oli vaikea kuvailla valtavaa painolastia”. Ilta-Sanomat. <<https://www.is.fi/huuhkajat/art-2000006310459.html>> (luettu 24.9.2020)

Tapio, Ilari 2019. Yleisön kentälle ryntäämisestä voi seurata rangaistus – pahimmassa tapauksessa voitto voidaan kääntää 0-3 tappioksi. Kaleva.

<<https://www.kaleva.fi/yleison-kentalle-ryntaamisesta-voi-seurata-rangais/1670227>>
(luettu 11.9.2020)

Tilastokeskus 2016. Joukkoviestintämarkkinat supistuivat – elokuvateatterilla takana hyvä vuosi. <http://www.tilastokeskus.fi/til/jvie/2015/jvie_2015_2016-11-18_tie_001_fi.html> (luettu 1.11.2020)

Tuominen, Hannu 2019. Jälkipeli: Suomen jalkapallomaajoukkueen kannattajat ovat yhtä isoa perhettä. Aamuset.
<<https://aamuset.fi/artikkeli/4735723/Jalkipeli+Suomen+jalkapallomaajoukkueen+kannattajat+ovat+yhta+isoa+perhetta>> (luettu 8.10.2020)

Ulander, Markku 2019. Lehtikuva. The Athletic.
<<https://theathletic.co.uk/1374172/2019/11/22/one-lady-cried-at-being-offered-an-inflatable-canary-how-norwich-took-the-pukki-party-to-finland-to-celebrate-euro-2020-qualification-and-boost-sales/>> (luettu 22.10.2020)

Ulander, Markku 2019b. Lehtikuva. AS.
<https://en.as.com/en/2019/11/15/football/1573849109_124838.html> (luettu 2.11.2020)

Urban Dictionary 2004. <<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=goat>>
(luettu 11.9.2020)

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

Wright, Duncan 2019. PUKKI PARTY Finland fans storm the pitch for Pukki Party as they qualify for first-ever major tournament – with players in tears. The Sun. <<https://www.thesun.co.uk/sport/football/10356736/finland-fans-pukki-party-first-tournament-euro-2020/>> (luettu 11.9.2020)

Linkit aineistona oleviin uutisiin

1. BBC <<https://www.bbc.com/sport/football/50440458>>
2. La Gazzetta dello Sport <https://www.gazzetta.it/Calcio/nazionali/15-11-2019/euro-2020-qualificazioni-finlandia-storica-prima-volta-norvegia-vince-spera-3501113119074.shtml?refresh_ce-cp>
3. Goal.com <<https://www.goal.com/en-sg/news/pukki-the-hero-as-finland-make-history-by-qualifying-for/kucge6z5lg3q1awe0te79jz4r>>
4. AS <https://en.as.com/en/2019/11/15/football/1573849109_124838.html>
5. Sky Sports <<https://www.skysports.com/football/news/19692/11862167/european-qualifiers-round-up-teemu-pukki-fires-finland-to-euro-2020>>
6. ESPN <<https://global.espn.com/football/report?gameId=528886>>
7. The Sun <<https://www.thesun.co.uk/sport/football/10356736/finland-fans-pukki-party-first-tournament-euro-2020/>>
8. Daily Mail <<https://www.dailymail.co.uk/sport/football/article-7690877/Finland-3-0-Lichtenstein-Home-qualify-major-finals-history.html>>
9. Bild <<https://www.bild.de/sport/fussball/fussball/em-quali-schweden-und-finnland-fahren-zur-em-66070326.bild.html>>
10. Aftonbladet <<https://www.aftonbladet.se/sportbladet/fotboll/a/8mVyyr/historiska-bedriften--finland-ar-klart-for-em>>
11. The Guardian <<https://www.theguardian.com/football/2019/nov/15/finland-liechtenstein-teemu-pukki-norway-faroe-islands-euro-2020>>
12. The Athletic <<https://theathletic.co.uk/1374172/2019/11/22/one-lady-cried-at-being-offered-an-inflatable-canary-how-norwich-took-the-pukki-party-to-finland-to-celebrate-euro-2020-qualification-and-boost-sales/>>

