



HELSINGIN KAUPUNGIN TIETOKESKUKSEN

verkkojulkaisu

2005

35

Anna Kuokkanen ja Mats Nylund

Suomalaisten suhtautuminen yleisurheilun MM-kilpailuihin

Verkkojulkaisu

ISSN 1458-5707

ISBN 952-473-528-8

LISÄTIETOJA

Mats Nylund

Puh. 09-169 3610

etunimi.sukunimi@hel.fi

Suomalaisten suhtautuminen yleisurheilun MM-kilpailuihin: Osallistumisen muodot, kiinnostus ja koettu merkittävyys

Helsingissä järjestetyt yleisurheilun maailmanmestaruuskilpailut koskettivat tavalla tai toisella yhdeksää suomalaista kymmenestä. Noin kolmasosa suomalaista oli hyvin kiinnostunut kisoista ja noin kolme neljäsosaa piti kilpailuja Suomen kannalta merkittävänä tapahtumana. Yleisurheilun MM-kilpailut näyttivät lisäksi olevan muutakin kuin perinteinen urheilutapahtuma, sillä niillä koettiin olevan vaikutusta myös pääkaupunkiseudun yleiseen ilmapiiriin.

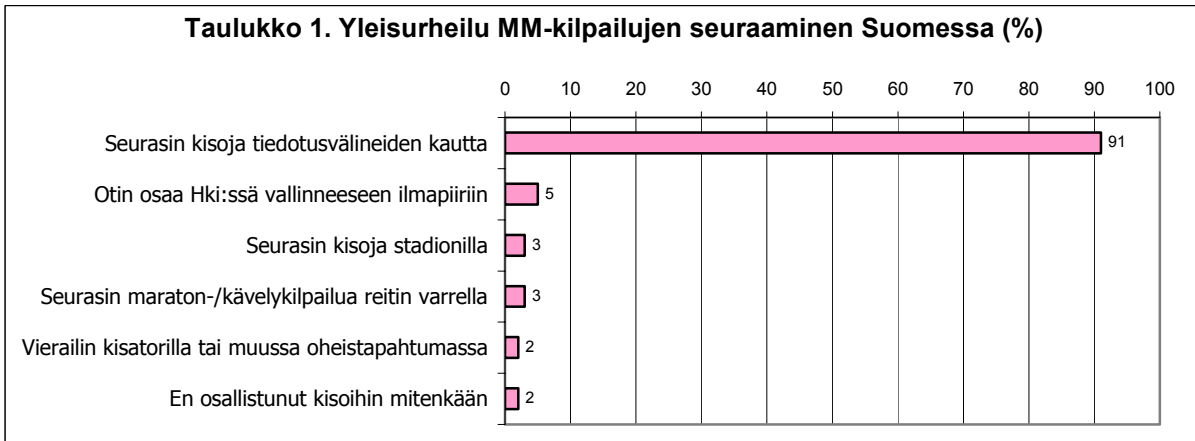
Helsingin kaupungin tietokeskuksella on meneillään laaja yleisurheilun MM-kilpailujen koskeva tutkimushanke. Tutkimus selvittää mm. stadionyleisön kokemuksia kisoista, koti- ja ulkomaisen lehdistön kirjoittelua aiheesta sekä julkista mielipidettä kisoista. Myös kisojen talousvaikutuksia selvitetään yhdessä opetusministeriön rahoittaman hankkeen yhteydessä.

Taloustutkimuksen toteuttamassa haastattelututkimuksessa selvitettiin suomalaisten osallistumisen muotoja sekä suhtautumista kisoihin. Haastatteluja on tähän saakka tehty kahdesti: heinäkuun alussa (viikko 27) ja elokuussa kisojen jälkeisellä viikolla (viikko 33). Kolmas haastattelukierros tehdään loppuvuodesta. Tutkimuksen kohderyhmänä ovat 15-79 -vuotiaat suomalaiset Ahvenanmaata lukuun ottamatta. Tutkimusmenetelmänä on puhelinhaastattelu johon osallistuu jokaisella haastattelukerralla hieman yli 500 henkilöä. Otokset on muodostettu satunnaisotannalla väestörekisterikeskuksen rekisteristä, ja ne on painotettu iän, sukupuolen ja asuinalueen mukaan edustaviksi. Tietokeskus on myös tehnyt laajemman ainoastaan pääkaupunkiseudulle kohdistetun kyselytutkimuksen kisojen jälkeen. Tämän tutkimuksen tulokset raportoidaan myöhemmin.

Kohtuullisen vilkkaasta lipunmyynnistä huolimatta yleisurheilun maailmanmestaruuskilpailut olivat useimmille suomalaisille ennen kaikkea mediatapahtuma. Taulukko 1 osoittaa, että 91 prosenttia vastaajista oli seurannut kisoja tiedotusvälineiden kautta. Lukua voi pitää varsin korkeana ottaen huomioon, että esimerkiksi pääkaupunkiseudun asukkaista ainoastaan kolmannes ilmoittaa urheilun seuraamisen olevan heille hyvin tärkeää tai melko tärkeää (Nylund 2005). Toisaalta yleisurheilun MM-kilpailujen tiedotusvälineiden kautta seuraamista kuvaava luku ei kerro, kuinka tietoista tai aktiivista kisojen seuraaminen on ollut. Merkittävin syy esimerkiksi television MM-kisalähetyksen seuraamiseen on voinut olla se, että joku muu perheenjäsen on halunnut katsella sitä. Voisi myös sanoa, että MM-kilpailujen aikana niiden seuraamista tiedotusvälineiden kautta on voinut olla kisautisoinnin runsauden vuoksi jopa vaikea välttää.

Kolme prosenttia vastaajista ilmoitti olleensa katsomassa MM-kilpailuja stadionilla. Suurtapahtumana yleisurheilun MM-kilpailut laajenivat kuitenkin myös Olympiastadionin ulkopuolelle. Viisi prosenttia vastaajista koki ottaneensa osaa Helsingissä kisojen aikana vallinneeseen erityiseen ilmapiiriin, ja kolme prosenttia oli seurannut maraton- tai kävelykilpailua reittien varrella kaupungin kaduilla. Kisatori ja muut kaupungissa järjestetyt MM-kilpailujen oheistapahtumat keräsivät suunnilleen saman verran kävijöitä. Vain kaksi prosenttia vastaajista ei ollut seurannut yleisurheilun MM-kilpailuja millään tavalla.

Taulukko 1. Yleisurheilu MM-kilpailujen seuraaminen Suomessa (%)

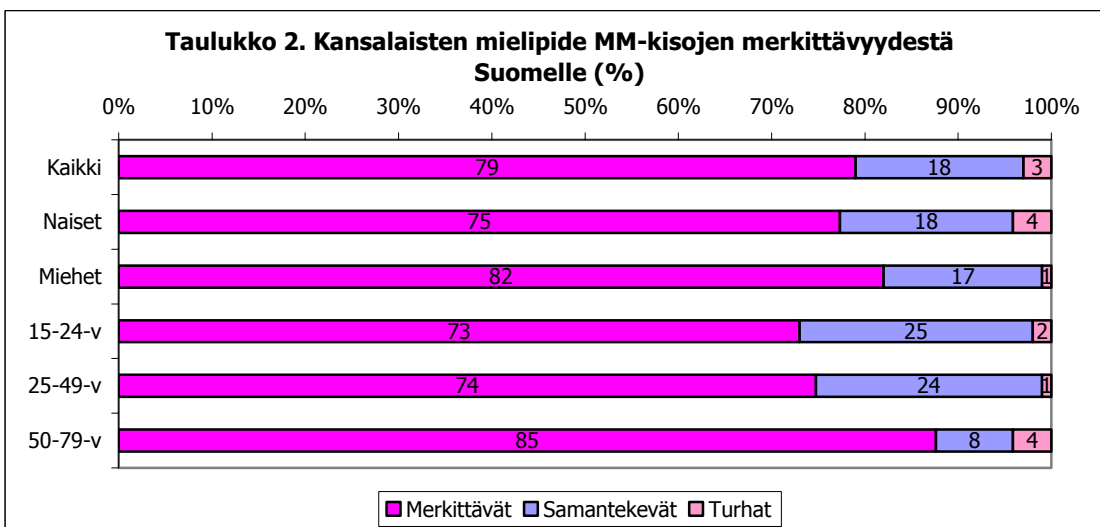


Kyselytutkimuksessa tutkittiin myös suomalaisten käsityksiä yleisurheilun MM-kilpailujen merkityksestä Suomen kannalta (taulukko 2) sekä kiinnostusta MM-kilpailuja kohtaan (taulukko 3). Ennen MM-kilpailuja kisoista kirjoitettiin suomalaisessa lehdistössä pääosin positiiviseen sävyyn, ja mediassa rakennettiin suuria odotuksia kisojen Suomelle ja Helsingille tuomasta medianäkyvyydestä ympäri maailmaa (Kurki ja Nylund 2005). Tämä luultavasti vaikutti osaltaan siihen, että jo heinäkuussa ennen MM-kilpailuja 79 prosenttia suomalaisista ja 75 prosenttia suurhelsinkiläisistä piti kisoja merkittävänä Suomelle.

Taulukosta 2 nähdään, että miehet kokivat kisat merkittäviksi hieman naisia useammin. Samoin 50-79-vuotiaat arvioivat MM-kilpailut Suomelle merkittäväksi muita vastaajia useammin. Tietokeskus on seurannut helsinkiläisten suhtautumista suur tapahtumiin 1990-luvun puolivälistä saakka. Yleisurheilun MM-kilpailujen saamia lukuja voidaan verrata esimerkiksi vuoden 1999 jääkiekon maailmanmestaruuskilpailuihin, joita kaupungille merkittävänä piti kyselyn mukaan 68 prosenttia helsinkiläisistä (Keskinen 1998). Saman tutkimuksen mukaan Helsingin kulttuurikaupunkivuotta 2000 52 prosenttia kaupunkilaisista arvioi merkittäväksi.

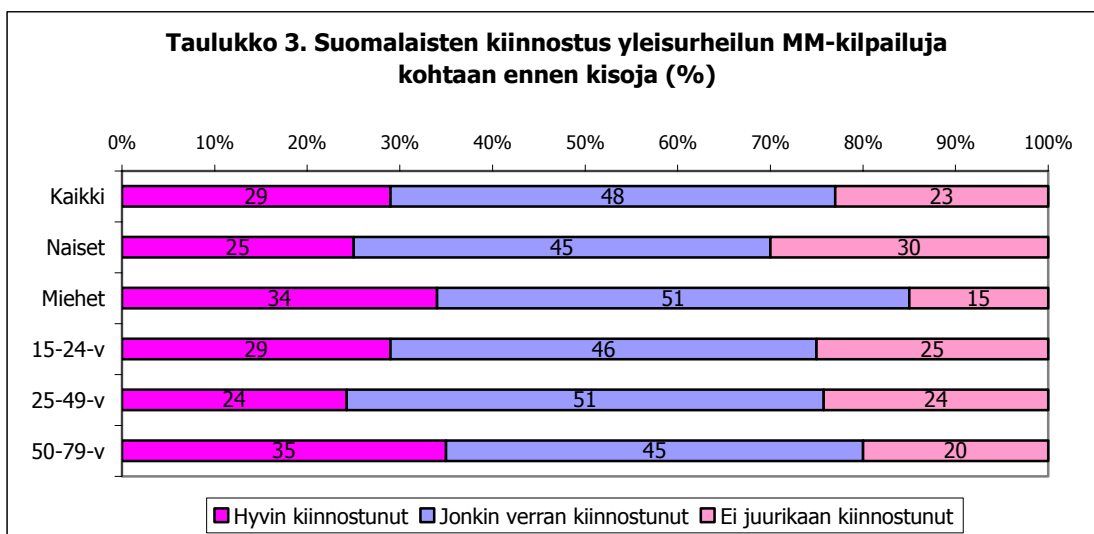
Yleisurheilun MM-kisojen jälkeen tehdyssä kyselyssä arviot kisojen merkityksestä olivat hieman maltillisempia kuin ennen kisoja. Myös sukupuolten ja ikäryhmien väliset erot käsityksissä MM-kilpailujen merkittävydestä olivat kisojen jälkeen tasoittuneet hieman. Silti 75 prosenttia vastaajista edelleen arvioi ne merkittäviksi Suomelle.

Taulukko 2. Kansalaisten mielipide MM-kisojen merkittävydestä Suomelle (%)



Kisojen saamalla mediahuomiolla oli todennäköisesti osuutensa myös siihen, että suuri osa suomalaisista suhtautui kisoihin kiinnostuneesti jo ennen kisoja, jolloin kolme neljäsosaa vastaajista ilmoitti olevansa hyvin kiinnostunut tai jonkin verran kiinnostunut kisoista (taulukko 3). Kun samaa asiaa kysyttiin kisojen jälkeen, 79 prosenttia vastaajista kertoi olevansa niistä hyvin kiinnostunut tai jonkin verran kiinnostunut. Kisat itsessään eivät siis näyttäneet lisänneen kiinnostusta.

Suurinta kiinnostus oli miesten ja toisaalta 50-79-vuotiaiden keskuudessa, mikä oli yleisurheilukilpailuiden kohdalla odotettavissa aikaisempien tutkimusten perusteella (Liikkanen 2004). Naisista 70 prosenttia ilmoitti olevansa hyvin kiinnostunut tai jonkin verran kiinnostunut MM-kilpailuista, kun miesten kohdalla vastaava osuus oli 85 prosenttia. 25-49-vuotiaiden joukossa oli vähiten niitä, jotka suhtautuivat MM-kilpailuihin hyvin kiinnostuneesti. Erot sukupuolten ja ikäryhmien välillä eivät kuitenkaan olleet yhtä suuria kuin yleensä yleisurheilukilpailujen yhteydessä, mikä voisi tukea käsitystä siitä, että yleisurheilun MM-kilpailuissa oli urheilun lisäksi osittain kyse nimenomaan ”tapahtumasta”.



Tapahtumien määrä tuntuu lisääntyneen niin Suomessa kuin muuallakin Euroopassa (ks. Kainulainen 2004). Siksi tutkimuksen tarkoituksena on myös sijoittaa yleisurheilun MM-kilpailut laajempaan yhteiskunnalliseen kehykseen ja sillä tavoin lisätä ymmärtämystä suur tapahtumista. Urheilun suur tapahtumat voidaan nähdä osana ns. elämystaloutta. Tämä usein käytetty käsite voidaan tässä yhteydessä täsmentää seuraavasti: Elämystalous liittyy (1) hyödykkeisiin joita kulutetaan ennen kaikkea vapaa-aikana ja jotka sijoittuvat ihmisen tarvehierarkian ylätasolle (vastakohtana esimerkiksi perusravinnolle ja lämmölle), (2) kulutettavat hyödykkeet ovat pääasiassa *aineettomia*. Toki aineellisuuskin on edelleen mukana kuvassa, sillä tapahtumien tuotanto ja kulutus tapahtuu totta kai fyysisessä tilassa ja esimerkiksi energian kulutus saattaa olla merkittävää, (3) hyödykkeitä kulutetaan olemalla *yleisönä*. Ilmiöt asetetaan näyttämöille, sekä käytännössä että kuvainnollisesti.

Yleisurheilun MM-kilpailujen tavoitteena oli nimenomaan tarjota katsojille elämys, joka ei perustunut pelkkään urheiluun. Esimerkiksi stadionilla televisioruudun ja musiikin avulla pyrittiin vaikuttamaan ihmisten tunteisiin ja nostamaan tunnelmaa. Tärkeä osa elämystaloutta ja yleisurheilun MM-kilpailuja on lisäksi tapahtumaan liittynyt viestinnällinen elementti. Kisojen visuaaliseen ilmeeseen oli panostettu, ja kisat olivat vahvasti esillä suomalaisissa tiedotusvälineissä.

Helsingin MM-kilpailuja markkinoitiin muun muassa kaikkien aikojen suurimpana urheilutapahtumana, johon osallistuisi ennätysmäärä urheilijoita ja tiedotusvälineiden edustajia. Myös urheilijoiden joukosta valikoitui median ja yleisön suosikkeja, jotka keräsivät paljon huomiota. Kisojen näkyvyys ja media-arvo tekivät tapahtumasta houkuttelevan myös monien yritysten ja muiden sponsoreiden näkökulmasta. Urheiluun liitettyjen arvojen ja ihanteiden lisäksi myös talous ja kaupallisuus kietoutuivat yleisurheilun MM-kilpailuihin monelta suunnalta.

Lähteet

Kainulainen, Kimmo (2004) Työtä, tuloja, imagolisää, hyvinvointia: Kulttuuritapahtumat ovat luovien kuntien rakennusaineeksi. Kuntalehti 17: 54-55.

Keskinen, Vesa (1998) Palvelut puntarissa. Helsingin kaupungin tietokeskus.

Kurki, Lea ja Nylund, Mats (2005) Odotusten ja uhkien MM-kisat: Mediajulkisuus ennen yleisurheilun MM-kilpailuja 2005. Helsingin kaupungin tietokeskus (julkaistaan).

Liikkanen, Mirja (2004) Yleisönä – kodin ulkopuolella ja kotona. Teoksessa Liikkanen M, Hanifi R ja Hannula U (toim.) Yksilöllisiä valintoja, kulttuurien pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981-2002. Helsinki: Tilastokeskus.

Nylund, Mats (2005) Liikunnan harrastaminen ja urheilun seuraaminen pääkaupunkiseudulla. Kvartti 2: 26-32.