

Twitter – reaaliaikaisuuden päätepiste?

[jalkapallo](#) [mediaurheilu](#) [reaaliaikaisuus](#) [twitter](#)

Timo Riihentupa

timo.riihentupa[at]utu.fi

Digitaalinen kulttuuri

Turun yliopisto

Maailma on nopeutunut, samalla niin on tehnyt myös urheilun seuraaminen. Kuka tarvitsee vielä mediaa ja toimittajia, kun Twitter tuo tuoreimmat uutiset ja huhut muutamassa sekunnissa suoraan jalkapallon seuraajille?

On vuosi 2005 ja portugalilaisen jalkapallotaituri Luís Figon yllättävä siirtyminen jalkapalloseura Real Madrista italialaiseen Interiin varmistuu. Molempien seurojen pelaajat ja sisäpiiri tietävät siirrosta, kuten myös muutama paikallinen urheilutoimittaja. Tavallinen jalkapallon seuraaja on kuitenkin tyystin tietämätön koko siirtoprosessista. Tämä peruskatsoja pääsee uutisesta selville aikaisintaan seuraavana aamuna, kun hän lukee siitä aamun lehdessä. (Wikipedia 2014.)

Tällä kertaa on vuosi 2010 ja siirtomarkkinoilla tapahtuu jälleen: Real Madrid ostaa Mesut Özilin Werden Bremenistä (Ilta-Sanomat 17.8.2010). Sama pieni piiri tietää siirrosta kuin viisi vuotta sitten, mutta tällä kertaa joku siirrosta perillä oleva saattaa kirjoittaa kuulemansa internetin keskustelupalstoille. Siellä uutinen leviää kulovalkean tavoin. Jo illalla siirto on kaikkien jalkapallon seuraajien huulilla.

On helmikuu vuonna 2014. Veikkausliiga-seura Honkaa edustanut puolustaja Gideon Baah julkaisee HJK-siirtonsa Twitterissä, kun hän kirjoittaa seuraajilleen: ”On aika vastaanottaa uusi haaste. Kiitos Bana ja Vesa, kun autoitte minut seuraavalle tasolle. Toivottavasti viihdyn HJK:ssa”. Samalla ghanalainen tärkeä HJK:n seuraavana päivänä olleen tiedotustilaisuuden, jossa seuran oli tarkoitus ilmoittaa uudesta pelaajahankinnastaan. (Yle Urheilu 24.2.2014.)

Edellä mainitut esimerkit ovat osittain kuvitteellisia, mutta silti [täysin mahdollisia](#) (Linkki: <http://www.iltasanomat.fi/sm-liiga/art-1288630801604.html>) urheilumaailmassa. Siirtotarinat kuvaavat erityisesti *mediaurheilun* tilannetta, joka on nähdäkseni viimeisen kymmenen vuoden aikana kokenut täydellisen muutoksen. Taustalla on urheilun digitalisoituminen, joka on muuttanut mediaurheilun seuraamista (Turtiainen 2012, 15, 97). Mediaurheilua tutkineen Riikka Turtiaisen mukaan digitaalisuus näyttäytyy mediaurheilun seuraamisen muutoksessa ennen kaikkea mahdollistajana ja monipuolistajana (Turtiainen 2012, 90).

Mikroblogipalvelu Twitter onkin malliesimerkki digitaalisesta välineestä, joka monipuolistaa ja mahdollistaa mediaurheilun seuraamista. Se tekee sitä monilla eri keinoilla, mutta palvelun suurin valtti on sen nopeus ja reaaliaikaisuus. Olen tutkinut tätä tulevassa pro gradu -työssäni, jonka tärkeimpänä aineistona on verkkokysely, johon vastasi 327 suomalaista jalkapallon seuraajaa. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää jalkapallon seuraajien Twitterin ja keskustelupalstojen käyttöä. Olen jaotellut Twitterin tuottaman lisäarvon neljään eri kategoriaan: reaaliaikaisuus, mobiilisoveltuvuus, informaatio- ja viihdearvo sekä samanhenkisyys. Tässä katsauksessa selvitän kyselyaineiston perusteella, millä eri tavoilla Twitter luo jalkapallon seuraajille reaaliaikaisuutta.

Reaaliaikaisuus – urheilun seuraajien unelma

Mediaurheilua tutkinut Sami Kolamo kirjoitti jo vuonna 2002, että median reaaliaikaisuus on urheilua elävöittävä voimavara. Hänen mukaansa tällöin voi kokea ikään kuin olevansa ottelussa mukana, paikan päällä, vaikka fyysisesti olisi tuhansien kilometrien päässä. (Kolamo 2002, 24.) Kolamon väite on jo reilut kymmenen vuotta sitten pitänyt takuulla paikkansa, mutta samalla se hymyilyttää: miten reaaliaikaisuudesta on voinut edes puhua 12 vuotta sitten, kun internetyhteys ei ollut vielä itsestäänselvyys suomalaisille?

Samansuuntaisesti kirjoittaa myös toinen suomalainen urheilututkija. Valioliigaseura Evertonin suomalaiseseen fanikulttuurin perehtyneen Harri Heinosen mukaan reaaliaikaiset mediat luovat tiettyä yhteisöllisyyttä, joka yhdistää käyttäjät hetkellisesti keskenään. Reaaliaikaisen median avulla etäisyys katoaa ja samalla tila kuroutuu yhdeksi stadionilla mukana elävien kannattajien kanssa. (Heinonen 2005, 146.)

Sekä Kolamon että Heinosen vuosikymmenen takaiset kirjoitukset osoittavat, että urheilun seuraajien ajatukset eivät ole ajan kuluessa muuttuneet. Kuluttajat ja katsojat haluavat aina vain enemmän reaaliaikaisuutta ja aina vain lähemmäs seuraamisen kohteitaan. Olivat he sitten työpaikalla, matkalla kotiin linja-autolla tai kotisohvillan. Tähän tarkoitukseen Twitter on erinomainen palvelu.

Käytän Twitteriä, koska se on reaaliaikaisin mahdollisuus. Saa tietoa suoraan urheilijoilta ja toimittajailta. Mies, 23, Turku

24/7- Paras, nopein ja asiantuntevin keskustelupaikka/informaation lähde. Mies, 26, Helsinki

Reaaliaikaisuuden puolesta puhuu myös mediatutkija Sam Inkinen. Hän sanoo, että tämänhetkinen digitaalitekniikan ja median käyttö korostaa juuri reaaliaikaisuutta. Erityisesti nuorilla reaaliaikaisuuden vaade on lisääntynyt, ja kaikki on aiempaa lyhytjäljenteisempää. Inkisen mukaan osoitus lyhytjäljenteisyyden ja reaaliaikaisuuden tarpeen lisääntymisestä on esimerkiksi se, että kaikki nuoret eivät käytä enää sähköpostia, vaan ovat ottaneet tilalle pikaviestinpalveluita, jotka ovat sähköpostia nopeampia. (Inkinen 2013.)

Katsauksen alussa ollut esimerkki osoittaa, että viimeistään Twitterin avulla urheilun seuraamisen reaaliaikaisuus on noussut tasolle, josta sen on enää vaikea nopeutua. Uutiset ja huhut saapuvat

jalkapallokansan tietouteen parhaimmillaan vain muutamassa sekunnissa. Mutta miksi Twitter on niin reaaliaikainen kuin on?

Kaiken taustalla ovat Twitterin perusominaisuudet

Jalkapallossa joukkue ei pärjää, jos sen taktiikka ja pelitapa – ikään kuin perusominaisuudet – eivät ole kunnossa. Esimerkiksi Espanjan liigan Real Madridissa ovat kautta aikojen pelanneet jalkapallomaailman suurimmat tähdet, mutta silti madridilaisseura on jäänyt viime vuosina nuolemaan näppejään tavoitellessaan kaikkeista suurinta, eli Mestarien liigan voittoa. Keväällä 2014 valkopaidat saivat kuitenkin vihdoin juhlia, kun italialaisluotsi Carlo Ancelotti sai tähdet puheltamaan yhteen hiileen.

Samaa voi mielestäni soveltaa myös Twitteriin. Palvelu ei olisi noussut urheilun seuraajien ykköstuotteeksi, jos sen perusominaisuudet eivät olisi sellaisia, että ne tukisivat urheilun reaaliaikaista seuraamista. Vuonna 2006 avatun mikroblogiapalvelu onkin muuttanut mediaurheilumaailmaa miltei perustamamisvuodestaan alkaen (Frederick 2013, 3). Twitter on ainutlaatuinen palvelu, jossa paitsi perinteinen mutta myös läheisempi, nopeampi ja dynaamisempi vuorovaikutus on mahdollista (Frederick 2013, 2).

Twitterin perusominaisuudet tukevat nopeutta ja reaaliaikaisuutta: Lyhyet, 140-merkkiset viestit takaavat, että asiat voidaan esittää mahdollisimman ytimekkäästi ja nopeasti (Sanderson et al. 2011, 115). Merkkimäärä on pienuudestaan huolimatta kuitenkin täysin riittävä monimuotoisempienkin asioiden avaamiseen.

Lyhyt ja ytimekäs on kaunista ja tehokasta. Mies, 21, Rauma

Saan kaiken oleellisen tiedon yhdestä paikasta ja sopivan tiukassa paketissa(merkkirajoitukset per viesti.) Mies, 29, Helsinki



Kuva 1. Esimerkkejä siitä, että uutisia voi välittää 140-merkkisten viestien avulla helposti, kuten FC Jazzin ex-toiminnanjohtaja Tomi Leivo-Jokimäki osoittaa. Alemmassa kuvassa Teemu Eskola kertoo kolme uutista alle 140-merkkisellä viestillä: Koivu ja Filppula joutuvat jäämään sivuun Suomen jääkiekkomaajoukkueesta, ässälegenda Veli-Pekka Ketola on seuraamassa olympialaisia Sotshissa ja patakasvatti Sakari Salminen on valittu korvaamaan loukkaantuneita.

Yksi Twitterin viestiominaisuuksien vahvuuksista on myös mahdollisuus liittää ”twiitteihin” kuvia, GIF-tiedostaja tai jopa videoleikkeitä helposti ja yksinkertaisesti. Nopeiden, improvisoitujen ja vuorovaikutteisten kuvaviestien lähettäminen on ollut vakio-ominaisuus jo pitkään lukuisissa eri palveluissa ja alustoissa (Rowe et al. 2012, 93). Nähdäkseni Twitterissä kuvalliset viestit ovat vasta lyöneet läpi. Myös keräämässäni kyselyaineistossa mainitaan useissa vastauksissa Twitterin kuvaominaisuudet.

Suuren ottelun yhteydessä voin olla jatkuvassa vuorovaikutuksessa muiden ottelua seuraavien kanssa, lukea hyviä kommentteja ja katsella kuvia/gifejä ottelussa tapahtuneista tilanteista. Mies, 20, Helsinki



Kasper Hämäläinen @khama21 · 18. tammikuuta

Got a nice little present today from a Lech Poznan supporter. In Finland we call this 'Karjalanpiirakka'. Thank you! pic.twitter.com/PRzKETdIOU



UUDELLEENTVI SUOSIKIT
9 36



16.31 - 18. tammikuuta 2014 · Tiedot

Ilmianna mediasisäkö

Pienennä

Vastaa

Uudelleentwittaa

Suosikki

Lisää

Kuva 2. Maajoukkuepelaaja Kasper Hämäläinen esittelee Twitterissä puolalaisfaneilta saamiaan karjalanpiirakoita.

Myös Twitterissä käytettävät tunnisteet palvelevat nopeutta ja reaaliaikaisuutta. Jos haluaa pysyä ajan tasalla kotimaisen jalkapallon toiseksi korkeimmalla sarjatasolla tapahtuvista siirroista, otteluista ja uutisista, tulee kirjoittaa hakukenttään ”ykkönen”. Tällöin saa eteensä kaikki viestit, jotka Twitterin käyttäjät ovat kirjoittaneet kyseisellä tunnisteella.

Tunnisteiden käyttö on Twitterissä vakiintunutta ja niitä käyttävät niin seurat, pelaajat kuin tavalliset jalkapallon seuraajatkin esimerkiksi uutisten tai otteluiden live seurannan aikana – eli twiitattaessa ottelutapahtumista reaaliajassa. Internet on lisännyt huomattavasti mahdollisuutta tuottaa erilaisia mediasisältöjä ja saada toiset tietoisiksi sisältöjen olemassaolosta. Mediatutkija Janne Seppäsen mukaan muiden johdattamista mielenkiintoisten sisältöjen äärelle kutsutaan sosiaalisiksi kuratoinniksi. Tämä osoittaa, että sosiaalisen median käyttäjät eivät välttämättä tuota sisältöä, vaan yhteyksiä eri sisältöihin ja myös niiden käyttäjiin. (Seppänen 2012, 38–39.) Nähdäkseni tunnisteiden käytössä on tietyllä tapaa kyse sosiaalisesta kuratoinnista.

Twitterissä on hyvää, se että nopeasti löytää #hashtagin avulla etsimänsä tiedon/puhutun aiheen. Nainen, 22, Helsinki

Mikä tärkeintä, Twitterissä on mahdollista seurata juuri niitä ihmisiä, joita haluaa ja jotka kiinnostavat. Mikäli haluaa pysyä perillä suomalaisen Veikkausliiga-joukkue TPS:n kuulumisista, tähän tarkoitukseen paras seurattava olisi todennäköisesti seuran tiedottaja.

Seuraan siis suomalaisia jalkapallosta twiittailevia henkilöitä, koska se on se mikä minua kiinnostaa. Mies, 28, Jyväskylä

Myös Twitterin aloitusnäkyvä auttaa reaaliaikaisuuden välittymisessä. Palvelun perusnäkyvä on yksinkertainen ja sen käyttöjärjestelmä helppo. Viestien kirjoittaminen palveluun on sekin nopeaa – käytti sitten mitä laitetta tahansa. (Sanderson et al. 2011, 115.) Lisäksi viestien lukeminen on helppoa ja sujuu ongelmitta. Jo Twitterin alkuvuosina IT-alan ammattilaiset ihastelivat sen näppäryyttä (Suominen et al 2013, 159). Twitterin viestisyötteessä uudet ”twiitit” ilmestyvät automaattisesti aloitusnäkyvään: uusimmat viestit ovat korkeimmalla ja vanhempia viestejä on mahdollista lukea rullaamalla näkyvää alaspäin. Twitterin slogan, ”What’s happening”, viittaa sekin reaaliaikaisuuteen: mitä tapahtuu juuri nyt?

Nähdäkseni Twitterin perusominaisuudet rakentavat pohjan sille, miksi palvelu on niin reaaliaikainen kuin on. Twitterin perusominaisuudet ovat kuitenkin vain yksi palanen palvelun reaaliaikaisuuden kokonaisuudesta: palvelu ei olisi mitään ilman käyttäjiä.

Koko maailma samassa paikassa

Minulla on ongelma. Haluaisin pikaisesti tietää lisää tämän tekstin alussa esitellystä Gideon Baah’sta, joka ilmoitti seurasiirrostaan Twitterin avulla. Tarvitsen tietoa miehen kasvattiseurasta Ghanassa. Voin hakea tietoa Googlesta, mutta todennäköisesti urakkani pysähtyisi viimeistään kieliongelmiin. Voisin myös kirjautua jalkapalloaiheisille keskustelupalstoille, lähettää kysymyksen ja toivoa, että joku ghanalaisesta jalkapallosta tietävä sattuisi sen huomaamaan. Mahdollista,

mutta kuitenkin epätodennäköistä ja joka tapauksessa hidasta. Tai sitten voisin kysyä asiaa oikeilla tunnisteilla Twitterissä, ja mahdollisesti saada vastauksen muutamassa minuutissa.

Twitter antaakin urheilun seuraajille sellaista tietoa, mitä he eivät olisi ennen voineet saada (Sanderson et al. 2011, 120). Twitteristä on tullut urheilun seuraajille arvokas palvelu. Tarjolla on tietoa enemmän kuin koskaan ennen ja entistä useammasta eri lähteestä, sillä palvelulla on satoja miljoonia käyttäjiä – ja heidän joukossaan lukemattomia urheilutoimijoita ja faneja. (Sanderson et al. 2011, 122.) Urheilun seuraajat saavat tietää entistä useammasta heitä itseään kiinnostavasta asiasta entistä nopeammin.

Twitter tarjoaa minuuttitason up-to-date-tietoa minua kiinnostavista asioista. Twitterin kautta voin myös seurata minua henkilökohtaisesti kiinnostavia henkilöitä ja näiden mielipiteitä/twiittejä. Mies, 29, Helsinki

Kanadalainen mediatutkija Marshall McLuhan (1911–1980) maalaili jo vuosikymmeniä sitten visioita globaalista ”maailmankylästä”, jotka tuntuvat nykynäkökulmasta paitsi itsestään selviltä myös usein hämmentävän osuvilta, kun mietitään internetin nykymerkitystä (Inkinen 175, 2012). Nähdäkseni Twitter vie maailmankylä-vertauksen vielä internetiäkin pidemmälle: Twitterin käyttäjien on ainakin lähtökohtaisesti mahdollista kommunikoida keskenään, oli kyseessä sitten tavallinen jalkapallon seuraaja tai Manchester Unitedin 36 euroa minuutissa tienava supertähti Wayne Rooney. Lähestymisen helppous ja kommunikaation reaaliaikaisuus ovatkin tärkeimpiä syitä sille, että urheilutoimijat ovat valinneet Twitterin käytettäväkseen kaikista sosiaalisen median palveluista. (Sanderson et al. 2011, 114.)

Urheilijat, toimittajat, seurat ja lähes kaikki muutkin urheilutoimijat ovat nykyisin Twitterissä. Tämä tarkoittaa sitä, että tieto jonka urheilun seuraajat ovat ennen kuulleet massamedialta, on nyt saatavilla suoraan lähteiltä. Tämä on yksi merkittävimmistä tavoista, joilla Twitter on muuttanut urheilumediaa. (Sanderson et al. 2011, 116.)



Rio Ferdinand @rioferdy5 · 25. tammikuuta

Welcome to my amigo @juanmata10 ! Hoping you enjoy ya time here and help continue the success at this club #mufc

Pienennä

← Vastaa ↻ Uudelleentwiittaa ★ Suosikki ... Lisää

Käännetty kielestä englanti, kääntäjänä [bing](#) Translator

Tervetuloa amigo @juanmata10! Toivon sinun nauttivan aikaa täällä ja auttaa jatkamaan menestystä täällä klubilla #mufc

UUDELLEENTV SUOSIKIT

17 052 6 096

15.30 - 25. tammikuuta 2014 · Tiedot

Kuva 3. Loppu Juan Mataa koskeville siirtohuuille. Manchester Unitedin tähtitoppari Rio Ferdinand toivottaa espanjalaishyökkääjän tervetulleeksi manchesterilaisseuraan.

Twitter on reaaliaikainen. Se tuo urheilijat ja toimittajat lähemmäs minua kuin mikään muu. Twitterin avulla saa paljon sellaista lisäarvoa, mitä ei muuten saisi – ainakaan yhtä nopeasti. Mies, 23, Helsinki

Siellä jalkapalloilijat keskusteleivat keskenään, jotkut vastaavat myös faneille. Joka tapauksessa fanit voivat kysyä pelaajilta asioita. Myös pelaaja-toimittaja, toimittaja-toimittaja ja fani-toimittaja -keskustelut ovat arkipäivää. Vuorovaikutus on lisääntynyt ja tasaarvoistunut. Se antaa lisänäkemystä ja -ravintoa faniudelle. Mies, 26-30, Pori

Twitter on mullistanut urheilun seuraamisen. Se on tuonut ”tavallisen” urheilukansan lähemmäs urheilijoita, seuroja ja toimittajia. Rajat näiden ryhmien välillä ovat murtuneet. (Fredericks et al. 2013, 14–15.) Samalla on myös täysin selvää, että urheilun seuraajat saavat heitä kiinnostavat asiat tietoonsa entistä nopeammin. Yksi syy tähän on se, että lähes jokaisella on taskussaan älypuhelin. Uutiset voi helposti tarkastaa, oli sitten työmatkalla linja-autossa tai kotisohvalla television edessä.

Twitterissä missä vain, milloin vain

On tiistai-ilta ja Mestarien liigan tuttu hymni pärähtää soimaan TV2:lta. Ottelun ennakointi alkaa, ja studiossa asiantuntijan roolissa oleva konkarivalmentaja Martti Kuusela tökertelee sanoissaan: Barcelona on ”Barka” ja brassitähti Neymarkin vääntyy kummalliseen muotoon. Mietin, että mitähän muut tästä ajattelevat? Ottelu alkaa ja heti alkuminuuteilla espanjalaisseura saa kyseenalaisen rangaistuslaukauksen. En malta enää mieltäni, otan puhelimeni, istun takaisin sohvalle ja avaän Twitterin: mitähän muut ovat ottelusta kirjoittaneet?

Mediaurheilua tutkinut Raymond Boyle kirjoitti jo vuonna 2004, että jalkapallokatsojille ei enää riitä se, että istutaan passiivisesti television edessä ja katsotaan ottelua. Yhä useammin katsojat haluavat mukaan itse tapahtumaan siitä huolimatta, että he eivät ole paikan päällä vaan kotiensa suojissa. (Boyle 2004, 140.) Mediaa tutkineen Janne Seppäsen mukaan taas verbi ”koskettaa” kuvaa mediakokemuksen keskeistä piirrettä nykypäivänä. Median tarjoama kokemus ei ole vain maailman tiedollista jäsentämistä ja hallintaa. Tunteet ja faktat sekoittuvat nykypäivän mediakokemuksessa toisiinsa. (Seppänen 2012, 28–29.) Mielestäni reaaliaikainen Twitter on yksi keino, jolla jalkapallon seuraajat saavat haluamaansa kosketusta ja tunnetta. Twitter ja sen käyttäjät luovat reaaliaikaisuuden tunnetta samalla kun seuraavat ottelua esimerkiksi kotisohvaltaan.

Käytän Twitteriä kaiken aikaa, koska niin on helppo tehdä puhelimen kanssa.

Twiittailen esim. urheilutapahtumista lähinnä, esim. peliä katsoessa. Mies, 23, Turku

Sohvalla istuessa ei kuitenkaan helposti ota syliinsä isokokoista läppäriä, eikä pöytäkoneen ääressä istuessakaan ole välttämättä kovin mukavaa, mutta älypuhelin sen sijaan ajaa asiansa mallikkaasti. Yksi Twitterin suurimmista vahvuuksista on sen loistava mobiilisoveltuvuus (Sanderson 2011, 115). Twiittaminen on kuin tehty älypuhelimia varten (Rowe et al. 2012, 86). Tämä tarkoittaa sitä, että urheilun seuraajat ovat puhelimiensa ja Twitterin avulla jatkuvassa

yhteydessä urheilumaailmaan. Olit missä tai millaisessa tilanteessa tahansa, Twitterin ja älypuhelimien avulla olet jatkuvasti yhdistettynä muuhun urheilumaailmaan. (Hutchins 2012, 5.)

Mediatutkija Sam Inkinenkin perustelee Twitterin suosiota sillä, että palvelu soveltuu loistavasti mobiilikäyttöön. Mobiililaitteet ovat hänen mukaansa alustoja, joille tulevaisuuden palvelut jatkossa suunnataan entistä vahvemmin. Pöytätietokoneiden aika on Inkisen mukaansa hiljalleen painumassa historiaan. (Inkinen 2013.)

Lopuksi

Tässä katsauksessa tarkastelin sitä, miksi reaaliaikaisuus on Twitterin vahvuus. Palvelun tarjoama reaaliaikaisuus rakentuu monen eri elementin kautta. Twitterin vahvuudet nivoutuvat toisiinsa eikä yhtään ominaisuutta voi ottaa pois ilman jonkin toisen ominaisuuden kärsimistä.

Tässä tekstissä esittelin kolme päätekijää Twitterin reaaliaikaisuudelle: palvelun perusominaisuudet, mobiilisoveltuvuus sekä sen tarjoama informaatioarvo. Pohjana kaikelle on palvelun helppokäyttöisyys: viestit ovat lyhyitä, käyttöliittymä yksinkertainen ja reaaliaikaisuutta rakentava. Mobiilisoveltuvuus tukee tätä erinomaisesti. Twitteriä on helppo käyttää älypuhelimella: lyhyitä viestejä on helppo lukea ja kirjoittaa, olit sitten missä tahansa.

Twitter ei kuitenkaan olisi mitään ilman sen käyttäjiä. Twitterissä ovat kaikki: niin urheilijat, toimittajat ja seurat kuin myös tavalliset urheilun seuraajat. Tieto kulkee Twitterissä ilman välikäsiä ja urheilun seuraajat saavat informaation suoraan sen lähteeltä. Reaaliaikaisuus ja koko Twitterin arvo rakentuu lopulta sen käyttäjien avulla.

Mutta voiko urheilun seuraaminen muuttua vielä nopeammaksi, vai onko Twitter – kuten tämän tekstin otsikossa kirjoitan – reaaliaikaisuuden päätepiste? Ottavatko urheilun seuraajat seuraavaksi askeleen taaksepäin?

Mediatutkija Sam Inkisen mukaan kaikille isoille trendeille tulee myös vastatrendejä. Esimerkiksi reaaliaikaiselle sosiaaliselle medialle on jo syntynyt vastatrendejä: elämän hidastuminen ja antisosiaalinen media ovat trendejä nykymaailmassa. Facebookista erotaan kiihtyvällä tahdilla ja kaupunkilomien sijasta viikon mittainen samoilu erämaassa ilman nykYTEKNOLOGIAA on esimerkki monen vapaa-ajasta. (Inkinen 2013.)

Entä viekö Twitter huomiota jalkapallolta? Kun samaan aikaan katsotaan peliä, luetaan ja kirjoitetaan viestejä, ei ajatus ehkä enää olekaan täysin jalkapallossa. Tämä huomattiin myös keräämässäni vastausaineistossa.

Twitter saattaa viedä keskittymistä ottelusta jonkin verran. Mies, 24, Jyväskylä

Kirjoittaja on jalkapalloa seuraava digitaalisen kulttuurin opiskelija, joka tekee pro gradu -tutkimusta jalkapallon seuraajien Twitterin käytöstä.

Lähteet

Kaikki linkit tarkastettu 3.12.2014

Aineisto

Pro gradu -tutkimukseeni keräämäni kyselyaineisto, jossa suomalaiset jalkapallon seuraajat perustelevat Twitterin käyttöä. Aineisto tutkijan hallussa.

Luennot

Sam Inkinen 9.–10.2013. ”Havaintoja teknologian, uuden median ja taiteen kehityksestä digitaalisen kulttuurin aikakaudella.” Turun yliopisto, kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen koulutusohjelma.

Lehtiartikkelit

Iltta-Sanomat 17.8.2010. Bremen taipui, Mesut Özil siirtyy Real Madridiin.
<http://www.iltasanomat.fi/jalkapallo/art-1288339418659.html>

Iltta-Sanomat 10.12.2013. Ässät hankki jenkkihyökkääjän – sopimus julki Twitterissä.
<http://www.iltasanomat.fi/sm-liiga/art-1288630801604.html>

Muut tiedotusvälineet

YLE Urheilu 24.2.2014. Honka-puolustaja ilmoitti siirrostaan Twitterissä: Toivottavasti viihdyn HJK:ssa. http://yle.fi/urheilu/honka-puolustaja_ilmoitti_siirrostaan_twitterissa_toivottavasti_viihdyn_hjkssa/7104526

YLE Urheilu 21.2.2014. Manchester United vahvisti Rooney'n sopimuksen.
http://yle.fi/urheilu/manchester_united_vahvisti_rooneyn_sopimuksen/7103006

Verkkosivut

Wikipedia: Luís Figo. 2014. http://en.wikipedia.org/wiki/Lu%C3%ADs_Figo

Wikipedia: Twitter. 2014. <http://fi.wikipedia.org/wiki/Twitter>

Tutkimuskirjallisuus:

Boyle, Raymond and Haynes, Richard. 2004. *Football in the new media age*. Routledge: London.

Frederick, Evan, Lim, Choong Hoon, Clavio, Galen, Pedersen, Paul M. and Burch, Lauren. 2013. "Choosing Between the One-Way or Two-Way Street: An Exploration of Relationship Promotion by Professional Athletes on Twitter". *Communication and Sport*.

25.1.2013. <http://com.sagepub.com/content/early/2012/12/12/2167479512466387.full.pdf+html>

Heinonen, Harri. 2005. *Jalkapallon lumo: Tutkimus suomalaisesta Everton-faniudesta*. Jyväskylä: Atena.

Hutchins, Brett. 2012. "Sports on the move: The unfolding impact of mobile communications on the media sport content economy." *Journal of Sport & Social*

Issues. 13.9.2012. <http://jss.sagepub.com/content/early/2012/09/11/0193723512458933.full.pdf+html>

Rowe, David and Hutchins, Brett. 2012. *Sport Beyond Television – The internet, digital media and the rise of networked Sport*. New York: Routledge.

Suominen, Jaakko, Östman, Sari, Saarikoski, Petri ja Turtiainen, Riikka. 2013. *Sosiaalisen median lyhyt historia*. Jaakko Suominen, Sari Östman, Petri Saarikoski, Riikka Turtiainen. Helsinki: Gaudeamus.

Sanderson, Jimmy and Kassing, W. 2011. "Tweets and blogs. Transformative, adversarial, and integrative developments in sports media." Teoksessa *Sports media. Transformation, Intergration, Consumption*, toimittanut Andrew C. Billings, 114–127. New York: Routledge.

Seppänen, Janne ja Väliaverronen, Esa. 2012. *Mediayhteiskunta*. Tampere: Vastapaino.

Inkinen, Sam. 2012. "Väline on viesti. Huomioita viestinnän tutkimuksesta, uusista medioista ja aikalaiskulttuurin muutoksesta." Teoksessa *Vaasan yliopiston julkaisuja, 2012*. https://noppa.aalto.fi/noppa/kurssi/20091/materiaali/20091_materiaalia_21.-22.11.2013.pdf

Kolamo, Sami. 2002. "Futisfanius ja tunteen kulttuuri. Yhteisöllistä draamaa median konstruimalla näyttämöllä." *Kulttuurintutkimus* 2/2002.

Turtiainen, Riikka 2012. *Nopeammin, laajemmalle, monipuolisemmin. Digitalisoituminen mediaurheilun seuraamisen muutoksessa*. Väitöskirja. Turun yliopisto.