

## Media

TEKSTI: Juha Hiltelä KUVAT: Getty Images

# Sosiaalisen median VALLANKUMOUS

*Blogit, Twitter, Facebook. Sosiaalinen media valtaa maailmaa, myös kiekkomaailmaa. Mutta miksi Suomi-kiekko nukkuu tässäkin asiassa?*



"SM-liigan kannattaisi etsiä avoimia, hyviä ja sanavalmiita pelaajia ja kannustaa heitä sosiaaliseen mediaan."

Blogit, Facebook, Twitter. Sosiaalinen media valtaa maailmaa, myös kiekkomaailmaa. Miksi Suomi-kiekko nukkuu tässäkin asiassa?

*Evan Williams on yksi yhteisö- ja mikroblogipalvelu Twitterin perustajista. Käyttäjät ympäri maailmaa odottavat, että vuonna 2010 yli 100 miljoonaa – ja määrä kasvaa yhä kiihtyvällä tahdilla.*





**SM-LIIGALLA ON OMA TWITTER -PROFIILINSA, JOKA PÄIVITTYY ERITTÄIN HARVOIN. LIIGAN TWITTER-PROFIILIA SEURAAMALLA EI EDES TIEDÄ, KUKA VOITTI VIIME KEVÄÄNÄ MESTARUUDEN.”**

**Siitä ei ole** kovin kauan, kun erään NBA-ottelun jälkeen toisen joukkueen päävalmentajalta tultiin kysymään, mitä mieltä hän on siitä, että oman joukkueen pelaajat päivittivät puoliajalla *Twitteriä*.

– Mahdoton olla mitään mieltä, kun en tiedä, mikä on *Twitter*, kuului valmentajan vastaus.

Nykyään todennäköisesti myös kyseinen valmentaja tietää, mistä on kyse. Mikroblogin palvelu *Twitter* on tullut jädäkseen. Tekstiviestin, eli 140 merkin, mittaisia ajatuksiaan jakavat miljoonat ihmiset ympäri maailmaa.

Joukossa on läjä julkikuksia, kuten Yhdysvaltain ex-varapresidentti Al Gore ja viihde maailman tähdet Demi Moore, Conan O'Brian ja Pamela Anderson. Sekä tietysti kasapäin urheilijoita.

Shaq O'Nealilla on oma sivunsa ja toinen koripallotähti LeBron James sai hetkessä satoja tuhansia seuraajia avattuun kesällä oman tunnuksensa.

Lätkämaailman seuratuin pelaaja on Phoenix Coyotesin Paul Bissonette, jonka humoristiset kommentit ovat nostaneet nelosketjun laita-

hyökkääjän poikkeuksellisen suureen suosioon.

Julkisuuteen Suomessakin nousivat St. Louisin Cam Janssen ja Dallasin Krys Barch, joka kesällä sopivat *Twitterissä* julkisesti ottavansa nyrkein yhteen joukkueiden ensimmäisessä kohtauksessa.

Vaikka NHL mainostaa olevansa Pohjois-Amerikan parhaiten internetissä faneja palveleva urheilusarja, komissaari Gary Bettmanilla ei vielä ole omaa *Twitter*-profiiliaan.

Sen sijaan varapääjohtajan tittelillä NHL:n toimistossa häiritävä ex-tähti Brendan Shanahan on aktiivinen "twittaja".

Ja seassa on tietysti lukuisia faneja ja toimittajia. Edmonton Journal-lehden tekemän selvityksen mukaan *Twitterin* suosituin jääkiekkopersoonana on TSN-televisiokanavan asiantuntija Darren Dreger ja kakkosena saman kanavan kollega Bob McKenzie.

Kaksikko päivittää statusiaan ahkerasti, välillä jopa ohjelmien mainoskatkojen aikana.

– Turkin eri sosiaalisen median kanavia viime keväänä,

Päätin liittyä *Twitteriin*, jotta voin promota paremmin pelaajiani ja myös jääkiekkoa lajina. Siihen aikaan yksikään asiakkaistani ei ollut *Twitterissä*, nyt on, pohjoisamerikkalainen pelaaja-agentti Scott Norton kertoi hiljattain *Sports Networker*-verkkosivuston haastattelussa.

#### MISSÄ MENEÄ RAJA?

Sosiaalinen media käsittää kuitenkin muutakin kuin pelkän *Twitterin* kaltaisen trendipalvelun. Siihen kuuluvat blogit, keskustelupalstat ja jokamiehenpalveluksi jo yleistynyt *Facebook*.

NHL:ssä pohditaan parhaillaan faniblogien pitäjien statusta. Isolle mantereelle mahtuu valtaisa määrä faniblogien pitäjiä, joista osasta on tullut huippusuosittuja.

Osa seuroista, etunenässä Washington Capitals, ottaa bloginpitäjät vastaan ilomielin ja tarjoaa heille saman palvelun kuin medialle.

Seuran omistaja, IT-miljonääri Ted Leonsis on itselkin aktiivinen bloggaaja ja *Twitterin* päivittäjä. Vuonna 2007 hän maksoi kaksi paikallista faniblogin pitäjää jopa Moskovan MM-kisoihin seuraamaan ykköstähden Aleksandr Ovetshkinin otteita, koska Capitalsin kausi oli päättynyt runkosarjaan.

Sen sijaan muun muassa New York Rangers ja Edmonton Oilers kuuluvat siihen joukkoon seuroja, jotka eivät päästä faniblogin pitäjiä lainkaan lehdistötiloihin ja pukukoppeihin ottelun jälkeen.

NFL- ja NBA-pelaajat ovat hurahtaneet sosiaaliseen mediaan niin pahasti, että liigat ovat laatineet ohjeet asian tuloilta. Amerikkalaisen jalkapalloilun kauhukakeroihin kuuluva Chad Ochocinco valitti hiljattain kesken harjoituspelin liian kovia rakkauksia ja sai liigalta 25 000 dollarin sakot.

Viime kaudella NBA langetti sakot pelaajalle, joka päivitti ottelun jälkeen *Twitteriä* ennen kuin oli ollut median haastattelutavara.

Toisenlaista huomiota sai eräs NBA-koripalloilija, joka itse itsestään ottamassa kuvassa esitteli uusia tatuointejaan ja laitto kuvan *Twitteriin*. Kohu syntyi, koska kuvassa taustalla näkyi

**”ISO OSA LIIGAPELAAJISTA ON FACEBOOKISSA, MUTTA SIELLÄ HE VERHOITUVAT PILOON JA NÄYTTÄVÄT PÄIVITYKSENSÄ AINOASTAAN KAVEREILLEN.”**





epäilyttävästi marihuanalta näyttävä ruohokasa.

Myöhemmin samainen peluri ilmoittautui huumevieroitukseen.

### MILLOIN SUOMESSA?

SM-liigassa ei ole vielä tarvinnut kieltää viittiketjulaiselta Twitterin päivittämistä vaihtopenkiltä. Yhdelläkään liigakiekkoilijalla ei ainakaan julkisesti ole omaa profiilia palvelussa, jonka suosio on kasvamassa myös pohjolan perukoilla.

Iso osa liigapelaajista on Facebookissa, mutta siellä he verhoituvat pilloon ja näyttävät päivätyksensä ainoastaan kavereilleen.

– Suomessa urheilijat pitä-

vät yksityisyyden suojastaan vähän liiankin tarkasti kiinni. Pelätään kaikenlaisia häiriköitä, mutta kun katsot jäähallin takaovella päivystäviä 14-vuotiaita tyttöjä, ei niistä nyt ihan hirveän suurta harmia ole, sanoo Christina Andersson, johtamiskonsultti, sosiaalisen median aktiivi ja armoston kiekkofani.

SM-liigalla on oma Twitter-profiilinsa, joka päivittyy erittäin harvoin. Liigan Twitter-profiilia seuraamalla ei edes tiedä, kuka voitti viime keväänä mestaruuden.

Blogimaailmassa kotimaisen ammattilaissarjan tämänkesäisen aloitus ei ollut juuri sen vahvempi. Ensimmäiset kirjoitukset olivat täynnä kirjoitusvir-

heitä, jopa liigan oma nimi oli pitkään väärin kirjoitettu.

– Liigan kannattaisi etsiä pelaajia, jotka ovat avoimia, hyviä ja sanavalmiita tyyppejä ja kannustaa heitä sosiaalisesti mediaan.

Facebookissa ovat käytännössä kaikki seurat, virallisesti Twitter-profiilitkin löytyvät osalta liigajoukkueista. Myös SM-liigan toimitusjohtaja Jukka-Pekka Vuorinen on Twitterissä.

Suomessa tunnetuin sosiaalisen median muoto ovat keskustelupalstat, jossa fanit pääsevät avoimesti kirjoittamaan mielipiteitään. Tunnetuin jääkiekkoaiheinen keskustelupalsta on talvella kymmenen vuotta täyttävä Jatkoaika.

– Jatkoaika on tehnyt ihan uskomatonta työtä. Se on sosiaalisena avannut seurapomoille sen, mitä lätkäskene oikeasti on. Fanien mielipiteet ovat välillä aika ilkeitäkin, Andersson toteaa.

– Monelle suurelle yritykselle suosittelen aloittamista kauntelemalla: palkkaa joku seuraamaan verkkokeskusteluja puoleksi vuodeksi. Vasta sitten yritys ymmärtää keskusteluista niin paljon, että voi ottaa niihin osaa. Åbo Akademin professori ja johtamisguru Alf Rehn kommentoi äskettäin Kauppalehdessä.

### MIKSI MUKAAN?

Miksi sosiaalisessa mediassa sitten pitäisi olla läsnä? Facebookista on tullut koko kansan huvia, mutta Twitter on Suomessa toistai-



**”JATKOAIKA ON TEHNYT IHAN USKOMATONTA TYÖTÄ. SE ON SOSIAALISENA AVANNUT SEURAPOMOILLE SEN, MITÄ LÄTKÄSKENE OIKEASTI ON. FANIEN MIELIPITEET OVAT VÄLILLÄ AIKA ILKEITÄKIN.”**

YouTube



Kuvat vasemmalta oikealle: Facebookin alullepanija Mark Zuckerberg.  
LeBron James ottaa kuvia tiedotustilaisuudessa twiittausvälineen.  
Vahtipenkin mietteet lähtevät Twitterin kesken naisten NBA-ottelun...  
Minnesotan Timberwolvesin omistaja Glen Taylor vastavies fanien käyttäytymisiin aikalaista aikana...

seksi vielä melko pienten piirien puuhastelua. Massoja siellä ei tavoiteta, ainakaan vielä.

– Itse olen sosiaalisessa mediassa ennen kaikkea sen takia, että se edistää ammatillisia tavoitteitani. Hupi ja siellä tapaamani kivat ihmiset on sivuseikka. Jonkun Jarmo Kekiläisen tai Juha Junnon pitäisi miettiä asiaa bisneksen kannalta. Olemalla siellä, sosialisoitumalla, luodaan goodwilliä yritykselle ja se lisää myös bisnestä, Andersson väittää.

– Vaikka *Twitter*-viestin pituus on vain 160 merkkiä, se antaa pelaajille mahdollisuuden olla yhteydessä faneihin ja fanit oppivat tuntemaan pelaajia ja heidän oikeaa persoonansa paremmin, Norton sanoo.

Mutta ennen kuin mennään *Twitteriin*, ryhdytään sosiaalisen median guruiksi ja valloitetaan maailma, pitäisi olla kunnossa perusasiat.

– Suomalaisseurat tiedottavat aina kun on jotain tiedottavaa, mutta muu aika ollaan passiivisia ja vain toivotaan sitä julkisuutta. On tietysti asioita, joita ei voi tiedottaa, mutta ei kyse ole mistään ydinaesalaisuuksista, arvioi Andersson.

– Ennen sosiaaliseen mediaan lähtemistä pitäisi panna kuntoon sisäinen tiedotas. Kuinka monessa jengissä henkilökunta lukee vahvistuksista iltapäivälehdessä? **JM**

## LISÄÄ PÖHINÄÄ

**YKSI SUOMALAISISTA** sosiaalisen median edelläkävijöistä on TPS, joka vuosi sitten syyskuussa lanseerasi oman *YouTube*-kanavan ja aktivoitui niin *Facebookissa* kuin *Twitterissä*kin.

Viime kevään mestarin *YouTube*-kanavan videoita on katsottu 619 000 kertaa ja *Facebookissa* faneja on reilut 13 000.

– Markkinointikielellä sanottuna olemme saaneet aikaiseksi pohinää, toimitusjohtaja **Kari Hietarinta** myhäilee.

– Sosiaaliseen mediaan lähteminen tuki meidän ”Joukkue olemme me”-kampanjaa, joka perustettiin jo aiemmin, kun seuralla meni huonosti. Silloin kerättiin nimiä ihmisiltä, jotka seisovat TPS:n takana myös huonoina aikoina. Tämä on liian kuin jatkoa sille.

Erialaisten sosiaalisen median kanavien kirjoittaminen, videoiden editointi ja päivittäminen vievät myös aikaa ja rahaa. Ja sautua

hyötystä on vaikea mitata konkreettisenä tulovirtana. Siitä huolimatta Turussa jaksetaan uskoa uusien kanavien voimaan.

– Meillä oli viime vuonna runkosarjassa 27 000 katsojaa enemmän kuin edellisellä kaudella. Osa siitä tuli varmasti sen ansiosta, että tehtiin sosiaalisessa mediassa jotain uutta.

Hietarinta ei kuitenkaan itse aio ilmestyä *Twitteriin* eikä edellytä sitä valmentajilta tai pelaajiltaan.

– Meidän viestintästrategiassa minä kommentoin taloutta ja markkinointia, joten eiköhän ihmisistä kiinnostaisi enemmän valmentajien mielipiteet. Ja heillä on omassa työssään jo ihan tarpeeksi tekemistä. **Max Kolu** on kirjoittanut meidän sivuilla blogiaan ja on lupautunut taas aktivoitua asian suhteen. Mutta tällaiset täytyy lähteä pelaajien itsensä halusta. ■

hi5



Typ

ESTADIAHONKA