

**”SE ON JUST TOI YHTEISÖLLISYYS MIKÄ ON TÄSSÄ
KANNATAJAPORUKASSA, ETTÄ JOS EI NÄITÄ TYYPPEJÄ TÄÄLLÄ OIS”
Suomen jalkapallomaajoukkueen kannattajien kokemuksia kannattajuudesta**

Jukka-Pekka Salminen

Liikuntapedagogiikan pro gradu -tutkielma

Syksy 2014

Liikuntakasvatuksen laitos

Jyväskylän yliopisto

TIIVISTELMÄ

Salminen, Jukka-Pekka (2014). ”Se on just toi yhteisöllisyys mikä on tässä kannattajaporukassa, että jos ei näitä tyyppejä täällä ois”: Suomen jalkapallomaajoukkueen kannattajien kokemuksia kannattajuudesta. Liikuntakasvatuksen laitos, Jyväskylän yliopisto, Liikuntapedagogiikan pro gradu -tutkielma, 46 s.

Tämän tutkimuksen tarkoitus oli selvittää suomalaisten jalkapalloa seuraavien henkilöiden jalkapallokannattajuuden kehitystä ja heidän päätymistään Suomen maajoukkueen kannattajien (SMJK) jäseneksi. Tutkimuksessa tarkastellaan kannattajien kokemuksia aina jalkapalloon kiinnostumisesta päätyen maajoukkueen kannattajien keskuudessa vallitsevaan tunnelmaan. Tutkimus oli luonteeltaan laadullinen ja se toteutettiin viidellä puolistrukturoidulla teemahaastattelulla, jonka jälkeen litteroitu aineisto analysoitiin teemoittelun ja tyypittelyn kautta pohdittavaksi hermeneutiikkaa käyttäen.

Tutkimuksen teoriaosuudessa käsitellään jalkapallokulttuurin kehittymistä sekä kannatuskulttuurin ensiaskelia Suomessa. Suomessa jalkapallo on harrastetuin laji seuratoiminnassa, mutta urheilua seuraavan yleisön keskuudessa jalkapallo ei ole suosituin. Menestymättömyys näyttäisi olevan suuri syy siihen, miksi kansa ei ole löytänyt kunnolla jalkapallokatsomoihin. Sen sijaan ulkomaisia ja etenkin englantilaista jalkapalloa kannatetaan ja seurataan Suomessa perinteisesti paljon. Iso osa suomalaisten kannattajaidentiteeteistä luokitellaankin juuri anglofiiliseksi. Myös monien katsojien pessimistinen suhtautuminen pelin tasoon vaikuttaa kannatuskulttuurin kehitykseen. Viime vuosikymmenen aikana kannattamisesta on alkanut kuitenkin tulla aktiivisempää ja näkyvämpää. Uudenlainen moderni kannatuskulttuuri on tullut viimein Suomeen, jota parhaiten edustaa Suomen maajoukkueen kannattajat.

Maajoukkueen kannattajiksi päädytään, koska halutaan kuulua ryhmään ja olla osa jotain isompaa kokonaisuutta. Kannattajayhteisön pariin ajautuu kaikenlaisia ihmisiä katsomatta heidän sosioekonomista taustaa. Jalkapallo on kuitenkin ollut monesti jollain tapaa heidän elämässään mukana harrastuksen tai ystävien ja perheen kautta. Maajoukkueen kannattajat kokevat voimakasta yhteisöllisyyttä katsomoissa ja sosiaalistuvat keskenään nopeasti. He pyrkivät toiminnallaan ensisijaisesti luomaan positiivista ja tarttuvaa tunnelmaa stadioneille peleissä ja antamaan muille katsojille hyvän kokemuksen ottelutapahtumasta.

Viimeisten vuosien aikana etenkin Suomen maajoukkueen kannattajat ovat saavuttaneet arvostetun aseman Euroopan mittakaavassa ja tekevät hyvää työtä suomalaisen jalkapallokulttuurin eteen parantaen positiivisesti myös Suomen imagoa. Menestys kuitenkin vauhdittaisi edelleen jalkapallon kannatuskulttuurin nousua, sillä suomalaisten on todettu olevan ehkä urheiluhulluuden sijaan enemmän menestyshullua kansaa, joskin jalkapallomaajoukkueen kannattajat tekevät tässä poikkeuksen.

Avainsanat: suomalainen, jalkapallo, kannattaja, fani, kannatuskulttuuri, yhteisöllisyys, sosiaalistuminen, Suomen maajoukkue

ABSTRACT

Salminen, Jukka-Pekka (2014). "You know, it's just that certain communality of this group of people, like what if I didn't have them in my life": Experiences of the organized supporters of the Finnish football national team. Department of Sport Sciences, University of Jyväskylä, Physical Education Master's Thesis in Sports Pedagogy, 46 p.

This thesis sets out to analyze the development of chosen individuals' supportmanship and their path to becoming an official supporter (part of SMJK). The thesis discusses reasons of being interested in football and culture among the supporters. A qualitative study was conducted and it was carried out through five different half-structured theme interviews, after which transcribed data was analyzed for hermeneutic discussing by way of thematics and typing.

The theoretical part of the thesis deals with the development of football culture and the first steps of football culture in Finland. In Finland, football is the most popular sport by number of licenses but among the general public that is not the case. The lack of success seems to be the biggest reason why spectatorship has stayed low throughout the years. On the other hand, foreign, and especially British, teams are supported and followed in Finland very intensely. The great majority of football supporters can be labeled as Anglophiles. The pessimistic view of many of the spectators has a negative impact of the development of fan culture. Within the last decade, however, being a fan has become more commonplace and it's become more active throughout. A new kind of modern fan culture has reached Finland and the Finnish football national team supporters best represent it.

People become organized, official, supporters because they want to belong to a group and be a part of something bigger. Fans represented all socioeconomic backgrounds. After all, football has often played a huge role in a person's life whether as a hobby or through friends and relatives. The national team supporters experience intense communality and quickly socialize amongst each other. Their first priority is to create a positive and catching atmosphere at the stadiums and support other spectators' experience of the game.

In the last few years the national team fans, especially, have earned a respected reputation European-wide. They generate positivity for Finland and its football culture, even the country image as a whole. The national team success would however speed up the rise of fan culture. That is because Finns are known of their interest for success rather loyalty towards certain team or sport. It has to be noted that the national team supports are an exception on this regard.

Key words: Finnish, football, fan, fan culture, communality, socializing, Finnish national team

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

1 JOHDANTO	1
2 KUNINGAS JALKAPALLO	3
2.1 Suosituin laji	3
2.2 Joukkuelajien salaisuus	3
3 JALKAPALLON KEHITYS SUOMESSA	4
3.1 Kamppailua elintilasta pesäpallon kanssa	4
3.2 Poliittisesta vastakkainasettelusta lajin suurmaiden hampaisiin	4
3.3 Kohti kansainvälistymistä	5
3.4 Kotimaisen jalkapallon asema nykyään	6
4 URHEILUN SEURAAMINEN SUOMESSA	8
4.1 Penkkiurheilun juuret ja merkitys	8
4.2 Lisääntynyt vapaa-aika täyttyi urheilun seuraamisella	8
4.3 Penkkiurheilun modernisoituminen	9
5 JALKAPALLOKANNATTAJUUS	10
5.1 Fani vai kannattaja?	10
5.2 Kannattajien identiteetit	10
5.3 Suomalaisten kannattajien identiteetit	11
5.4 Kannattajien sosiaalistuminen	11
6 SUOMALAISEN JALKAPALLON KANNATUSKULTTUURIN KEHITYS	13
6.1 Englantilaisen jalkapallon suosio ja merkitys	13
6.2 Kiinnostus suomalaiseen jalkapalloon herää	13
6.3 Passiivisesta katselusta aktiiviseen karnevalismiin	15
7 SUOMEN JALKAPALLOMAAJOUKKUEEN KANNATTAJAT	17
7.1 Maajoukkueen kannattamisesta organisoitua toimintaa	17
7.2 Maajoukkueen kannattajat yhä näkyvämmiin esillä	18
8 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	19
8.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset	19
8.2 Tutkimusjoukko	19
8.3 Tutkimusmenetelmät	20
8.4 Tutkimuksen kulku ja aineiston keruu	22
8.5 Aineiston analyysi ja tulkinta	23

8.6 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys	24
9 TULOKSET.....	26
9.1 Kannattajien jalkapallotausta.....	26
9.2 Suomalaispelaajia Euroopan kentillä	28
9.3 Yhteisöllisyys	28
9.4 Arjesta irtautuminen	32
9.5 Pelin tulokseen vaikuttaminen.....	33
9.6 Kannattajat ja media	34
10 POHDINTA	37
LÄHTEET	44

1 JOHDANTO

Olen seurannut ulkomaista ja etenkin kotimaista jalkapalloa intohimoisesti yli 20 vuotta ja minulla on myös pitkä peliura takana. Suomen jalkapallokatsomoissa on näinä vuosina tapahtunut selkeä muutos. Varsinkin kahdella ylimmällä sarjatasolla, Veikkausliigassa ja Ykkösessä, katsomossa voi havaita yhä enemmän seuroihin intohimoisesti suhtautuvaa yleisöä ja organisoituja kannattajaryhmiä maaotteluista nyt puhumattakaan.

Suomalaista jalkapallokulttuuria ja -kannattajuutta on tutkittu muutamissa pro gradu -tutkielmissa viime vuosina. Esimerkiksi Suomen jalkapallomaajoukkueen kannattajia on tutkittu identiteettinsä rakentajina sekä heidän matkusteluun liittyvästä matkakeskustelusta on tehty tutkimus. Suomalaisten fanien identiteetit sekä kotimaisen jalkapallon mielikuvat ja niiden vaikutuskanavat ovat olleet myös tutkimuskohteina. Ehkä merkittävin suomalaista jalkapallofaniutta tutkinut on sosiologi Harri Heinonen, joka on tehnyt suomalaisesta Everton-faniudesta väitöskirjan.

Mielestäni kotimaisen jalkapallon kannatuskulttuuria on tutkittu vielä varsin vähän, sillä se on kehittynyt isoin askelin vasta viimeisen vuosikymmenen aikana. Etenkin Suomen maajoukkueen kannattajat, johon itsekkin kuulun, on ollut vahvasti esillä sekä Suomessa että Euroopan stadioneilla ja se on saanut paljon positiivista huomiota. Parhaiten faniudesta oppii tai siitä saa tietää olemalla itse fani (Perttu Häkkinen 2013). Uskon siis, että minulla oli tarpeeksi asiantuntijuutta lähteä tutkimaan aihetta.

Lähden tutkimukseni teoriasassa liikkeelle jalkapallon merkityksestä globaalina lajina ja tuon esiin jalkapallon kehityksen Suomessa. Selvitän myös historiaa urheilun seuraamisesta Suomessa, jonka jälkeen paneudun tarkasti jalkapallokannattajuuteen ja kotimaisen kannatuskulttuurin kehitykseen. Viimeiseksi esittelen tämän hetken näkyvimmän ja aktiivisimman suomalaisen kannattajaryhmän Suomen maajoukkueen kannattajat ja heidän merkitystään suomalaiselle jalkapallokulttuurille. Tutkimusosassa selvitän, miten maajoukkueen kannattajista tuli juuri maajoukkueen kannattajia.

Tärkeimmäksi syyksi nousee esiin kannattajien kokema yhteisöllisyys, jota edesauttaa nopea sosiaalistumisprosessi samanhenkisten ihmisten kesken. Näin ollen kannattajaporukasta tulee

tiivis yhteisö, joka pyrkii näkyvällä ja äänekkäällä, karnevalistisella, kannatuksella luomaan stadioneille hienoa tunnelmaa, joka tarttuu muihinkin katsojiin.

2 KUNINGAS JALKAPALLO

2.1 Suosituin laji

Jalkapallon suosio maailman harrastetuimpana urheilulajina on kiistaton. Laji on myös levinnein urheilumuoto maailmalla, ja varovaisten arvioiden mukaan jalkapalloa harrastaa ainakin 250 miljoonaa ihmistä. Lajilla on takanaan modernissa muodossaan yli vuosisadan mittainen historia, jonka aikana sen kulttuuriset ja jopa poliittiset merkitykset ovat kasvaneet omaan luokkaansa. Nykypäivänä jalkapalloa voi kutsua maailmanlaajuiseksi ilmiöksi suurine tunteineen ja suunnattomine rahasummineen. (Itkonen & Nevala 2007, 11.)

Jalkapallo on myös Suomen ylivoimaisesti harrastetuin laji seuratasolla. Sen parissa liikkuu viime vuosien tilastojen mukaan noin 168 000 harrastajaa. Se on melkein puolet enemmän kuin toiseksi suosittumalla lajilla jääkiekolla. Jos tarkastellaan myös seuratoiminnan ulkopuolisen liikunnan suosiota Suomessa, on jalkapallo tälläkin mittarilla kärkipäässä edellään ainoastaan pyöräilyä, hiihtoa, uintia ja voimistelua harrastavat kansalaiset. (KIHU 2013.)

2.2 Joukkuelajien salaisuus

Jalkapallo, kuten joukkuelajit yleensäkin, vetoavat yleisöön helpommin kuin yksilölajit. Tilanteiden vaihtuvuus, tapahtumarikkaus ja suoraviivaisuus virittävät yleisön samaistumaan joukkueisiin paremmin kuin yksilöurheilijoihin. Erityisesti palloilulajeilla on todettu olevan suurempi elämyssisältö verrattuna muihin lajeihin. Tämän vuoksi palloilulajit pystyvät rekrytoimaan penkkiurheilun pariin erilaisia väestöryhmiä. (Heinilä 1985, 77–81.)

Vaikka suomalaiset urheilusankarit ovatkin perinteisesti tulleet yksilölajien puolelta, niin joukkuelajeissa ja juuri esimerkiksi jalkapallossa yleisöön vetoaa se mahdollisuus, että pystytään samaistumaan joukkueeseen ja vaikuttamaan itseä ympäröivään yhteisöön, jonka jäseniä ollaan. Ihailaan siis niitä piirteitä, joita katsomossa voidaan tuoda esiin. Tämä tuo syvyyttä ja intensiteettiä pelin seuraamiseen. (Perttu Häkkinen 2013.)

3 JALKAPALLON KEHITYS SUOMESSA

3.1 Kamppailua elintilasta pesäpallon kanssa

Jalkapallo kansainvälistyi hiljalleen 1900-luvun alussa. Kansainvälinen jalkapalloliitto FIFA perustettiin vuonna 1904 ja Suomikin tuli varsin ripeästi mukaan kansainväliseen jalkapalloon Suomen Palloliiton perustamisen jälkeen vuonna 1907. Lajin juurtuminen noudatti pitkälti samaa kaavaa ja aikakautta kuin muissakin Pohjoismaissa. Naapurimaita vastaan pelattiin muutamia yksittäisiä maaotteluita ja osallistuttiin Tukholman olympialaisiin vuonna 1912. (Itkonen & Nevala 2007 13–14.)

Jalkapallon leviämistä jarrutti kuitenkin muuhun Eurooppaan nähden kylmä talvi, joka siirsi kilpailu- ja harjoittelukauden rytmin päinvastaiseksi, kuin muualla maailmassa. Näin jalkapal- lolle jäi vain kesäisin lyhyt aika vuodesta. Suomalaisessa jalkapallossa pitäydyttiin pitkään myös olympialiikkeen korostamalla amatööripohjalla. Ratkaisevin este jalkapallon leviämisel- le ja kehitykselle Suomessa oli kuitenkin maailmansotien välisen ajan tärkeän urheiluorgani- saattorin suojeluskuntalaitoksen suuntautuminen vahvasti pesäpalloon. (Itkonen & Nevala 2007, 14.)

Alun perin suojeluskuntalaitoksen piti jalkapallomyönteisten johtajiensa johdolla ottaa yhdek- si pääurheilumuodokseen jalkapallon ja tarkoitus oli lähteä levittämään sitä rannikolta ja kau- pungeista maaseudulle, jossa valtaosa ihmisistä silloin asui. Kiihkeä urheilumies, maisteri Tahko Pihkala onnistui kuitenkin torpedoimaan nämä suunnitelmat ja niinpä pesäpallosta tuli- kin suojeluskuntalaitoksen levittämä laji. (Vasara 2007, 86–95.) Lajikamppailu pesäpallon kanssa sotien välissä yhdistettynä pitkään talvikauteen, vaikeutti siis olennaisesti jalkapallon juurtumista Suomeen (Itkonen & Nevala 2007, 15).

3.2 Poliittisesta vastakkainasettelusta lajin suurmaiden hampaisiin

Yksi suomalaisen urheiluelämän erikoisuuksista ja hidastajista oli myös 1900-luvun alussa jyrkkä jakautuminen porvari- ja työväenurheiluun. Yhteistyötä onnistuttiin kuitenkin raken- tamaan jo toisen maailmansodan aikana ja lopulta jo ennen 1960-lukua jalkapallon yhteinen

sarjajärjestelmä ja asema yleensäkin oli vakiintunut lajin alkaessa kiinnostaa myös yleisöä. Sitä ennen Suomi otti osaa myös kansainväliseen jalkapalloiluun mm. Berliinin olympialaisissa jo vuonna 1936 ja tietenkin kotikisoissa 1952. Ensimmäiseksi suomalaiseksi jalkapalloammattilaiseksi kohosi Aulis Rytönen siirtyessään Ranskan liigaan vuonna 1952. (Itkonen & Nevala 2007, 16.)

Amatöörimäisyys kuitenkin leimasi pelin kehitystä ja näkyi etenkin maajoukkueen tuloksissa. Tuon ajan pelaajat kunnioittivat liikaa ja pelkäsivätkin ammattimaisia vastustajiaan. (Kuper 2000, 328–333). Elokuvistaan myöhemmin tunnetuksi tullut Åke Lindman, 1950-luvun maajoukkuepelaaja, muistelee osuvasti Kuperin (2000) teoksessa maaotteluaikojaan: ”*Mutta yleensä hävisimme viimeisellä kymmenellä minuutilla. Venäläisiä vastaan pelasimme kahdesti, ja he olivat kuin koneita. Heidän vauhtinsa vain kiihtyi, mitä pidemmälle ottelu eteni. Kerran pelasimme Moskovassa 100 000 katsojan edessä iltavalaistuksessa.*” (Kuper 2000, 328.) Kuper (2000) ihmettelee itsekin, kuinka Lindmanin sukupolven maajoukkue on voinut pysyä esimerkiksi vuoden 1954 maailmanmestarijoukkueen Saksan vauhdissa. Siihen aikaanhan suomalaiset pelaajat olivat vielä edellisinä päivinä töissä tehtailla tai esittämässä teatterin lavalla Arthur Milleriä, kuten Lindman (Kuper 2000, 332).

3.3 Kohti kansainvälistymistä

Jalkapallo oli näin ollen alkanut lopulta leviämään myös Suomessa ja nosti suosiotaan. Kotimaiset sarjat pyörivät ja harrastajamäärät kohosivat nopeasti varsinkin 1970-luvun alussa. Katsomoiden yleisömäärät eivät kuitenkaan enää lähteneet nousuun, sillä jo 1960-luvulla alkanut kansainvälisen jalkapallon televisiointi söi katsojia mestaruussarjamme kenttien laidoilta. (Itkonen & Nevala 2007, 18.) Toki 60-luvulla pääsarjaotteluiden yleisökeskiarvo oli jo 5000 (Kuper 2000, 324).

Kansainvälistyminen oli ominaista 1970- ja 1980-lukujen suomalaiselle jalkapallolle lisääntyvien maaotteluiden sekä mestaruussarjaan tulleiden ulkomaisten ammattilaisten muodossa. Suomalaisia pelaajia ei sen sijaan vieläkään ollut kovin paljoa ulkomailla ammattilaisina. (Itkonen & Nevala 2007, 18.) Viimeisten vuosikymmenien aikana Suomi on kuitenkin kytkeytynyt entistä tiukemmin kansainväliseen jalkapallokulttuuriin ja pelaajavirrat Suomeen ja myös Suomesta ulkomaille ovat moninkertaistuneet. Kuten muissa Pohjoismaissa, Suomeen

ei ole kehittynyt mittavaa jalkapallotaloutta, vaikka kansallinen huippujalkapallo eriytettiin kansainvälisen mallin mukaisesti omaksi kokonaisuudekseen 1990-luvun alussa. (Itkonen & Nevala 2007, 20.)

3.4 Kotimaisen jalkapallon asema nykyään

Kotimainen jalkapallo ei ole kuitenkaan jaksanut oikeastaan koskaan viehättää suomalaisia samalla tavalla kuin jääkiekko (Heinonen 2005, 20). Urheilun modernisoiduttua myös jalkapallo kaupallistui 1990-luvulle tultaessa ja se johti kotimaassa katsojien kaikkoamiseen kenttien laidoilta. Urbaaniin rakennettuun ympäristöön paremmin sopiva jääkiekko on sen sijaan onnistunut kirimään yleisösuosiossa. (Turtiainen 2008, 50.)

Monesti suomalaista liigajalkapalloa on kutsuttu negatiiviseen sävyyn potkupalloksi, joka ei ole riittävän tasokasta eikä vaikuta viehättävältä. Suomen maajoukkueen pelit olivat suuren yleisön kiinnostuksen kohteena vielä 1990-luvun alussa, mutta ainoastaan silloin, jos vastassa oli joku eurooppalainen lajin huippumaa. Kiinnostuksessa on tapahtunut kuitenkin viime vuosikymmenellä muutosta etenkin maajoukkueen otteluissa, sillä nykyään myös suomalaisia pelaajia on maailmalla kymmenittäin isoissa seuroissa ja myös muutama suomalainen pelaaja on noussut maailman maineeseen. Nyt siis kansainvälisestikin kiinnostavia pelaajia voi nähdä omassa joukkueessa. (Heinonen 2005, 20–21.)

Myös kotimaan pääsarja Veikkausliiga on varsinkin viime vuosina alkanut hyötyä suomalaisten pelaajien saavuttamasta kansainvälisestä tasosta, sillä suomalaisia huippuammattilaisia on palannut Euroopan sarjoista kotimaan kentille. Tämän voidaan ajatella lisäävän Veikkausliigan kiinnostavuutta ja saavan huomiota yhä enemmän suomalaisilta jalkapallokannattajilta. Jotain on siis kotimaisen jalkapallon ja Veikkausliigan parissa tehty oikein, sillä vuosituhannen taitteessa liigan mottona oli ”Peliä, jossa tähdet syntyvät”. Liigan ja koko suomalaisen jalkapallon luonne on olla siis kasvatussarja, josta siirrytään suurempiin sarjoihin. (Sarelius & Peltonen 2012, 9–19.)

Myös Suomen tunnetuin jalkapalloilija Jari Litmanen kiteyttää saman asian 90min-lehden (2013) haastattelussa: ”*Veikkausliiga on sarja, jossa nuoret pelaajat kasvavat isommille kentille. Se on kasvattajasarja, mutta siinä ei ole mitään pahaa tai hävettävää. Päinvastoin, Veik-*

kausliiga on hyvä kasvualusta. Joka vuosi Veikkausliigan kautta tulee uusia kasvoja, jotka nousevat hyvin nopeasti ammattilaiskentille tai maajoukkueen kynnykselle.” (90min 2013, 7.)

Jalkapallon yleisömäärät ovat kuitenkin jälleen kasvaneet niin Veikkausliigassa kuin toiseksi korkeimmalla sarjatasolla Ykkösessä. Veikkausliigassa päästiin kaudella 2013 12,4 % nousuun yleisökeskiarvon ollessa 2287 (Veikkausliiga 2013) ja Ykkösessä nousua tuli peräti 39 % keskiarvon ollessa 1048 katsojaa ottelua kohden (Palloliitto 2013). Myös maajoukkueen kotiotteluiden keskiarvo nousi loppuvuodesta 2013 päättyneissä MM-karsinnoissa yli 70 % asetuen 27 000 katsojaan (90min 2013, 5). Lukemat kertovat selvästi kotimaisen jalkapallon mielenkiinnon lisääntymisestä ja jalkapallokulttuurin kasvusta Suomessa.

4 URHEILUN SEURAAMINEN SUOMESSA

4.1 Penkkiurheilun juuret ja merkitys

Penkkiurheilu, nojatuoliurheilu, nojatuolikannattaminen ja nojatuolipalloilu. Rakkaalla harrastuksella näyttäisi olevan monta nimitystä ja se on myös yhdistetty sanaan sohvaperuna. Lisäksi urheilun seuraamista ei ole pidetty erityisen sivistävänä toimintana. (Turtiainen 2008, 45–47.) Turtiaisen (2008) mukaan penkkiurheilu esiintyi terminä ensimmäisen kerran julkisuudessa Helsingin Sanomissa jo vuonna 1931. Hän viittaa myös Heinilän (1959) väitöskirjaan, jossa penkkiurheilu määritellään myötäelämiseen perustuvaksi urheiluharrastukseksi. Ulkopenkkiurheilu oli kilpailupakalla tapahtuvaa seuraamista ja kotipenkkiurheilu sanomalehtien urheiluselostuksien lukemista. Penkkiurheilu nähtiin suhteellisen vähän omakohtaista aktiivisuutta vaativana ajanvietteenä. Tosin urheilukiinnostus kulki useimmiten käsi kädessä omaehtoisen urheilun harrastamisen kanssa. (Turtiainen 2008, 45–46.)

Urheilulla on ollutkin vahvasti kansanvalistustehtävä, sillä urheilun seuraamisen tarkoitus oli saada ihmiset innostumaan itsekin urheilusta ja lähtemään ulos liikkumaan (Perttu Häkkinen, 2013). Urheilua käytettiin myös kansakunnan rakentamistarkoituksessa hyväksi. Suomi on moneen kertaan juostu ja hiihdetty maailmankartalle, joka nosti kansakunnan itsetuntoa. Penkkiurheilu on monissa maissa kansaa erottava tekijä, mutta Suomessa se on ollut hyvin pitkälti kansaa yhdistävä tekijä. (Perttu Häkkinen, 2013.) Suomalainen ei ole kuitenkaan välttämättä halunnut ottaa osaa tappiohetkiin vaan mieluummin voitonhetkiin. Tästä voidaankin päätellä, että suomalaiset eivät olekaan urheiluhullua kansaa vaan menestyshullua. (Perttu Häkkinen, 2013.) Hyvä esimerkki tästä voisi olla esimerkiksi vuoden 2008 talviolympialaisista saavutettu curlingin hopeamitali, joka sai suomalaiset kiinnostumaan ja kokeilemaan innoissaan lajia, josta moni ei ollut koskaan kuullutkaan. Nykyään curling-buumi lienee jo unohdettu.

4.2 Lisääntynyt vapaa-aika täyttyi urheilun seuraamisella

Urheilun seuraamisen kasvu kytkeytyy yhteiskunnan rakennemuutokseen. Teollistuminen, kaupungistuminen ja vapaa-ajan lisääntyminen sekä kilpa-, edustus- ja huippu-urheiluun siir-

tyminen on ollut omiaan synnyttämään suuria yleisöjä. (Turtiainen 2008, 47.) Urheilu kuitenkin alkoi hiljalleen medioitua 1960-luvulla. Varsinkin jalkapallon televisiointi houkutteli katsojia jäämäänkin kotiin ja etenkin jalkapallo alkoi vähitellen tuotteistumaan ja kaupallistumaan. (Turtiainen 2008, 47–48.) Näin ollen urheilun seuraaminen miellettiin passiiviseksi penkkiurheiluksi vailla positiivisia puolia.

Penkkiurheilusta kehkeytyi 1980–90 -luvun Suomessa uhka. Sen nähtiin uhkaavan urheilun ”eetosta” ja kansanterveydellisten haittavaikutusten lisäksi penkkiurheilua pidettiin jopa osoituksena yhteiskunnan rappioitumisesta. (Turtiainen 2008, 49.) Urheilu oli muuttunut viihdetelollisuudeksi ja se oli vieraantunut aatteellisesta perustastaan (Heinilä 1985, 83). Turtiainen (2008) viittaa Heinilään (2000) tuodessaan esiin populaarikulttuurin, johon siis huippu-urheilukin lukeutuu. Yhteiskunta ei pysty tarjoamaan kaikille riittävästi aitoa elämää haasteineen, vaan ihmisten on etsittävä niitä keinotekoisesti esimerkiksi penkkiurheilun virtuaalitelollisuuksista. (Turtiainen 2008, 50.)

4.3 Penkkiurheilun modernisoituminen

Populaarikulttuurista tuli kuitenkin vuosien saatossa hyväksyttävää ja suosittua. Hyvästit ”perinnepenkkiurheilulle” voidaan kuitenkin heittää 2000-luvulla, sillä uusilla sukupolvilla on uudet penkkiurheiluarvot. Katsojat on hyväksytty osaksi huippu-urheilujärjestelmää houkuttelemalla perheitä ja yritysasiakkaita mukaan urheilutapahtumiin, joista on alkanut muodostua kannattajajoukkojen kilpa-areenoita. Yleisö on valvutuneempaa ja villimpää, ja tätä kautta myös aktiivisempaa. Penkkiurheilua ei voi enää pitää ”passiivisena liikuntaharrastuksena”, sillä se on muuttunut siinä missä huippu-urheilukin. (Pyykkönen 2003, 46–48.)

Teknologian ja urheilun medioitumisen myötä yksittäinen penkkiurheilija on muuttunut katsojasta aktiivisemmaksi toimijaksi. Tavanomainen urheilun seuraaminen sisältää tänä päivänä urheilutapahtumien aktiivisen tulkitsemisen. Mediaurheilun kuluttajat eivät ole enää vain katsojia ja lukijoita vaan myös esimerkiksi internetin käyttäjiä, fantasiaaliigojen pelaajia, vedonlyöjiä ja keskusteluforumien sisällöntuottajia. (Turtiainen 2008, 44–57.) Mediakuluttamisesta on tullut aktiivista mediatuottamista ja vanhanaikaisista nojatuoliurheilijoista virtuaaliurheilijoita, jotka eivät herätä enää passiivisia mielikuvia (Turtiainen 2008, 55–57).

5 JALKAPALLOKANNATTAJUUS

5.1 Fani vai kannattaja?

Termiä fani käytetään monesti urheilun yhteydessä harrastajan ja yleisön synonyyminä. Ilmaisus on suomen kielessäkin varsin neutraali. Jalkapallon yhteydessä fani-termi voi saada myös negatiivisen sävyn, kun se samaistetaan helposti huligaaneihin. (Heinonen 2005, 28–29.) Fania on pidetty triviaalin kannattajan neutraalimpana ilmaisumuotona, sillä fanin kiinnostus faniutensa kohteeseen ja kiinnostuksen ilmaisutavat on nähty yleisesti hyväksyttävimpinä verrattuna kannattajakäyttäytymiseen (Crawford 2004, 20–21).

Kannattajat voidaan nähdä joukkueiden paikallisina, sen ympäristöstä tulevina uskollisina seuraajina, jotka tuntevat toisensa ja tapaavat aina kotiotteluissa. Fanit taas ovat enemmänkin jälkimoderni tuote. He voivat valita mitä joukkuetta alkavat kannattaa varsin köykeäisin perustein ja alkavat sitten pikkuhiljaa rakentaa yhteyttä fanittamaansa joukkueeseen. Kärjistäen voidaan sanoa, että fanit tulevat ja menevät, kannattajat pysyvät. (Perttu Häkkinen, 2013.)

Oikean termin valinta kuvaamaan tiiviisti ja intohimoisesti jalkapalloa seuraavaa katsojaa on siis melko hankalaa. Tulkintatapoja on monia. Päädyn kuitenkin tästä eteenpäin käyttämään tutkimuksessani termiä kannattaja, sillä koen itse olevani sellainen ja tutkimukseni näkökulma tukee tätä valintaa.

5.2 Kannattajien identiteetit

Jalkapallokatsomoista löytyy luonnollisesti erilaisia persoonia. Villgren (2007, 159) viittaa artikkelissaan Giulianottin (2002) teokseen, jossa jalkapallokatsojat jaetaan neljään eri luokkaan: kannattajiin, faneihin, seuraajiin ja flanööreihin. Lajitteluperusteena ovat katsojien sitoutuminen ja lojaalius seuraansa kohtaan.

Kannattajiin kuuluvat ne, joilla on pitkä ja lämmin suhde seuraansa. Kannattajat käyvät katsomassa kaikki ottelut tärkeäksi paikaksi kokemallaan kotikentällä. Heidän perusidentiteettinä on joukkueen kannattaminen, mistä voi olla palkintona voittoja ja mestaruuksia. Samaistuminen ympäröivään yhteisöön ja muihin kannattajiin on myös tärkeää. Fanien suhde joukkuee-

seen on taas etäisempi, sillä fanit ovat monesti kiinnostuneita vain yksittäisistä pelaajista, jotka ovat paljon julkisuudessa. Seuraajiin lukeutuvat katsojat ovat hyvin tietoisia seurasta, lajista ja sen kulttuurista sekä tietävät eri seurojen identiteettejä tuntematta kuitenkaan sen kummempaa yhteenkuuluvuutta muihin seuraajiin. Flanöörit ovat katsojina kaikkein irrallisimpia ja eniten markkinasuhteiden vietävissä, sillä he pyrkivät hankkimaan useita jalkapallokokemuksia ja voivat vaihtaa myös seurauskollisuuttaan helposti. (Villgren 2007, 159–160.) Flanöörit ovat ehkä tyypillisimpiä jalkapallofaneja nykypäivän postmodernilla aikakaudella.

5.3 Suomalaisen kannattajien identiteetit

Tikander (2010) tuo esille tarkasti suomalaisia kannattajaidentiteettejä viitatessaan Heinoseen ja Godenhjelmiin (2001). Suomalaisia kannattajaidentiteettejä ovat tosifanit, hard core-fanit, kokemukselliset fanit, anglofiilit ja tunnelman pilaajat. Nämä eroavat hieman Giulianottin (2002) kansainvälisistä identiteeteistä.

Tosifaneilla on suosikkijoukkue Suomesta ja ulkomailta. Heillä on paljon asiantuntemusta ja he nauttivat samanhenkisestä seurasta stadioneilla eläytyen aktiivisesti mukaan ottelun tapahtumiin. Hard core-fanit ihannoivat huliganismia ja käyttäytyvät aggressiivisesti otteluissa tai muualla sen aikana, mutta ovat useimmiten Suomessa yksittäisiä henkilöitä vailla suurempaa yhteistä ryhmittymää. Kokemukselliset fanit seuraavat urheilua laajemmin, eivät pelkästään jalkapalloa. He eivät saa suuria tunteita joukkueesta tai pelaajista vaan otteluiden yleisestä tunnelmasta. Anglofiilit ovat taas erikoistuneet kannattamaan intohimoisesti ainoastaan englantilaista jalkapalloa lähinnä television välityksellä. Tunnelman pilaajat ovat myös hyvin yleinen näky suomalaisessa jalkapallokatsomossa. He keskittyvät vain lähinnä valittamaan ottelun huonosta tasosta, ja ajattelevat olevansa parempia asiantuntijoita kuin muut katsojat. (Tikander 2010, 28–30.)

5.4 Kannattajien sosiaalistuminen

Skandinaavisille jalkapallokannattajille on ominaista se, että heillä on monesti oma pelaajaura takana. Tämän vuoksi he sosiaalistuvat keskenään helposti ja nopeasti, koska lajituntemus on vahvaa, ja kannattajilla on samanlaista kokemusperäistä sisältöä jaettavana toisilleen. (Andersson & Radmann 1998, 153.) Omakohtainen harrastustausta jalkapalloon on luonnollinen

tapa sosiaalistua lajiin. Omat tiedot ja taidot auttavat saamaan ottelusta helpommin nautintoa, joka yhdessä muiden katsojien kanssa koettuna voi jopa purkaa tunne-elämään liittyviä jännitteitä. Jalkapallo-ottelussa miehekäs mieskin voi ilmaista tunteitaan aidosti ja vapautuneesti ilman, että tulee leimatuksi ”naismaiseksi”. (Heinonen 2005, 52–55.)

Oma harrastuneisuus ja asiantuntijuus ovat suomalaisillakin jalkapallokannattajilla vahvaa. Usein kuitenkin suomalainen on hyvin vahvasti orientoitunut itse peliin ja sosiaalinen merkitys ei ole vielä korostunut tarpeeksi, vaikka sosiaalistumiselle näyttäisi olevan vahvat edellytykset. Pelikeskeisyys on kuitenkin vielä toistaiseksi liian suuressa roolissa. Täytyy muistaa, että kotimaisen pelin tasoa ei voida loputtomiin nostaa, koska parhaat pelaajat siirtyvät ulkomaille. Olosuhteisiin ja pelin ympärillä oleviin sosiaalisiin elementteihin tulisi panostaa vahvasti. Parhaimmillaan sosiaalinen kanssakäyminen jatkuu myös stadionien ulkopuolella ja otteluissa käynnistä tulee osa ihmisen elämää, eikä vain yksittäinen tapahtuma yhden ottelun innoittamana. (Marjamaa 2007.)

6 SUOMALAISEN JALKAPALLON KANNATUSKULTTUURIN KEHITYS

6.1 Englantilaisen jalkapallon suosio ja merkitys

Suomalainen kannatuskulttuuri tunnetaan vahvasti siitä, että täällä kannatetaan ja seurataan suurella intohimolla ulkomaalaisia ja varsinkin englantilaisia joukkueita. Televisio on ollut tässä merkittävässä roolissa lähettämällä englantilaista jalkapalloa suorina lähetyksinä jo 1960-luvulta (Heinonen 2005, 62–63).

Englantilaisen jalkapallon televisiointi ja sen otteluiden ilmestyminen vakioveikkauksen kohteiksi vakiinnutti nopeasti englantilaisjalkapallon aseman suomalaisten suosittuna ajanvietteenä jo 1960-luvulla. Ottelukierrokset pelattiin aina lauantaisin, ja niistä alkoi muodostua traditio monille suomalaisille. Joukkueista sai paljon tietoa, ja veikkaaminen toi otteluihin lisäjännitystä sekä kasvatti asiantuntemusta. Tätä kautta monesta suomalaisesta tuli englantilaisten joukkueiden kannattajia. Suomalaiset eivät kuitenkaan perineet englantilaisjoukkueiden kannattajuutta ”äidin maidon” mukana, kuten Brittein saarilla vaan enemmänkin juuri median välityksellä. (Heinonen 2005, 58–64.)

Suomalainen jalkapallokannattajuus on siis syntynyt käytännössä täysin englantilaisen jalkapallon seuraajien kautta. Jalkapallon kannatuskulttuuri on täällä vielä varsin nuorta. Heinonen (2002) selventää artikkelissaan, että kotimainen kannatuskulttuuri alkoi selvästi ilmetä vasta 1990-luvun alussa, kun suosittujen englantilaisjoukkueiden fan cluboja alettiin perustaa Suomeen. Katsojat alkoivat pitää myös englantilaisjoukkueiden fanipaitoja kotimaan liigaotteluisa sen sijaan, että hankkisivat paikallisen joukkueen paidan. Siteitä paikalliseen tai kotimaisiin joukkueisiin kun ei ollut. (Heinonen 2002.)

6.2 Kiinnostus suomalaiseen jalkapalloon herää

Vasta 1990-luvun puolivälissä suomalainen jalkapallokulttuuri alkoi lopullisesti syntyä. Suomen kaikkien aikojen pelaajaksi lopulta kohonnut Jari Litmanen oli noussut tähtipelaajaksi Amsterdamin Ajaxissa ja voitti Euroopan arvostetuimman seurajoukkueurnauksen Mestarien

Liigan vuonna 1995. Monia muitakin suomalaisia pelaajia oli siirtynyt ulkomaisiin sarjoihin ja sen seurauksena myös maajoukkue oli alkanut saavuttaa parempia tuloksia. (Heinonen 2002.) Suomalainen jalkapallo alkoi kiinnostaa yleisöä ja maajoukkueen peleihin Olympiastadionille ei tultu enää ihastelemaan vastustajien tähtipelaajia vaan tukemaan omia. Olympiastadion saattoi olla loppuunmyyty jo viikkoja ennen maaotteluita. (Heinonen 2002.)

Kuin sattuman kauppaa, vuosikymmenen lopulla suomalaiselle jalkapallolle tapahtui juuri se, mitä se kipeimmin tarvitsi; menestystä. Helsingin Jalkapalloklubi selvitti tiensä Mestarien liigaan vuonna 1998. HJK teki mahdottomasta totta voittaessaan jalkapallon maailmanmestaruuteen Ranskan toiseksi parhaan joukkueen Metzin ja selvitti tiensä Mestarien liigaan ensimmäisenä suomalaisjoukkueena kautta aikojen. (Lehtola, Pakkanen, Riihilahti & Tiittula 1999.) Ennako-odotuksista huolimatta HJK pärjäsikin Mestarien liigassa varsin hyvin, mutta mikä parasta, yleisö löysi katsomoihin ja olympiastadionilla loi tunnelmaa jopa yli 30 000 katsojaa (Heinonen 2002).

Katsojat olivat haltioissaan HJK:n hyvistä otteista. Seuraavassa muutamia lainauksia Lehtolan ym. (1999) teoksesta, josta käy hyvin ilmi se potentiaali, mikä suomalaisissakin jalkapallokatsojissa ja -kannattajissa elää:

”Kun teimme maaleja, oi kiva nähdä kaikkien tv- ja radiotyöppien hyppivän ja pomppivan. Studioissa halailtiin ja riemuuttiin.” – TV-komentaattori Jarkko Wiss

”HJK voittaa 2-0 ja saa yleisön sekoamaan. Klubilaiset huudattavat ja villitsevät yli 25 000 katsojaa pelin jälkeen kolmeen otteeseen – ensin itäkatsomon, sitten eteläkaarten ja lopuksi pääkatsomon edessä.”

”Yleisön käyttäytyminen oli aivan ennenkokematonta. Milloin katsojat ovat jääneet näin pitkäksi aikaa paikoilleen? – Valmentaja Antti Muurinen

”Potkupallosta tuli jalkapalloa.” – Ilta-Sanomat

”Mestarien Liigan otteluita tullaan seuraamaan pääkaupunkiseudun ulkopuolelta kuin Suomi-Ruotsi –yleisurheilumaaotteluita konsanaan.”

Mestarien liigasta vauhtiin ponkaissut jalkapallobuumi näkyi vielä jälkeempään kotimaan kentilläkin. Veikkausliigaseuroihin alkoi syntyä fan clubeja, jotka olivat toki vielä pieniä, mutta silti äänekkäitä, näkyviä ja positiivisella tavalla kannattamiseen suhtautuvia ryhmiä. Ne edustivat uutta jalkapallon kannatuskulttuuria Suomessa. (Heinonen 2002.)

6.3 Passiivisesta katselusta aktiiviseen karnevalismiin

Suomalaiset jalkapallokannattajat olivat perinteisesti olleet melko passiivisia. Katsomoissa arvioitiin peliä hissukseen ja oikeastaan vain maaleille taputettiin. Nyt katsomoihin alkoi tulla kuitenkin nuorempia kannattajia, jotka näyttelivätkin paljon näkyvämpää roolia stadioneilla. He olivat äänekkäämpiä, innokkaampia ja intohimoisempia. Silti oman joukkueen pelipaitoihin ja fanirekvisiittaan pukeutuminen ei vielä yleistynyt. Vaikutteita osallistuvasta kannattuksesta saatiin kuitenkin Englannista ja muualta Euroopasta ei sarjojen kannattajilta. (Heinonen 2002.)

Uudenlainen kannatuskulttuuri oli askel kohti karnevalismia (Heinonen 2002). Pessimistiset vanhat kannattajat alkoivat vähitellen korvautua nuorilla, optimistisemmilla kannattajilla. Nämä kannattajat luovat stadioneille karnevaalimaista tunnelmaa ja pyrkivät vaikuttamaan ottelutapahtumaan luomalla positiivista tunnelmaa, jonka tavallinen katsoja voi aistia. (Heinonen 2002.) Karnevalistinen kannattaminen on vahvasti sosiaalista ja jopa laumallista, äänekkästä ja usein raisuakin yhdessäoloa faniuden kohteen ympärillä (Heinonen & Godenhjelm 2000, 106).

Karnevalismilla ja suomalaisilla juomatavoilla on myös selkeä yhteys (Heinonen & Godenhjelm 2000, 34). Alkoholia myydään jalkapallo-otteluissa ja luonteeltaan hiljaisten ja pidättyväisten suomalaisten sopii olettaa saavuttavan karnevalismin tunnelman helpommin vaikkapa olutta nauttimalla. Heinonen ja Godenhjelm (2000) huomioivat, että alkoholilla ja urheilulla yleensäkin on samanlaisia vaikutuksia ja siksi ne näyttävät sopivan niin hyvin yhteen. Kummankin parissa rentoudutaan, viihdytään ja huvitellaan. Molemmat tuottavat mielihyvää ja synnyttävät voimakkaita yhteisöllisyyden kokemuksia sekä vapauttavat jopa arkielämän ahdistuksista. (Heinonen & Godenhjelm 2000, 26.) Nämä edellä mainitut sosiaaliset piirteet ovat hyvin tunnusomaisia modernille suomalaiselle jalkapallokannattajalle. Karnevalistisen kannattamisen lopullinen debyytti suomalaisten jalkapallokatsojien toimesta nähtiin

vuonna 2001 MM-karsintojen vierasottelussa Englantia vastaan. Liverpooliin oli matkustanut ensimmäistä kertaa maajoukkuetta seuraamaan poikkeuksellisen paljon kannattajia. Heitä oli arvioiden mukaan jopa 1700. Suomalaiset kannattajat ottivat osaa pelitapahtumiin äänekkäästi ja näkyvästi, ja heidät noteerattiin positiivisesti englantilaistenkin taholta. (Heinonen 2002.) Tämän ottelun jälkeen Suomen maajoukkueen kannatus alkoi ilmiselvästi nostaa suosiotaan.

7 SUOMEN JALKAPALLOMAAJOUKKUEEN KANNATTAJAT

7.1 Maajoukkueen kannattamisesta organisoitua toimintaa

Uudenlainen jalkapallokulttuuri oli siis 2000-luvun alussa rantautunut viimein Suomeen. Tästä oli hyvänä osoituksena maajoukkueen kannattamisen uudet piirteet, jotka näyttäytyivät todenteolla ensimmäisen kerran vierasottelussa Englannissa. Varmasti jokainen kannattaja halusi lisää samanlaista aktiivista kannatustoimintaa jatkossakin. Niinpä vuonna 2002 näki päivänvalon Suomen maajoukkueen kannattajat Ry (SMJK). Yhdistyksen toiminnan tavoitteena on koota maajoukkueesta kiinnostuneet henkilöt yhteen tarjoten heille tapahtumia, alennuksia ja muita etuja. Yhdistys toimii yhteistyössä Suomen Palloliiton kanssa ja pyrkii näin takaamaan parhaat mahdolliset puitteet maajoukkueen seuraamiselle. (Suomifanit 2013.)

Maajoukkueen kotiotteluissa Suomen maajoukkueen kannattajille on varattu Palloliiton toimesta oma katsomonosa ja sinne myönnetään jäsenille alennuksia. Muualta Suomesta järjestetään jäsenille bussikuljetuksia kotiotteluihin. Jokaiseen maajoukkueen vierasotteluun pyritään järjestämään organisoitu matka tai auttamaan omatoimisesti matkaan lähteviä matkavalmisteluissa. Alusta asti positiivista kannattajakulttuuria vaalinut SMJK tekee myös yhteistyötä vastustajan kannattajien kanssa järjestämällä maaotteluiden alla kannattajien omia maaotteluita. Tiedotuksesta SMJK huolehtii muun muassa muutaman kerran vuodessa ilmestyvän jäsenlehti HUSE!:n (Huikee Setti!) avulla. (Suomifanit 2013.)

Kannattamista on pyritty myös tuotteistamaan. SMJK:n logolla tai tekstillä varustettuja erilaisia huiveja ja -paitoja, mukeja, tarroja, kangasmerkkejä ja pinssejä on myytävillä jäsenille ja muillekin maajoukkueen kannattamisesta kiinnostuneille. Myös erityinen katsomokoreografia, niin sanotut tifot, ovat vahvasti esillä kaikissa kotiotteluissa. Maajoukkueen kannattajat ovat myös luoneet monenlaisia tarttuvia kannatuslauluja, joilla pyritään saamaan koko stadionin yleisö mukaan äänekkääseen kannattamiseen. (Suomen maajoukkueen kannattajat Ry 2013.)

7.2 Maajoukkueen kannattajat yhä näkyvämmillä esillä

Viime aikoina maajoukkueen kannattajat ovat esiintyneet edukseen kentällä. Tästä jakaa kiitosta myös maajoukkueen päävalmentaja Mixu Paatelainen: *”Meidän maajoukkueen kannattajat on loistava ja kovaääninen ryhmä. Se on tärkeä pelaajille, sille fiiliksellä ja koko suomalaiselle jalkapallolle.”* (YLE 2013.) Yhdistyksen mediahuomio on myös lisääntynyt näkyvän ja positiivisen toiminnan kautta (Suomen maajoukkueen kannattajat Ry 2013). Yhdistyksen kymmenvuotisjuhlat saivat arvovaltaisia vieraita ministeri Paavo Arhinmäen, yhdistyksen pitkäaikainen jäsen hänkin, pitäessä juhlapuheen. Myös jäsenmäärä on saatu vakiinnutettua lähes 2000 kannattajaan ja nousua on odotettavissa. Yksi mielenkiintoisimmista projekteista on ollut ja tulee vielä olemaankin kannattajien lauluharjoitukset, jotka alkoivat Helsingin Sanomien ideasta. Lauluharjoitukset alkoivat loppuvuodesta 2012 Musiikkitalon kuoronjohtajan Tapani Länsiön johdolla. (Suomen maajoukkueen kannattajat Ry 2013.)

Maajoukkuetta ympäri Eurooppaa seuraavat kannattajat ovat luoneet mahtavalla kannattajakäytöksellään upeita mielikuvia Suomesta ja suomalaisesta jalkapallon kannatuskulttuurista (Sundqvist 2013). Tämä kaikki on selvä merkki suomalaisen jalkapallokulttuurin kehityksestä lähemmäs sitä tasoa, millä se lähestulkoon kaikissa Euroopan maissa jo on.

8 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

8.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset

Tämän tutkimuksen tavoite on selvittää suomalaisten jalkapalloa seuraavien henkilöiden jalkapallokannattajuuden kehitystä ja heidän päätymistään Suomen maajoukkueen kannattajien (SMJK) jäseneksi. Tutkimuksessa tarkastellaan kannattajien kokemuksia aina jalkapalloon kiinnostumisesta päätyen maajoukkueen kannattajien keskuudessa vallitsevaan tunnelmaan. Tutkimuksen pääkysymyksenä oli, miten kannattajista tuli maajoukkueen kannattajia.

Lähdin toteuttamaan tutkimusta seuraavien tutkimuskysymysten avulla:

1) Millainen suhde kannattajalla on jalkapalloon?

Ensimmäisen tutkimuskysymyksen tavoitteena oli selvittää kannattajien omaa menneisyyttä jalkapallon parissa ja sitä miten he olivat lajia alkaneet seuraamaan.

2) Miten maajoukkueen kannattajat kokevat ympäröivän yhteisön?

Toisen tutkimuskysymyksen tavoitteena oli lisätä ymmärrystä kannattajien kokemuksista olla osana isompaa kannattajaryhmää sekä yhteisöllisyyden merkitystä heidän kannattajuudelleen.

3) Miten Suomen maajoukkueen kannattajana oleminen koetaan?

Kolmannen tutkimuskysymyksen avulla tuotiin esiin kannattajien kokemuksia maajoukkueen kannattajien hyödyllisyydestä ja kannattajaryhmän herättämästä huomiosta.

8.2 Tutkimusjoukko

Valitsin tutkimuksen kohteeksi viisi Suomen maajoukkueen kannattajiin (SMJK) kuuluvaa henkilöä. Neljä heistä on miehiä ja yksi nainen. Tutkimukseen osallistuvat olivat iältään 23 – 43-vuotiaita ja he olivat kaikki kuuluneet maajoukkueen kannattajiin vähintään neljän vuoden

ajan. Jokainen heistä on kannattajayhdistyksen aktiivinen jäsen käymällä otteluissa ja muissa tapahtumissa säännöllisesti. Kolme tutkimusjoukon jäsentä kuuluu lisäksi Suomen maajoukkueen kannattajat Ry:n hallitukseen ollen näin aktiivisia myös yhdistyksen toiminnan ylläpitämisessä ja kehittämisessä. Tunnen tai tiedän jokaisen tutkimukseen osallistuvan entuudestaan, koska olen itsekin ollut SMJK:n jäsen vuodesta 2010 alkaen ja näin ollen tavannut useita maajoukkueen kannattajia. Valitsin siis tutkimusjoukon huolellisesti, jotta se palvelisi tutkimuksen toteuttamista ja tarkoitusta mahdollisimman hyvin ja monipuolisesti. Tutkimuksen kannalta on tärkeää, että haastateltavat tietävät tutkittavasta ilmiöstä mahdollisimman paljon tai heillä on siitä kokemusta (Tuomi & Sarajärvi 2002, 88).

8.3 Tutkimusmenetelmät

Kalastuskilpailussa tuomarit kiinnittävät huomiota saaliin määrään, ravintoloitsija ja varsinkin asiakas ovat kiinnostuneempia kalan laadusta (Hirsjärvi ym. 2007, 156). Miettiessäni tätä oman tutkimukseni kannalta, media ja suuri osa ihmisistä, ovat kiinnostuneita katsojamääristä, kun minä taas olen kiinnostuneempi katsojien ”laadusta” eli heidän kokemuksistaan ja käyttäytymisestään. Tämän vuoksi tutkimukseeni soveltui laadullinen eli kvalitatiivinen menetelmä.

Lähtökohtana kvalitatiivisessa tutkimuksessa voidaan pitää todellisen elämän tutkimusta ja pyrkimyksenä on kuvata kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti (Hirsjärvi ym. 2007, 157). Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on se hyöty, että aineiston kerääminen, käsittely ja analyysi sitoutuvat tiiviimmin toisiinsa kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa (Uusitalo 1996, 80). Suurimmaksi vaikeudeksi kvalitatiivisessa tutkimuksessa muodostuu kuitenkin aineiston analyysi, sillä päämääränä on luoda hajanaisesta aineistosta selkeää ja tätä kautta tuottaa tietoa tutkittavasta asiasta (Eskola & Suoranta 1998, 138). Laadullinen analyysi on merkityksen tulkintaa ilmaisusta ja tämä edellyttää niin teoreettisten lähtökohtien mielessä pitämistä kuin myös aineiston ilmaisujen lukemista niiden omia yhteyksiä vasten (Syrjälä ym. 1994, 144).

Keräsin tutkimusaineistoni haastatteluilla. Monet seikat tukivat haastattelun valintaa tutkimusmenetelmäkseni. Haastattelun etuna voidaan nähdä aineiston keruun säädeltävyys joustavasti tilanteen edellyttämällä tavalla ja vastaajia myötäillen. Jos kyseessä on vähän kartoitettu alue, kuten tutkimuksessani, on vaikeaa tietää etukäteen tutkimuksen suuntia. Myös ennalta

voidaan tietää tutkimuksen aiheen tuottavan monitahoisia vastauksia. Lisäksi mahdollisuus selvittää saatavia vastauksia lisäkysymysten avulla on tutkimuksen kannalta tärkeää ja hyödyllistä. (Hirsjärvi ym. 2007, 200). Haastattelun luotettavuutta saattaa kuitenkin heikentää vastaajan halu antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia. (Hirsjärvi ym. 2007, 201). Tärkeää haastattelutilanteessa onkin luottamuksen luominen, sillä ”tulos” on riippuvainen siitä, saavuttaako haastattelija haastateltavan luottamuksen. (Eskola & Suoranta 1998, 94). Vuorovaikutuksen tulisikin olla luonteeltaan keskustelua eikä kuulustelua (Syrjälä ym. 1994, 137). Haastattelun teemojen ollessa minulle ja haastateltavillekin läheisiä, mielestäni onnistuin luomaan haastatteluihin rennon tunnelman.

Haastattelutyypinä käytin puolistrukturoitua teemahaastattelua, jossa haastattelijana lähdin liikkeelle päättämistäni teemoista, mutta en käyttänyt valmista kysymyssarjaa. Näin minulle jäi myös vapaus sovittaa kysymysten muoto ja osittain sisältökin henkilön ja keskustelun kulun mukaan. (Syrjälä ym. 1994, 138.) Eskolan & Suorannan (1998) mukaan teemahaastattelussa haastattelijan tehtävänä on varmistaa, että kaikki päätetyt teema-alueet käydään läpi, mutta järjestys ja laajuus vaihtelevat. Lisäksi haastattelijalla ei ole valmiita kysymyksiä vaan tukilista käsiteltävistä asioista. (Eskola & Suoranta 1998, 87.)

Haastattelun teemoiksi valitsin kirjallisuuskatsauksesta vahvasti esiin nousseet kuusi teemaa:

1. Haastateltavan oma jalkapallotausta (harrastaneisuus ja lajin seuraaminen)
2. Jari Litmasen ja muiden 1990-luvun jälkipuoliskolla läpimurtonsa kansainvälisessä jalkapallossa tehneiden suomalaispelaajien merkitys
3. Suomen maajoukkueen kannattajien kokema yhteisöllisyys
4. Tunne-elämän jännitteiden purkaminen ottelutapahtumissa
5. Tulokseen ja pelin kulkuun vaikuttaminen maajoukkueen otteluissa
6. Suomen maajoukkueen kannattajien saaman mediahuomion merkitys

Kyseiset teemat olivat mielestäni sopivia ajatellen tutkimukseni tarkoitusta ja tutkimuskysymyksiä. Ne pohjautuivat myös vahvasti omaan esiyymmärrykseeni koskien tutkimusongelmaa. Mielestäni sain niillä tarpeeksi laajan kuvan vastaajien koko historiasta jalkapallon parissa aina heidän maajoukkueen kannattamisen kokemuksiin asti.

8.4 Tutkimuksen kulku ja aineiston keruu

Kuten olen tässä tutkimuksessa jo aikaisemmin maininnut, minulla on mielestäni vahva henkilökohtainen tuntemus jalkapallosta ja jalkapallokannattajuudesta. Se auttoi minua luomaan vahvaa esiymmärrystä tutkittavasta aiheesta jo ennen tutkimukseni kirjallisuuskatsausta. Kirjallisuuskatsauksessa tutustuin aikaisempiin tutkimuksiin, jotka liittyivät maajoukkueen kannattajiin sekä kirjallisuuteen suomalaisesta penkkiurheilusta ja jalkapallokulttuurin kehityksestä Suomessa. Ne auttoivat minua edelleen vahvistamaan ja laajentamaan esiymmärrystäni tutkimuksestani.

Tutkimuspäiväkirjan pitämisen aloitin maaliskuussa 2014, johon kirjoitin säännöllisesti ajatuksiani tulevasta tutkimuksen toteutuksesta. Siitä oli paljon apua tutkimusprosessin aikana, sillä tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelma sekä tutkimuskysymykset muotoutuivat moneen otteeseen ennen tutkimuksen alkua ja vielä tutkimuksen ajanakin. Laadullinen tutkimus voidaan nähdä prosessina, jossa tutkimuksen etenemisen eri vaiheet eivät ole välttämättä etukäteen jäseneltävissä selkeisiin eri vaiheisiin, vaan esimerkiksi tutkimustehtävää tai aineistonkeruuta koskevat ratkaisut voivat muotoutua vähitellen tutkimuksen edetessä (Kiviniemi 2010, 70).

Huhtikuussa 2014 otin yhteyttä haastateltaviin. Haastattelupyynnön esitin kasvotusten, sillä halusin nähdä henkilöiden luonnolliset reaktiot pyyntööni. Koin myös, että kasvotusten voin selventää heille paremmin tutkimukseni tarkoitusta ja luonnetta sekä luoda jo tässä vaiheessa mielenkiintoiset ja luottamusta herättävät asetelmat tulevalle haastattelulle. Kaikki haastateltaviksi haluamani henkilöt antoivat välittömästi suostumuksensa haastatteluun.

Ennen ensimmäistä haastattelua tein esihaastattelun eräälle tuttavalleni, joka hänkin kuuluu maajoukkueen kannattajiin. Tässä vaiheessa olin jo päättänyt haastattelun teemat. Esihaastattelu sujui hyvin, mutta koin silti tarpeelliseksi muuttaa vielä hieman omaa haastattelukäyttämistäni, sillä olin mielestäni koehaastattelun aikana liikaa äänessä. Halusin antaa haastateltaville enemmän aikaa miettiä vastauksiaan hiljaisina hetkinäkin sen sijaan, että tein heti jatkokysymyksiä tai vaihdoin teemaa. Näin ollen päätin jättää esihaastattelun lopullisessa tutkimuksessani huomioimatta.

Varsinaiset haastattelut toteutin aikavälillä huhtikuu 2014 – heinäkuu 2014. Kaikki haastattelut nauhoitettiin ja tämän jälkeen litteroitiin. Haastattelumateriaalia kertyi yhteensä 105 minuuttia haastattelujen keston ollessa 17 – 25 minuuttia. Litteroituna materiaalia tuli 30 sivua fonttikoon ollessa 12 ja rivivälin 1,5. Haastattelut nauhoitettiin haastateltavien kotona, työpajoilla tai kahviloissa. Jokaiselle haastattelulle oli varattu aikaa vähintään yksi tunti ja haastatteluolosuhteet olivat rauhalliset ilman häiritsevää taustamelua. Koin myös tärkeäksi, että haastattelun aikana juotiin kahvit, sillä näin haastattelutilanne oli luonnollisempi ”kahvihetki” eikä liian virallinen. Mitään teknisiä tai ulkopuolisia ongelmia ei haastattelujen aikana ilmennyt.

8.5 Aineiston analyysi ja tulkinta

Laadullisessa tutkimuksessa on vain vähän standardoituja tekniikoita ja ei ole olemassa yhtä ja oikeaa tai ehdottomasti muita parempaa analyysitapaa. Aloitteleva tutkija voi oppia lukemalla jo tehtyjä tutkimuksia ja kehittelemällä ja kokeilemalla itse erilaisia ratkaisutapoja. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 136.) Itse aloitin aineiston analyysin teemoittelulla. Teemat voidaan nähdä luomassa tietynlaista alkujäsennystä. Tämän jälkeen on mahdollista jatkaa joko aineistolähtöisesti tai hyödyntämällä jotain teoriaa. (Eskola & Suoranta 1998, 152-153.) Teema-haastattelurungon rakentamisessa voidaan käyttää teoreettisia näkemyksiä ja toisaalta myös omaa kokemusta (Eskola & Suoranta 1998, 153). Juuri näin toimin omassa tutkimuksessani.

Onnistuakseen teemoittelu vaatii teorian ja empirian vuorovaikutusta (Eskola & Suoranta 1998, 176). Pyrin siis tuomaan analyysissäni esille teoriaa tutkimuksen taustaksi, mutta samalla kuvaamaan sitaateilla vastaajien omia käsityksiä asioista. Sopiva määrä sitaatteja mahdollistaa lukijan tekemään arviota siitä, ovatko tutkijan tekemät tulkinnat onnistuneita (Eskola & Suoranta 1998, 181). Teemoitteluun käytin tavallista tekstinkäsittelyohjelmaa, johon samaa teemaa kuvaavat maininnat kerättiin yhteen. Mainintojen yhteyteen jätin haastateltavan tunnistetiedot (vastaajat merkitty numeroin 1-5), joten myöhemmin lainaukset oli helppo jäljittää alkuperäiseen tekstiyhteyteen.

Teemoittelun jälkeen siirryin aineiston tyypittelyyn. Tyypittelyssä on kysymys aineiston ryhmittelystä tyypeiksi eli selviksi ryhmiksi samankaltaisia tarinoita. Tyypit tiivistävät ja tyypilistävät ja kuvaavat parhaimmillaan laajasti ja mielenkiintoisesti, mutta silti taloudellisesti aineistoa. (Eskola & Suoranta 1998, 182.) Tyypittelyssä voidaan kiinnittää huomiota myös

tyypillisestä poikkeavien tapausten etsintään, jolloin alkuperäisestä oletuksesta poikkeava vastaus nähdään voimavarana eikä uhkana, kuten kvantitatiivisessa analyysissä (Eskola & Suoranta 1998, 182).

Aineiston analysoinnin jälkeen pyrin tulkitsemaan sitä. Hermeneuttisesti painottuneissa tutkimuksissa analyysivaiheen ja tulkinnan välille ei voida selvää eroa tehdä eikä sitä nähdä tarpeelliseksi tai edes aina mahdolliseksikaan (Hirsjärvi & Hurme 2000, 136). Oman aineiston analysoinnin muuttuminen enemmän tulkinnaksi tapahtui mielestäni siinä kohtaa, kun sain teemoittelun ja tyypittelyn valmiiksi. Hermeneutiikalla tarkoitetaan yleisesti teoriaa ymmärtämisestä ja tulkinnasta ja se kohdistuu ihmisten välisen kommunikaation maailmaan (Laine 2010, 30). Aloin siis tulkintavaiheessa kulkea hermeneuttista kehää, jolla tarkoitetaan laajasti tutkimuksellista dialogia tutkimusaineiston kanssa. Esimerkiksi juuri haastatteluaineisto on tutkittavan puhetta, joten se on potentiaalinen keskustelukumppani samassa mielessä kuin toinen ihminen tutkijan edessä. Tieto syntyy vasta tuossa dialogissa. (Laine 2010, 36.) Kehätien alussa tutkija tekee välittömästi tulkintoja, mutta tuosta välittömyydestä pyritään irti kriittisen ja reflektiivisen asenteen avulla ottaen etäisyyttä omaan tulkintaan ja palaten jälleen aineiston pariin uusi silmin (Laine 2010, 36). Juuri näin pyrin tulkitsemaan omaa tutkimusaineistoani ja tämän vuoksi se oli pitkä prosessi.

8.6 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys

Laadullisessa tutkimuksessa pääasiallisin luotettavuuden kriteeri on tutkija itse, joten luotettavuuden arviointi koskee koko tutkimusprosessia (Eskola & Suoranta 1998, 211). Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta kohentaa myös tutkijan tarkka selostus tutkimuksen toteuttamisesta sen eri vaiheissa (Hirsjärvi ym. 2007, 227). Olen pyrkinyt kuvailemaan aiemmissa alaluissa tutkimusprosessiani mahdollisimman tarkasti, monipuolisesti ja ennen kaikkea rehellisesti. Uskon, että oman kannattajataustani ja vahvan esiyymmärrykseni, mutta silti kriittisen otteeni ansiosta tutkimukseni luotettavuus on saavuttanut riittävän tason.

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan tarkastella reliaabeliuden, ei-sattumanvaraisten tulosten, ja validiuden, pätevyyden, avulla. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa reliaabelius ja validius ovat saaneet erilaisia tulkintoja, sillä nämä käsitteet ovat syntyneet kvantitatiivisessa tutkimuksessa ja niiden käyttöä pyritään välttämään (Hirsjärvi ym. 2007, 227). Näiden käsitteiden hyl-

kääminen ei tarkoita silti sitä, että tutkimusta voisi tehdä miten tahansa vaan on edelleen pyrittävä siihen, että se paljastaa tutkittavien käsityksiä niin hyvin kuin mahdollista (Hirsjärvi & Hurme 2000, 188–189).

Validiuden muodoista nimenomaan rakennevalidius nousee keskeiseksi, sillä tutkijan on pysyttävä dokumentoimaan, miten hän on päätenyt luokittamaan ja kuvaamaan tutkittavien maailmaa juuri niin kuin hän on sen tehnyt. Uskottava perustelu riittää, sillä joku toinen tutkija voi päätyä erilaiseen tulokseen ilman, että se olisi osoitus tutkimuksen heikkoudesta. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 189.) Reliaabilisuus taas koskee pikemminkin tutkijan toimintaa kuin haastateltavien vastauksia, mutta täytyy kuitenkin muistaa, että haastattelujen tulos on aina seurausta haastattelijan ja haastateltavan yhteistoiminnasta (Hirsjärvi & Hurme 2000, 189).

Kaikkiin tutkimuksiin liittyy aina myös eettisiä kysymyksiä ja niiden eteen joudutaan tutkimuksen joka vaiheessa. Haastattelua, jossa ollaan suoraan kontaktissa tutkittavaan, eettiset ongelmat voivat olla monitahoisia ja haastattelua voidaan nimittää ”moraaliseksi yritykseksi”. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 19.) Ihmisiin kohdistuvissa tutkimuksissa tärkeimpiä eettisiä periaatteita ovat yleensä informointiin perustuva suostumus, luottamuksellisuus, seuraukset ja yksityisyys (Hirsjärvi & Hurme 2000, 20). Oma tutkimukseni perustuu luonnollisesti tutkittavien vapaaehtoisuuteen ja kerroin heille ennen haastattelua edellä mainituista eettisistä periaatteista, joista pidin ehdottomasti kiinni. Esimerkiksi tutkimuksessani esitetyt lainaukset olen valinnut niin, että niistä ei paljastu tutkittavien henkilöllisyys.

9 TULOKSET

9.1 Kannattajien jalkapallotausta

Tutkimukseni osoittaa, että kannattajilla voi olla erilaisia tapoja kiinnostua jalkapallosta. Oma pelaajatausta, televisoidut pelit ja otteluissa käyminen nousevat päällimmäisinä esiin. Tulosten perusteella voidaan nähdä, että suomalainen jalkapallokannattaja voi olla henkilö, jolla on vankka kokemus jalkapallon harrastamisesta aina juniorijoukkueista aikuisikään saakka. On olemassa myös kannattajia, joiden oma harrastuspohja on kapea tai sitä ei ole lainkaan.

”Mä oon pelannu junioreis ihan pienestä asti, 7-vuotiaana aloitin...” (kannattaja 1)

”Olen siis pelannut ja yritän pelata edelleenkin.” (kannattaja 2)

”-joo pientä junnutaustaa, mutta hyvin ohutta.” (kannattaja 4)

”-mulla ei oo siis mitään niin ku että olisin koskaan missään pelannut...” (kannattaja 5)

Jalkapallosta on kiinnostuttu myös television välityksellä ja varsinkin Vakioveikkauksen kautta Suomessa vuosikausia näytetty brittifutis vakiinnutti paikkansa suomalaisten lauantai-illan traditiona. Siksi se on näytelty vahvaa roolia rekrytoimalla suomalaisia jalkapallon pariin. Luonnollisesti myös jalkapallon arvokisoja ja kaikkia muitakin jalkapalloon liittyviä tv-lähteyksiä on seurattu. Kannattajat kuvailevat suhdettaan brittifutiksen ja jalkapallokiinnostuksen välillä näin:

”Joo se kuului mun lapsuuteen se että tota tuli katottua... tuli seurattu paljon ja sen muistan alitajunnasta kun vanhat vaarit täytteli veikkauskuponkeja jo 70-luvun puolessa välissä...” (kannattaja 3)

”-kyllä se varmaan se Valioliiga, jota tuli Kakkoselta joka lauantai kello viisi, johon on kasvatettu jokainen meidän ikäinen nuori.” (kannattaja 1)

”Joo on sillä varmaan jonkinlainen rooli ollut, mutta ei samanlainen ku jollain vähä aiemmin

kasvaneella, 80-luvulla kasvaneella...” (kannattaja 4)

Televisiolähetysten lisäksi jalkapalloa on käyty katsomassa paikan päällä sarjatasoista riippumatta. Myös kaverit ja perhe ovat vaikuttaneet siihen, miksi jalkapallosta on kiinnostuttu. Kannattajat ovat poikkeuksetta kaikki lähteneet katsomaan pelejä jossain elämänvaiheessa omasta, perheen tai kaverien aloitteesta.

”Kavereiden kanssa, et sit työkaverilla oli sukulainen joka pelaa ja hän tykkäs jalkapallosta ja puhuttiin paljon jalkapallosta ja sit lähettiin kattoon... jopa ihan Belgiaan asti!” (kannattaja 5)

”--serkku pelas ja isän kans tuli sillon mentyä fillarilla paljon kattomaan matseja.” (kannattaja 1)

”--kyllä se enempi tuo paikallinen futis oli... että niitä tuli käytyä kattomassa.” (kannattaja 4)

Kiinnostusta jalkapalloa kohtaan on voinut lisätä myös lapsuuden leikkeihin ja keräilyyn liittyvät kaupalliset tuotteet. Eräs kannattajista tuo esiin jalkapallon MM-kisoja varten kaupasta hankitun tarrakuva-albumin merkityksen etenkin kotimaisen jalkapallon kiinnostuksen suhteen.

”--silloin oli sellainen tarrakansio mihin kerättiin niinku maajoukkueet ja suomalaisetkin pelaajat... se oli ehkä tosiaan nyt se käännekohta ku sä sait sillee niin ku konkreettisesti kuvia ja samalla sivulla missä on huippupelaajia...” (kannattaja 1)

Yksi syy sille, miksi etenkin Suomen maajoukkue on alkanut kannattajia kiinnostaa, on voinut olla pieni kotipaikkakunta, josta kannattaja on kotoisin. Ei ole ollut omaa, riittävän korkealla sarjatasolla pelaavaa joukkuetta, joten pelien seuraaminen ei ole tarjonnut riittävästi elämyksiä.

”--ehkä se on se, kun vertaa seurajoukkuepuolelle, niin on pieni seura, pieni kaupunki ja ei oo mitään kannattajatoimintaa... niin se on nii erilaista se seuraaminen.” (kannattaja 2)

” --varmaan siinä on se lähtöpaikka eniten syynä... nii sitä ei ollu niinku sitä omaa joukkuetta... siinä on varmaa sitte niin ku maajoukkue tullu...” (kannattaja 1)

9.2 Suomalaispelaajia Euroopan kentillä

Tutkimukseni mukaan suomalaisten pelaajien lisääntyminen ulkomaisissa sarjoissa on voinut vaikuttaa heidän kiinnostukseensa kotimaisesta jalkapallosta. Etenkin Jari Litmanen ja muut 1990-luvun loppupuolella isoissakin ulkomaisissa seuroissa pelanneet suomalaiset ovat mahdollisesti helpottaneet kannattajien suuntautumista kohti Suomen maajoukkuetta. Kannattajat, jotka kokivat Litmasen ja muiden merkityksen vahvaksi, kuvailivat asiaa näin:

”On ihan ehdottomasti just tuo Litmasen sukupolvi ollut sitte tärkeä... ja oon seurannut otteita eli sillä on kyllä iso rooli, että oon kiinnostunut aikoinaan tästä hommasta.” (kannattaja 4)

”Oli tottakai vaikutusta. Sillon ku Litmanen meni Ajaxiin... ja siis YLE:hän näytti sillon -95 tai siitä lähtien niin Ajaxin pelit aina, lähes aina...” (kannattaja 3)

Kaikki kannattajat eivät kuitenkaan olleet millään tavalla riippuvaisia suomalaisten ”tähtipelaajien”syntymisestä. Heille on voinut olla samantekevää esimerkiksi se, ketä Suomen maajoukkueessa on 1990-luvun lopulla pelannut.

”Ei, en mä oo taas ollu kiinnostunut. Uskoisin kyllä näin, että sillon ku lähin kattoon jotain ekaa Suomen peliäkin, niin hyvä että tiesi ketä on pelaamassa... että ei oo siis mulle ollu kyllä sillai merkitystä.” (kannattaja 5)

”Mä sanoisin että ei. Oon sen verran nuorempi etten niistä Litmasen huippuajoista niin muista.” (kannattaja 2)

9.3 Yhteisöllisyys

Kannattajien kokema yhteisöllisyys ja sosiaalinen näkökulma nousevat tutkimukseni tuloksista esiin erittäin voimakkaasti. Yhteisöllisyys koetaan hyvin positiivisena ja se voi ilmentyä monella eri tapaa kuten uusina kaverisuhteina, yhteenkuuluvuutena ja samoilla intresseillä

osallistua kannattamiseen.

”Kyl mä luulen, et se on just toi yhteisöllisyys mikä on tässä kannattajaporukassa, että jos ei näitä tyyppejä täällä ois, niin en mä usko että se ois samallaista” (kannattaja 4)

”Siis sehän on ihan ehdottomasti yhteisöllisyys. Ei siinä oo niin ku mitään muuta...” (kannattaja 1)

”No ehdottomasti on yhteisöllisyys!” (kannattaja 3)

Eräs kannattajista kuvaa suhdettaan kannattajayhteisöön halulla kuulua johonkin isompaan ryhmään, jonka kautta yhteisöllisyys alkaa vasta rakentua:

”Sehän on hauska, että se ei näy ulospäin ollenkaan... se on vaan halu kuulua johonkin, olla jotain isompaa kokonaisuutta, ja yhteisöllisyys tulee myöhemmin et se on tavallaan enemmän seuraus kuin syy.” (kannattaja 2)

Yhteisöllisyys ilmenee kannattajien keskuudessa helposti luotavien kavereiden kautta. Kannattajat kokevat saaneensa paljon uusia kavereita ja hyviä ystäviä maajoukkueen kannattajista. Tulokset osoittavat, että valtaosa nykyisestä kaveripiiristä koostuu maajoukkueen kannattajista.

”--suurin osa kaveripiiristä nykyään on täältä kautta tullut.” (kannattaja 4)

”--jos omaa kännykkää kattelee puhelinnumeroita ja ottaa työnumerot pois ja sukulaiset pois ja kattoo mitä siihen jää jäljelle, niin kyllähän niistä mulla ainakin valtaosa on SMJK:n jäseniä, nykyisiä tai entisiä... niistä on tullu suuresta osasta hyviä ystäviä.” (kannattaja 3)

”--paljon niiden kanssa tulee pyörityä välillä muuallakin... siis ihan kymmeniin oon tutustunut jalkapallon ja SMJK:n kautta.” (kannattaja 2)

”--saanu tosiaan niitä uusia kavereita, niin ei oo hirveästi tullu sellasta porukkaa vastaan, jonka kans sielä menis napit heti vastakkain...” (kannattaja 5)

Kuten edellisessä sitaatissa todetaan, maajoukkueen kannattajiin voidaan sanoa ajautuneen kannattajien mielestä ”hyviä tyyppejä”. Kannattajilla on sama mielenkiinnon kohde ja siksi ystäväystyminen ja sosiaalistuminen ryhmään voidaan nähdä käyvän helposti ja nopeasti. Kannattajien keskuudessa ei myöskään näytä olevan väliä sosioekonomisella taustalla vaan yhteisöllisyys ilmenee myös siten, että jokainen kannattaja on katsomossa osa yhtä kannattajaporukkaa.

”No tietenkin tuntuu, että tänne keräänty ne kaikkein parhaimmat tyytit niin sanotusti.”
(kannattaja 4)

”Niin tottakai sulla on sama intressi siinä... ja sitte sun ei tartte arvoluokitella siellä ihmisiä...” (kannattaja 1)

”--ku sä meet futiskatsomoon niin kaikki on ihan samaa.” (kannattaja 1)

Kannattajien mukaan sosiaalistuminen ja sitä kautta yhteisöllisyyden syntyminen tapahtuvat nopeammin vieraspelimatkoilla. Siellä kannattajayhteisö on tiiviisti yhdessä kerralla pitemmän aikaa ja sen voidaan nähdä edistävän nopeaa ryhmäytymistä. Vierasperleissä on kannattajia myös pienempi määrä kerralla koossa, joten kannattajaryhmä näyttäytyy entistä homogeenisemmin.

”siellä on niin ku pienempi ydinporukka niin se on vielä kivempaa... vielä ainutlaatuisempaa.” (kannattaja 1)

”Kotiperleissäkin, mutta etenkin vierasperleissä kun vietetään aikaa enemmän yhdessä.” (kannattaja 2)

”--siellä tutustuu vielä enemmän muihin, kun täällä kotimaassa se on niin isompi massa joka tulee...” (kannattaja 1)

Pelkkä matkustamaan pääseminen näyttäisi tarjoavan tutkimukseni kannattajille myös tärkeän syyn olla mukana maajoukkueen kannattajissa ja luoda ystävyysuhteita muihin kannattajiin. Lisäksi kannattajayhdistys (SMJK) tekee matkustamisesta ja siihen liittyvistä asioista helpompaa jäsenilleen.

”--siis kyllä kävisin tieteenki kattomassa pelkästään Suomessakin, mutta kyllä mä tykkään ku pääsee reissuun ja saa käydä myös ulkomailla.” (kannattaja 1)

”--mä tykkään hyvin paljon just sitte tästä niinku että miten järjestetään esimerkiksi nää vierasmatkat, et lippujen ostaminen, saaminen ja tämmönen että kun silloin aluks ostettiin just Palloliiton kautta tai Lippupalvelun kautta niin se saatto olla vähä semmosta että ei ne liput tullukkaan jostakin, mut siis sitte SMJK:lla olikin joku tyyppi joka ne hoiti, ja se myös toimii niinku se homma tosi hyvin SMJK:lla.” (kannattaja 5)

”No silloin ekan kerran ku lähti vaikka vieraspelireissuun niin ei tuntenu oikein ketään. Sinne vaan lähti yhden kahden kaverin kans ketä tunti. Reissun jälkeen tunti 20 kymmentä kaveria. Aatteli että tää on aika hienoa hommaa, varas samantien lennot ja hotellit seuraavalle reissulle ja sitä kautta sitä vaan jäi koukuun että.. ei sille minkään voinu, että täällä ollaan edelleen.” (kannattaja 4)

Ulkomailla ollessaan kannattajien voidaan nähdä kokevan myös tietynlaista ylpeyttä Suomesta ja suomalaisuudesta. Tämä oletettavasti lisää yhteisöllisyyden tunnetta kannattajien kesken. Tällöin kannattajuudessa voi olla enemmän tunnetta mukana, jota ei ehkä saavutettaisi ilman isänmaallisuutta.

”Kyl se on semmoinen, se on se jalkapallo + yhteisöllisyys + suomi, sinivalkoiset värit...” (kannattaja 3)

”--se tunnelma ja just tää suomen kannattaminen, joka yhdistää.” (kannattaja 5)

”--niin kyl sit mun mielestä ehkä vierasmatkoilla on vähä enempi se semmonen et se on hieno olla jossain vieraassa kaupungissa missä sit tulee niitä suomalaisia, tuntemattomiakin suomalaisia vastaan välillä.” (kannattaja 5)

9.4 Arjesta irtautuminen

”Pelipäivä on juhlapäivä” kuuluu urheiluun liittyvä sanonta. Tuloksista voidaan todeta, että se pätee myös kannattajiin. Pelipäivä voi tuntua kannattajille eräänlaiselta arkielämän lyhyeltä lomalta, vaikka peli olisikin Suomessa tai kotikaupungissa vieraspelireissusta ulkomaille nyt puhumattakaan. Arkielämän rikkoutuminen koetaan positiivisena ja se ei näytä rajoittuvan vain itse pelin ajaksi vaan koko rakentuu koko pelipäivän ympärille. Kannattajat voivat myös järjestellä arkielämäänsä saadakseen elää pelipäivän mahdollisimman tiiviisti tapahtumien ytimessä.

”Siis nimenomaan lomaa, että se menee ihan täysin sitä peliä odottaessa, että ei siinä tarvi paljon muuta miettiä.” (kannattaja 2)

”Koko tapahtuma on ihan täydellinen irtiotto arjesta ku ei sun tarvi miettiä yhtään muuta.” (kannattaja 1)

”No etenkin vieraspeleissä kyllä. Se koko reissu lentokentältä lentokentälle tai satamasta satamaan, niin sillan voi kyllä unohtaa arjen... (kannattaja 3)

Suomen maajoukkueen kannattajat on tarjonnut myös mahdollisuuden toteuttaa itseään yhdistystoiminnan avulla. Tämä näyttäisi olevan eräälle tutkimukseni kannattajista yksi syy, miten hänestä on tullut maajoukkueen kannattaja. Vapaaehtoinen yhdistystoiminta voi olla myös yksi keino irtautua arkielämästä.

”--nyt kun on monta vuotta ollu tuossa SMJK:n ydinkeskustassa, niin se että on ollu mahdollisuus vaikuttaa asioihin... että jos oikeasti on tarmoa niin pystyy niinku kehittämään kulttuuria... on vienyt toimintaa eteenpäin omalla panoksella. ” (kannattaja 3)

”Se oli siis täys vahinko, ku tuli mentyä hallituksen kokoukseen tekemään tosi tyhmän idean ja sen kokouksen päätteeksi mä olin siinä hallituksessa ja se ideakin toteutui...” (kannattaja 3)

”--kotipeleissä taas sitte meillä aktiiveilla on sitten niinku sitä tekemistä ja puuhaa ennen matsia kyllä sen verran, että se on yks neljäsosa töissä olemista, että sitte ku matsi päättyy

niin sitä on yleensä sen verran poikki, että sitä lähtee melkein nukkumaan...” (kannattaja 3)

Kuten yleisötapauksissa yleensäkin, myös jalkapallo-otteluiden yhteydessä alkoholin voidaan nähdä näyttävän joskus suurta roolia. Tutkimuksestani voidaan nähdä, että myös maajoukkueen kannattajien keskuudessa alkoholi kuuluu melko oleellisesti ottelutapahtumaan -ja päivään. Kannattajien mukaan alkoholin avulla voidaan purkaa tunne-elämän jännitteitä ja heittäytyä entistä syvemmin kannattamiseen muotoihin, kuten taputtamiseen, hyppimiseen ja laulamiseen.

”Silleen varmaan matsipäivänä kaikki juo jonkin verran... mut sillee niin ku suuri osa haluaa rentoutua.” (kannattaja 1)

”Joo kyl siis justinsa kaiken maailman pre-matchailyt ja after-matchailyt, niin porukkaa on hyvin paljon yleensä mukana kaikkialla...” (kannattaja 5)

”Tottakai se näyttää jonkinlaista roolia, että se on just se jutun yks suola mennä oluelle ennen peliä ja pelin jälkeen ja keskustella vähä pelistä ja muuta ja tämmöstä...” (kannattaja 4)

Alkoholi ei kuitenkaan näyttäisi varastavan päähuomiota itse ottelulta, sillä tärkeässä roolissa kannattajien pitämä yhteisöllisyys syntyy pelin eikä oheistoimintojen ympärille. Eräs kannattajista muotoilee asian näin:

”--kyllä se yhteisöllisyys muodostuu enemmän sen matsin ympärille itse ottelussa. Ainakin henkilökohtaisesti koen sen näin ja haluan nähdä ottelun selvinpäin.” (kannattaja 2)

9.5 Pelin tulokseen vaikuttaminen

Kannattajien toiminnan ja käyttäytymisen päämääränä voidaan nähdä olevan pelin tulokseen vaikuttaminen. Tätä asiaa on erittäin hankala lähteä kuitenkin todistamaan oikeaksi tai vääräksi. Tutkimukseni osoitti, että kannattajilla voi olla erilaisia näkemyksiä liittyen maajoukkueen kannattajien vaikutukseen pelin kulkuun ja ottelutapahtumaan. Kannattajat, jotka uskoivat heidän katsomokäyttäytymisellään olevan jotain vaikutusta ottelun kulkuun tai lopputulokseen, kuvasivat asiaa näin:

”Ehdottomasti kyllä! Ainakin tiettyjen pelaajien osalta... jotka diggaa ihan kympeillä.” (kannattaja 1)

”Kyllä siis, mä uskon, että koko ryhmänä siellä matseissa. Et siis kun se laulu raikaa niin se kuulostaa kyllä aikamoiselta... kyllähän on myös sitä palautetta tullut, että merkitsee heille hyvin paljon, että on se 12:sta kenttäpelaaja.” (kannattaja 5)

”Tavallaan kyllä, koska SMJK on nykyään niin iso osa sitä ottelutapahtumaa joukkueen keskellä, kaikkialla, että jos SMJK:lla menee huonosti, niin kyllä se voi heijastua kentälle.” (kannattaja 4)

”--ne kattoo että okei, noi jätkät on tehny jotain tän pelin eteen, meidän on pakko tehdä myös jotain, meidän on pakko antaa kiitos heille.” (kannattaja 4)

Kaikki kannattajat eivät näytä uskovan siihen, että pelin kulkuun voisi jollain tapaa vaikuttaa. Sen sijaan he voivat nähdä kannattajien luoman tunnelman kautta syntyvän toisenlaisia päämääriä vaikuttaa.

”Mä en allekirjoita tuota.. me saadaan olympiastadionilla muut katsojat ja silloin niiden olo ja tunnelma, ja tärkeätä että tulevat uudestaan, huonommankin, heikommankin ja nimettömänkin vastustajan peleissä olis paljon yleisöä...” (kannattaja 3)

”--mutta en mä siihen tulokseen, että yhtä paskasti se Roman syöttää kumminki vaikka me kuinka siellä laulettais, että jos sillä on huono päivä pelissä. Niin se vaan on.” (kannattaja 3)

9.6 Kannattajat ja media

Suomen maajoukkueen kannattajat ovat kasvaneet yhdistyksenä ja kannattajaryhmänä viimeisten vuosien aikana jo niin isoksi, että media huomioi kannattajien toimintaa säännöllisesti. Myös maajoukkueen pelaajat ja valmennusjohto ovat positiivisilla lausunnoillaan maajoukkueen kannattajista ruokkineet mediaa edelleen tuomaan kannattajia paremmin esiin.

Positiivinen julkisuus ja mediahuomio ovat luonnollisesti kenelle tahansa varmasti mieluista ja näin sen myös kannattajat kokevat. Huolta negatiivisesta kirjoittelusta mediassa ei nähdä edes olevan. Mediahuomiota ei tutkimukseni mukaan kuitenkaan kannattajien toimesta haeta, vaan sen voidaan nähdä olevan enemmänkin seurausta hyvin toteutetusta kannattajatoiminnasta ja se koetaan hienoksi asiaksi, josta voidaan olla ylpeitä.

”Tottakai se on kivaa, että tehdään jotain semmosta mikä mediaa ja ihmisiä kiinnostaa. Ei me nyt varsinaisesti siihen pyritä, että me saadaan lisää huomiota...” (kannattaja 4)

”Siis tottakai hyvälle ja siis siihen me pyritään ja sitä me haetaan, siis positiivista...” (kannattaja 1)

”--mä muistan ne ensimmäiset kerrat, 6–7-vuotta sitten kun niin silloin tuli yks lehtijuttu, niin sitä oli aivan täpinöissä ja osti sen lehden. Mutta nykyään pelipäivänä tai päivää aiemmin tulee niin paljon haastattelupyyntöjä...” (kannattaja 3)

Mediahuomio ei näyttäisi rajoittuvan ainoastaan kotimaan mediaan vaan myös ulkomailla suomalainen, nouseva kannatuskulttuuri on noteerattu katsojien ja median toimesta. Tämän voidaan nähdä olevan kannattajille erityisen hienoa ja tärkeää.

”--nehän ihmetteleekin ulkomailla joka paikas että oikeasti esimerkiksi Espanjas että ku sielä oli niin ku tuhat ihmistä... mutta kukaan ei räyhää ei riehu... se on niin ku kaikista paras osa SMJK:ta niin ku...” (kannattaja 1)

”Eikä se oo rajoittunu pelkästään kotimaahan vaan esimerkikis tuosta Espanja-matsin tifosta saatiin ihan kansainvälistä julkisuutta, erilaisilla kannattajasivuilla oli noteerattu ja muistaakseni muutamissa isommissa lehdissäkin oli juttua siitä.” (kannattaja 2)

Kannattajien saama positiivinen julkisuus ja kannatuskulttuurin kehitys voidaan nähdä vaikuttavan nopeasti myös jo itse ottelutapahtumiin, sillä maajoukkueen kannattajien oman katsomonosan, Pohjoiskaarten, viereiset katsomot ovat erään kannattajan mukaan haluttuja paikkoja:

”--kun tulee juniorijoukkueet ympäri Suomea, ne päättää tulla yhteen peliin jonnekin, niin ne

haluaa ne junnut, on ne sitten 8 vai 11-vuotiaita, ne haluaa tulla sinne katsomoon, mikä on lähellä SMJK:ta. Ne tietää tossa iässä jo, että se on olemassa.” (kannattaja 3)

10 POHDINTA

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli saada laadullisella tutkimusotteella selville, miten suomalaisista jalkapallokannattajista tuli maajoukkueen kannattajia. Tarkoituksena oli lisätä ymmärrystä siitä, miten suomalainen kannattaja kiinnostuu jalkapallosta ja miten he ajautuvat maajoukkueen kannattamisen pariin, miten he kokevat ympäröivän kannattajayhteisön ja millaisia kokemuksia heillä on kannattajien hyödyllisyydestä sekä kannattajaryhmän herättämästä huomiosta. Aineistoksi keräsin teemahaastattelun viideltä maajoukkueen kannattajiin kuululta henkilöltä. Tutkimukseni tärkeimpänä tuloksena pidän kannattajien kokemaa yhteisöllisyyttä.

Teoriaosassa nousi esiin kannattajien oma harrastuneisuus ja asiantuntijuus jalkapallosta, joka on tyypillistä pohjoismaisille kannattajille (Andersson & Radmann 1998, 153). Oma tutkimukseni tuki osittain tätä näkemystä, sillä tutkimiltani kannattajilta löytyi pitkääkin harrastuspohjaa jalkapallosta. Huomasin kuitenkin, että näin ei välttämättä aina ole, sillä kannattajaksi on voinut päätyä myös henkilöitä, joilla ei ole minkäänlaista kokemusta jalkapallon harrastamisesta eikä siten asiantuntemus lajistakaan ollut kehittynyt kovin vahvaksi. Jalkapallokiinnostusta ja -asiantuntijuutta onkin ehkä enemmän synnytetty katsomon puolella paikallista jalkapalloa seuraamalla. Otteluita on lähdetty aluksi katsomaan yleensä kaverin tai perheen kanssa, mikä näyttäisi olevan yksi merkittävä syy myöhemmälle kannattajuuden kehitykselle. Osa kannattajista toi esiin myös heidän kotipaikkakuntansa merkityksen. Jos kannattaja oli kotoisin pienestä kaupungista, niin hän saattoi kokea, että oma, paikallinen joukkue ei tarjonnut riittävästi mahdollisuuksia kehittää kannattajatoimintaa seuran ympärille. Syynä tähän lienee ollut liian alhainen sarjataso ja katsojamäärät. Näkisin siis, että isommissa kaupungeissa kasvaneille kannattajille on voinut löytyä oma kannatuksen kohde myös seurajoukkuepuolelta helpommin, kun taas pienempien kaupunkien kasvatit ovat kääntäneet katseensa maajoukkueen suuntaan jo aiemmin.

Myös vakioveikkaus ja brittifutis ovat tutkimusten mukaan herättäneet jo vuosikymmenien ajan suomalaisten kiinnostusta jalkapalloon luoden traditiota suomalaisten ja englantilaisen jalkapallon välille (Lavikainen 2014, 12–13). Tutkimukseni kannattajilla oli myös selviä siteitä brittifutiksen seuraamiseen. Jotkut kannattajat eivät kokeneet sillä olevan lähinnä nuoren ikänsä vuoksi niin vahvaa merkitystä jalkapalloinnostukselleen, sillä 2000-luvun sirpaloitu-

neessa mediamaisemassa sen rooli ei ole enää ollut entisensä. Kun suomalainen jalkapallokulttuuri nosti lopullisesti päätään 1990-luvun lopulla, oli Suomifutiksella tarjota jo Jari Litmasen johdolla kotimaisiakin mielenkiintoisia pelaajia, joita seurata ja tulla katsomaan maajoukkueen peleihin (Heinonen 2002). Tutkimukseni kannattajista osa koki tämän erittäin merkittävänäkin asiana sille, että he kiinnostuivat yhä enemmän Suomen maajoukkueesta. Silti osalle kannattajista tälläkään ei ollut juuri mitään merkitystä.

Kannattajat, joiden kiinnostus jalkapalloon heräsi vasta myöhemmin, voidaan mielestäni nähdä nykyajan tyyppillisiksi populaarikulttuurin kuluttajiksi. Tällä hetkellä eletään postmodernia aikaa, jolloin maailmaa katsotaan avoimin silmin, ja ihmisillä on mahdollisuuksia ja vaihtoehtoja tehdä, mitä he haluavat. Tyypillinen ilmiö tälle aikakaudelle on myös jalkapallokannattaminen, sillä pelit tarjoavat elämyksiä ja samanhenkistä seuraa katsomoissa. (Villgren 2007, 155–156.) Tämä näkyy mielestäni hyvin myös suomalaisissa jalkapallokannattajissa. Yhteiskunta ei pysty tarjoamaan kaikille riittävästi aitoa elämää haasteineen, vaan ihmisten on etsittävä niitä keinotekoisesti esimerkiksi penkkiurheilun virtuaalitodellisuuksista (Turtiainen 2008, 50). Toivonen (2014, 3) viittaa artikkelissaan Michel Maffesolin (1996) kirjaan *The Time of the Tribes*, jonka mukaan fanituksen avulla syntyy uusheimolaisuutta, joka yhdistää nykyelämänmuodon erkaannuttamia ihmisiä toisiinsa. Jalkapallokannattajaksi päätyminen ei siis vaadi lapsuudessa tai nuoruudessa luotua läheistä suhdetta jalkapalloon vaan se voi yhtä hyvin syntyä vähitellen aikuisiällä samanhenkisessä seurassa.

Tätä näkemystäni tukee kannattajien välille syntyvä yhteisöllisyys, joka nousi yhdeksi tutkimukseni oleellisimmaksi asiaksi. Se ei näy välttämättä kannattajaporukasta ulospäin, eikä kannattajaksi lähdetä yhteisöllisyyttä tavoittelemaan. Kannattajaksi ajaututaan, kun halutaan kuulua johonkin ryhmään, olla osa jotain isompaa kokonaisuutta. Vasta tämän seurauksena syntyy yhteisöllisyys, joka näytteleekin jokaisen tutkimukseni kannattajan mielestä erittäin suurta roolia sille, miksi heistä tuli maajoukkueen kannattajia. Marjamaan (2007) pro gradu -tutkielmassa jalkapallofaneilta kysyttiin fanitoiminnan vaikutuksia ja ensimmäisenä mainitaan sosiaalinen puoli, uusien ystävien löytäminen ja yhdessäolo heidän kanssaan. Tutkimukseni kannattajista jokainen koki myös saaneensa paljon uusia kavereita ja luoneensa pitkäaikaisia ystävyysuhteita maajoukkueen kannattajista. Monilla heistä nykyinen kaveripiiri koostuu melkein kokonaan samaan kannattajaryhmään kuuluvista henkilöistä, joiden kanssa vietetään aikaa paljon myös kannattajatoiminnan ulkopuolella. Myös Marjamaa (2007) toi tämän tutkimuksessaan esiin, sillä hänen mukaansa katsoja näyttäisi löytävän kentän laidalta samanhenkisiä

ihmisiä, joiden kanssa rakentaa vahvempaa sosiaalista kanssakäymistä myös kentän ulkopuolella.

Yhteisöllisyys on nykyisen kannattajakulttuurin polttoainetta ja yhteiskunnallinen murros ei ole poistanut tarvetta kuulua johonkin (Lavikainen 2014, 16). Lavikainen (2014) jatkaa artikkelissaan, että nyky-yhteiskunnassa vakaat, perinteiset sosiaaliset kiinnepohdat, kuten perhe, yhteiskuntaluokka ja kotikaupunki ovat katoamassa ja eivät enää välttämättä vaikuta siihen mihin heimoon ja yhteisöön ihmiset haluavat liittyä. Tämä tukee hyvin tutkimukseni kannattajien mielipiteitä, sillä esimerkiksi juuri yhteiskuntaluokan ei koeta näyttelevän minkäänlaista roolia maajoukkueen kannattajien keskuudessa. Kannattajuuden vuoksi on voitu tutustua myös sellaisiin ihmisiin, joihin ilman omaa kannattajuutta ei olisi ehkä koskaan törmännyt. Eräs haastattelemani kannattaja nimesi mm. ex-ministeri Paavo Arhinmäen tällaiseksi henkilöksi.

Yhteisöllisyys korostuu kannattajien mielestä erityisesti maajoukkueen vierasotteluissa, joihin maajoukkueen kannattajia matkustaa nykyään yhä isompia määriä. Lentolippujen hinnanlasku on saanut 2000-luvulta alkaen yhä useammat lähtemään seuraamaan urheilutapahtumia ulkomaille (Kokkonen 2014, 7). Kokkonen (2014, 7) jatkaa, että harvoilla ihmisillä oli ennen halpento-yhtiöitä varaa lähteä toistuvasti seuraamaan maajoukkueen otteluita. Vierasotteluissa kannattajaporukka on kuitenkin kotiotteluihin verrattuna niin paljon pienempi, että siellä sosiaalistutaan kannattajien kesken helpommin ja myös isänmaallisuus korostuu kannattajien ollessa kaukana kotoa. Kansallislaulun kajahtaessa ja lippujen liehuessa on lupa uhota ja voiton hetkellä herkistyä (Kokkonen 2014, 8). Näkisin, että ulkomailla tunteet ovat kannattajilla vielä enemmän pinnassa, sillä he ikään kuin edustavat siellä Suomea, aivan kuten maajoukkuekin. Tutkimukseni kannattajille on ulkomailla pelattava ottelu tietenkin oleellinen syy lähteä matkaan. Leppäniemi (2011, 15, 60) tuo pro gradu -tutkielmassaan esiin ajatuksen, jonka mukaan motivaatiot ja syyt osallistua urheilumatkalle ovat kuitenkin myös moninaisia ja että ottelumatkoille osallistutaankin osin muista syistä, kuin maajoukkueen urheilullisesta menestyksestä. Tutkimukseni perusteella voin todeta, että osalla kannattajista itse matkustaminen on yksi tärkeä syy kuulua Suomen maajoukkueen kannattajiin. Omien kokemusteni perusteellakin voin todeta, että on kiehtovaa päästä matkustamaan maajoukkueen otteluihin johonkin vieraaseen kohteeseen, johon ei välttämättä muuten tulisi koskaan mentyä. Maajoukkueen kannattajayhdistyksen voidaan nähdä toimivan myös eräänlaisena matkatoimistona, sillä se

auttaa kannattajia hankkimaan ottelulippuja, antaa matkustusvinkkejä ja kokoaa paikan päällä kannattajia yhteen.

Kannattajien kokema yhteisöllisyys synnyttää varmasti jokaiselle kannattajalle asiantuntemusta jalkapalloon huolimatta aikaisemmasta kokemuspohjasta lajiin. Kannattajilla on katsomossa sama mielenkiinnon kohde, maajoukkue, jota opitaan tukemaan ja analysoimaan. Nämä tiedot ja taidot auttavat kannattajia saamaan otteluista helpommin nautintoa, joka yhdessä muiden kannattajien kanssa koettuna voi jopa purkaa tunne-elämän jännitteitä (Heinonen 2005, 52–55). Lavikaisen (2014, 16) mukaan kannattajayhdistykset ovat yksi keino paeta postmodernin yhteiskunnan juurettomuutta. Niissä korostuu elämyksellisyys, karnevalistisuus ja jaettuun oluen juomiseen liittyvä hedonismi; samanhenkisten seura ruokkii fanituksen sisältämää hurmiota ja auttaa pakenemaan arjesta. (Lavikainen 2014, 16.)

Juuri näin tutkimukseni kannattajatkin ottelupäivän kokevat. Se on heille juhlapäivä, eräänlaista lomaa arkielämästä, joka vie vahvasti ajatukset pois muista asioista. Ottelupäivään valmistaudutaan huolellisesti yhdessä muiden kannattajien kanssa kokoontumalla jo hyvissä ajoin esimerkiksi oluen äärelle ruotimaan tulevaa ottelua ja vastaavasti jälkeinpäin spekuloidaan tulosta. Alkoholilla ja urheilullahan on todettu olevan samanlaisia vaikutuksia kuten rentoutuminen ja huvittelu ja siksi ne sopivat niin hyvin yhteen synnyttäen voimakasta yhteisöllisyyttä ja vapauttaen arkielämän ahdistuksista (Heinonen & Godenhjelm 2000, 26). Toki haastatteleman kannattajien mukaan yhteisöllisyys syntyy enemmänkin itse ottelun ympärille ja ottelu halutaan nähdä selvin päin ilman, että alkoholi näyttelee niin suurta roolia. Otteluissa ja sen ympärille rakentuvissa olosuhteissa alkoholia on kuitenkin aina tarjolla, joten se liittyy silti jollain tapaa myös maajoukkueen kannattajien yhteisöllisyyden ja sosiaalistumisen syntyyn. Edellytys sille se ei silti missään nimessä näyttäisi olevan.

Maajoukkueen kannattajatoiminta antaa mahdollisuuden toteuttaa myös itseään yhdistystoiminnassa. Tutkimukseni mukaan idean vieminen kannattajayhdistyksen hallituksen käsiteltäväksi saattaa johtaa jopa siihen, että kannattaja ajautuu yhdistyksen hallituksen jäseneksi ja alkaa toimia vapaaehtoisesti maajoukkueen kannattajien eteen yhä aktiivisemmin. Näkisin tämän myös yhtenä mahdollisuutena löytää itselle uusi, intohimoinen harrastus, jonka kautta pääsee irtautumaan arkielämän rutiineista.

Suomen maajoukkueen kannattajat kokevat siis olevansa tiivis yhteisö, jossa pääsee irtautumaan arjesta kannattamalla maajoukkuetta valitsemallaan tyylillä. Ottelua seurataan rauhallisemmin ja keskittyneesti analysoiden tai karnevalistisista piirteistä nauttien taputtaen ja laulaen. Uusi, nuorempi kannattajasukupolvi pyrkii luomaan stadioneille positiivista tunnelmaa ja vaikuttamaan ottelutapahtumaan (Heinonen 2002). Tutkimukseni kannattajista osa kokee voitansa vaikuttaa jopa ottelun lopputulokseen, jos maajoukkueen kannattajat panostavat näkyvään ja kuuluvaan kannattamiseen koko ottelun ajan. Tämän voidaan nähdä vaikuttavan pelaajiin siten, että he antavat otteluissa ikään kuin kiitoksen kannattajille yrittämällä vielä enemmän. Osa haastattelemistani kannattajista taas oli enemmänkin sitä mieltä, että ottelun tuloksen kannalta kannustamisella ja katsomokäyttäytymisellä ei ole mitään merkitystä vaan vaikutus kohdistuu muihin katsojiin, joille halutaan saada elämyksellinen ja positiivinen kokemus ottelutapahtumasta huolimatta ottelun lopputuloksesta. Tämä jos mikä voidaan nähdä erittäin positiivisena asiana, jota maajoukkueen kannattajat edistävät. Suomalaiset eivät sosiologi Harri Heinosen (2013) mukaan ole urheiluhullua vaan menestyshullua kansaa (Perttu Häkkinen 2013). Tätä myyttiä maajoukkueen kannattajat pyrkivät kuitenkin selvästi kumoamaan, sillä maajoukkueen menestys on varsin vaatimatonta suhteutettuna kannattajien aktiivisuuteen ja uskollisuuteen.

Positiivinen ja näkyvä kannattajatoiminta on saanut myös paljon positiivista huomiota mediassa viime aikoina. Sekä pelaajat että valmentajat ovat kiitelleet maajoukkueen kannattajien aktiivista toimintaa ottelutapahtumissa ja kokevat kannattajista olevan heille paljon hyötyä. Tutkimukseni kannattajat olivat tyytyväisiä saamaansa mediahuomioon ja kokivat siitä jonkinlaista ylpeyttäkin. Toisaalta se tuntuu myös jo arkipäiväiseltä heille, sille toimittajien kiinnostus on kasvanut välillä jo niin suuriin mittoihin, että haastattelupyyntöjä joudutaan jakamaan kannattajayhdistyksen hallituksen jäsenien välillä. Mediahuomiota ei myöskään tietoisesti haluta enää välttämättä lisätä, mutta hyvin tehdystä kannattajatyöstä tiedetään tulevan automaattisesti myös paljon huomiota aina ulkomaita myöden. Juuri ulkomailta suomalaisten kannattajien toiminta nähdään erityisen positiivisena, sillä haastattelemien kannattajien mukaan suurella joukolla liikkuvat maajoukkueen kannattajat ihmetyttävät ulkomaisia paikallisia ihmisiä rauhallisella käytöksellään ilman järjestyshäiriöitä. Tämän olen itsekin omakohtaisesti ulkomaille suuntautuneilla kannattajareissuilla kokenut.

Suomen maajoukkueen kannattajien toiminta on siis vahvassa myötätulessa. Kausikortteja on myyty käynnissä oleviin EM-karsintoihin kannattajien katsomonsaan, Pohjoiskaarteseen, yli 1400 ja jäsenmäärä on tänä vuonna jo yli 2500 (Suomifanit 2014). Sosiaaliset elementit nousevat tärkeään rooliin puhuttaessa suomalaisen jalkapallon kannatuskulttuurin kehityksestä. Se yhteenkuuluvuuden tunne ja ryhmähenki, mikä maajoukkueemme peleissä vallitsee, on jotain ainutlaatuista. Tietty yhteisöllisyys lisääntyy, kun samat ihmiset alkavat käydä entistä vakiintuneemmin peleissä ja toteuttavat positiivista ja aktiivista kannattamista. Se rekrytoi lajin seuraajien pariin varmasti lisää uusia katsojia. Ilmiselvästi heitä on paljon, mutta maajoukkue tarvitsisi vain ison onnistumisen. Tämä voisi herättää monen suomalaisen jalkapallokannattajan mielenkiinnon ja suomalainen jalkapallo voisi saada lisää arvostusta ja se koettaisiin viehättävämmäksi. Näinhän on käynyt jo aikaisemmin seurajoukkueetasolla, esimerkiksi vuonna 1998, kun Helsingin jalkapalloseura raivasi Mestarien liigaan. Tuolloin HJK:n kotiottelut olivat yleisömenestyksiä ja lumiselle olympiastadionille saapui tuhansittain yleisöä ympäri Suomen. Helsingin jalkapalloseurasta tuli mediankin mukaan ”koko Suomen juttu” ja Mestarien liigassa saavutettu menestys näkyi kannattajien äänekkäässä ja positiivisessa käyttäytymisessä vielä pitkään HJK:n kansallisissa otteluissa. (Lehtola, Pakkanen, Riihilahti & Tiittula 1999.) Samansuuntainen buumin poikana saatiin aikaan myös maajoukkuetta koskien vuoden 2013 maaliskuussa, kun Suomi haki tasapelisteen kuluva vuosikymmenen alun suvereenilta jalkapallovaltiaalta Espanjalta. Se toi Suomen maajoukkueelle sekä etenkin kannattajille runsaasti positiivista huomiota, olihan heitä matkustanut Espanjan Gijoniin toistatuhatta. Tämä näkyi heti seuraavassa kotiottelussa 25 000 katsojan yleisömääränä, vaikka vastassa oli vain lajin pikkumaa Valko-Venäjä.

Mielestäni maajoukkueen kannattajat on hieno esimerkki siitä, miten omasta intohimosta ja mielenkiinnon kohteesta voi parhailaan tehdä itselleen sosiaalisesti rikkaan harrastuksen. Samanhenkisten ihmisten kanssa koetut onnistumiset, pettymykset sekä ilon ja surun tunteet kasvattavat ihmistä henkisesti ja tuovat virkistystä elämään. Näkisin tässä mahdollisuuden myös kouluille ja muille kasvatusympäristöille. Voivatko opettajat, ohjaajat ja valmentajat ohjata lapsia ja nuoria tykkäämänsä tai harrastamansa lajin pariin katsojiksi ja sitä kautta kannattajiksi? Nykyään kannattaminen on parhaimmillaan aktiivista, sosiaalista ja vastuullistakin toimintaa. Kaikista lapsista ja nuorista ei tule lajinsa ammattilaisia tai he eivät edes jatka lajinsa parissa aikuisikään saakka. Tykkäämänsä lajin parissa voisi kuitenkin pysyä myös toisella tapaa osallistumalla eli kannattajuudella.

Suomalaista jalkapallokannattajuutta ja maajoukkueen kannattajia voisi vielä lähestyä tutkimuksen muodossa monelta eri suunnalta ja toivonkin tämän tutkimuksen lisäävän mielenkiintoa aihetta kohtaan. Tämän tutkimuksen toteuttaminen oli minulle henkilökohtaisesti erittäin mieluisa ja mielenkiintoinen projekti. Informaatiota oli saatavilla iso määrä ja muuttelin tutkimuksen suuntaviivoja alkuvaiheessa useaan otteeseen, sillä eteen tuli monta mielenkiintoista näkökulmaa lähestyä jalkapallokannattajuutta. Päädyin kuitenkin keskittymään tutkimuksessani maajoukkueen kannattajiin, sillä tässä kannattajayhteisössä mukana ollessani olen päässyt havainnoimaan läheltä kannattajatoiminnan hienoja piirteitä, joita halusin tuoda lukijoille tietoon tämän tutkimuksen avulla. Tutkimusmenetelmäksi valitsemani teemahaastattelun sijaan olisin voinut toteuttaa tutkimukseni myös kyselylomakkeella. Sen avulla olisin pystynyt tavoittamaan suuremman tutkimusjoukon ja saamaan varmasti vielä monipuolisempaa aineistoa analysoitavaksi. Koska tavoitteenani ei ollut kuitenkaan yleistää tuloksia vaan päästä käsiksi syvemmin tutkittavaan ilmiöön, niin näkisin että haastattelu oli tässä tutkimuksessa toimiva menetelmä. Haastattelu antoi mahdollisuuden jatkokysymyksiin ja vastausten tarkentamiseen sekä haastateltavan kehonkielen tulkintaan. Toisaalta teemahaastattelussa saattoi olla vaarana että tutkijana johdattiin haastateltavat liian aikaisin valitsemiini teemoihin ja haastateltavat antoivat minulle vastauksia, joita olettivat minun haluavan. Uskon kuitenkin, että huolellisesti valitsemani teemat sekä rento haastattelutilanne tekivät haastatteluista luotettavia.

LÄHTEET

- Andersson, T. & Radmann, A. 1998. Football fans in Scandinavia: 1900–97. Teoksessa A. Brown (edit.) *Fanatics! Power, identity & fandom in football*. London: Routledge. 141–157.
- Crawford, G. 2004. *Consuming sport. Fans, sport and culture*. London: Routledge.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.
- Heinilä, K. 1985. Penkkiurheilun viehätys. Teoksessa A.O. Arponen & O. Pekkanen (toim.) *Urheilun tulevaisuus*. Helsinki: SVUL. 77–84.
- Heinonen, H. 2002. Finnish Soccer Supporters Away from Home: A Case Study of Finnish National Team Fans at a World Cup Qualifying Match in Liverpool, England. *Soccer & Society*. Volume 3, Issue 3, 2002.
- Heinonen, H. 2005. *Jalkapallon lumo. Tutkimus suomalaisesta Everton faniudesta*. Jyväskylä: Gaudeamus.
- Heinonen, H. & Godenhjelm, P. 2000. *Ohranjyvä silmässä: suomalaiset urheiluyhteisöt ja alkoholi*. Jyväskylä: Kopijyvä Oy.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. *Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. *Tutki ja kirjoita*. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Itkonen, H. & Nevala, A. 2007. *Kuningaspelin kentät*. Helsinki: Gaudeamus.
- KIHU. 2013. *Huippu-urheilun faktapankki*. Viitattu 23.11.2013.
<http://www.kihu.fi/faktapankki/lisenssit/>
- Kiviniemi, K. 2010. Laadullinen tutkimus prosessina. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin*. Jyväskylä: PS-kustannus, 70.
- Kokkonen, J. 2014. *Penkkiruheilusta fanitoimintaan. Urheilun fanikulttuuri*. Verkkojulkaisu. *Urheiluidolit-hanke. Urheilumuseot idolien ja fanien jäljillä*.
http://issuu.com/urheiluidolit/docs/fanikulttuuri_verkkojulkaisu, 6–9.
- Kuper, S. 2000. *Matka pallon ympäri*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Nemo.
- Kuusinen, S. 2013. *HUSE! Suomen maajoukkueen kannattajat Ry:n jäsenlehti*. 2/2013.
- Laine, T. 2001. Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin*. Jyväskylä: PS-kustannus, 26–43.

- Lavikainen, J. 2014. Suomalaiset ja englantilainen jalkapallo – Vuosikymmenien traditio. Urheilun fanikulttuuri. Verkkojulkaisu. Urheiluidolit-hanke. Urheilumuseot idolien ja fanien jäljillä.
http://issuu.com/urheiluidolit/docs/fanikulttuuri_verkkojulkaisu, 12–17.
- Lehtola, E, Pakkanen, M., Riihilahti, A. & Tiittula, M. 1999. HJK Mestarien liigassa. Juva: WSOY.
- Leppäniemi, J. 2011. Jalkapallomatkalla brändiyhteisönä – Sisällönanalyysi Suomen maajoukkueen kannattajayhteisön matkakeskustelusta. Lapin yliopisto. Yhteiskuntatieteiden tiedekunta. Pro gradu -tutkielma.
- Marjamaa, T. 2007. Kotimaisen jalkapallon mielikuvat, niiden hallinta ja vaikutukset. Helsingin yliopisto. Markkinoinnin ja johtamisen laitos. Pro gradu -tutkielma.
- Palloliitto. 2013. Uutiset. Miesten Ykkösen yleisömäärät vahvassa nousussa. Viitattu 23.11.2013. <http://www.palloliitto.fi/uutiset/miesten-ykkosen/miesten-ykkosen-yleisomaarat-vahvassa-nousussa>
- Peltonen, T. & Sarelius, J. 2012. Veikkausliigan tarinat ja sankarit. Saarijärvi: Markkinointiviestintä Käki.
- Perttu Häkkinen. 12.11.2013 Radio YLE Puhe. Toimittaja Perttu Häkkinen.
- Pyykkönen, T. 2003. ”Ihanaa katsojat, ihanaa!”. Liikunta & Tiede 5-6/2003, 46-48.
- Sarelius, J. 2013. Litmasen teesit suomifutikseen. 90min. 3/2013. 7–8.
- Sundqvist, K. 2013. Brittifutista Sundqvistin mitalla. Gijon 3/3, Hyvä kello kauas kuulukoon. Viitattu 23.11.2013. <http://blogit.hs.fi/sundqvist/2013/04/03/gijon-33-hyva-kellokauas-kuulukoon/>
- Suomen maajoukkueen kannattajat Ry. 2013. Toimintakertomus 2012. 16.2.2013. Helsinki.
- Suomen maajoukkueen kannattajat Ry. 2013. Toimintasuunnitelma 2013. 16.2.2013. Helsinki.
- Suomifanit 2013. Suomen maajoukkueen kannattajat. Yhdistys. Viitattu 23.11.2013.
<http://www.suomifanit.com/pages.php?page=yhdistys&osCsid=908e41b56b3dc4abb68a3aaeae75c717>
- Suomifanit 2014. Suomen maajoukkueen kannattajat. Yhdistys. Viitattu 5.11.2014.
<http://www.suomifanit.com/index.php?page=2>
- Syrjäjä, L., Ahonen, S., Syrjäläinen, E. & Saari, S. 1994. Laadullisen tutkimuksen työtapoja. Rauma: Kirjapaino West-Point Oy.

- Tikander, J. 2010. Traveller and fan identities of the Finnish football fans. Jyväskylän yliopisto. Liikuntatieteiden laitos. Master's Thesis.
- Toivonen, J. 2014. Urheiluidolit ja fanikulttuuri. Urheilun fanikulttuuri. Verkkojulkaisu. Urheiluidolit-hanke. Urheilumuseot idolien ja fanien jäljillä.
http://issuu.com/urheiluidolit/docs/fanikulttuuri_verkkojulkaisu, 4–5.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.
- Turtiainen, R. 2008. Aktiivisen urheilun kantapäillä. Fanaattisia mediaurheilun kuluttajia kategorioimassa. Teoksessa K. Nikunen (toim.) Fanikirja. Tutkimuksia nykykulttuurin fani-ilmiöistä. Vaajakoski: Gummerus Kirjapaino Oy, 43–71.
- Uusitalo, H. 1996. Tiede, tutkimus ja tutkielma. Johdatus tutkielman maailmaan. Juva: WSOY.
- Vasara, E. 2007. Jalkapallo – suojeluskuntajärjestön vieroksuma urheilumuoto. Teoksessa H. Itkonen & A. Nevala (toim.) Kuningaspelin kentät. Helsinki: Gaudeamus, 84–99.
- Veikkausliiga 2013. Tilastot kausi 2013. Viitattu 23.11.2013.
<http://www.veikkausliiga.com/Statistic.aspx?id=6>
- Villgren, M. 2007. Maajoukkueen kannattajat identiteettinsä rakentajina. Teoksessa H. Itkonen & A. Nevala (toim.) Kuningaspelin kentät. Helsinki: Gaudeamus, 155–165.
- YLE 2013. Urheilu. Jalkapallomaajoukkueen kannattajayhdistys hyvässä nosteessa. Viitattu 23.11.2013.
http://yle.fi/urheilu/jalkapallomaajoukkueen_kannattajayhdistys_hyva_nosteessa/6681539