

**”MITÄHÄN TEKEMISTÄ TÄLLÄKIN OLI URHEILUN KANSSA?” –
SUOMALAISEN JALKAPALLOKANNATAJAN MEDIAKUVA**

Hinni Hirvonen

Liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkielma
Liikuntatieteellinen tiedekunta
Jyväskylän yliopisto
Syksy 2022

TIIVISTELMÄ

Hirvonen, H. 2022. ”Mitähän tekemistä tälläkin oli urheilun kanssa?” – suomalaisen jalkapallokannattajan mediakuva. Liikuntatieteellinen tiedekunta, Jyväskylän yliopisto, liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkielma, 72 s.

Kansainvälisessä mediassa jalkapallofanit harvoin esiintyvät positiivisessa valossa. Kansainvälisissä jalkapallokannattajia käsittelevissä tutkimuksissa on havaittu, että media sortuu usein kannattajista kirjoittaessaan liioitteluun ja syylistämiseen ja antaa kannattajista melko yksipuolisen kuvan.

Tässä liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkielmassa tarkastellaan suomalaisten jalkapallokannattajien mediakuvaa kotimaisessa mediassa. Tutkimuksessa selvitetään, millaisia juttuja jalkapallokannattajista kirjoitetaan, missä yhteyksissä ja ketkä toimijat jutuissa pääsevät ääneen. Tutkimusaineisto koostuu Ilta-Sanomissa ja Helsingin Sanomissa 1.4.2018–1.11.2018 välisenä aikana julkaistuista suomalaisia jalkapallokannattajia käsittelevistä jutuista, jotka löytyivät myös medioiden verkkosivuilta. Ajankohta myötäili miesten kotimaisen pääsarjan Veikkausliigan kautta. Aineisto (n=35) on analysoitu sekä määrällisesti (sisällön erittely) että laadullisesti (sisällönanalyysi).

Tutkimusaineiston perusteella suomalaisten jalkapallokannattajien mediakuva on varsin negatiivinen ja jalkapallokannattajista kirjoitetaan lähinnä kriittiseen sävyyn. Aineistossa useimmiten esiin nousseet teemat olivat kannattajien syylistyminen rikoksiin sekä kannattajien aiheuttamat järjestyshäiriöt. Jutuissa ääneen pääsivät useimmiten poliisi tai seuran edustaja, joiden kommentit olivat toisinaan asenteellisia ja latautuneita. Aineiston perusteella kannattajilla ei juurikaan ole mahdollisuutta vaikuttaa siihen, miten heistä kirjoitetaan, sillä heidän ääntään ei jutuissa juuri kuultu.

Toisaalta miesten jalkapallomaajoukkueen kannattajien kohdalla media nosti esiin mielellään kannattajien luoman hyvän tunnelman. Siitä huolimatta myös miesten maajoukkueen ottelua ennakoitiin potentiaalisten järjestyshäiriöiden kautta. Tulokset myötäilevät kansainvälisiä tutkimuksia ja osoittavat, että media käyttää usein tuttua kehystä jalkapallokannattajista kirjoittaessaan.

Asiasanat: fani, kannattaja, yleisö, jalkapallo, media, urheilujournalismi

ABSTRACT

Hirvonen, H. 2022. "Mitähän tekemistä tälläkin on urheilun kanssa?" – suomalaisen jalkapallokannattajan mediakuva. Faculty of Sport and Health Sciences, University of Jyväskylä, Master's thesis, 72 pp.

In the international media, football fans rarely appear in a positive light. In various international studies, it has been found that the media often fall into exaggeration and blame when writing about the football fans and give a rather one-sided picture of them.

In this social sciences of sports master's thesis, the media image of Finnish football fans in the domestic media is examined. The research will examine what kind of stories are written about football supporters, in which contexts and which actors in the stories will be heard. The research material consists of stories about Finnish football fans published in *Ilta-Sanomat* and *Helsingin Sanomat* between April 1. 2018 and November 1. 2018, which were found as well on the websites of these medias. At the time, Finnish men's main league season was on. I analyzed the data (n=35) both quantitatively and qualitatively.

Based on research data, the media image of Finnish football supporters is quite negative, and the media mostly writes about football fans in a critical tone. The themes that came up most often in the data considered supporters committing crimes and causing disorder. Most often the ones who got to speak out were the police or a representative of the club, whose comments were sometimes prejudiced and emotionally loaded. Based on data, the supporters have little to no chance to influence how they appear in the media because their voices were hardly heard in the stories.

On the other hand, in the case of the supports of the men's national football team, the media was happy to highlight the good atmosphere created by the supporters. Nevertheless, the match of the men's national team was also predicted through potential disorder. The results of this study follow the results of the international studies and show that the media often use familiar frame when writing about football supporters.

Key words: fan, supporter, audience, football, media, sports journalism.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

1 ALOITUSPOTKU.....	1
2 FANI VAI KANNATTAJA – SELONTEKOA KÄSITTEISTÄ	6
2.1 Faneja vai kannattajia?	6
2.2 Jalkapallohuliganismi	9
2.3 Huligaani vai riskikannattaja?	12
3 JALKAPALLON JA SEN KANNATTAJIEN HISTORIASTA	13
3.1 Työväen pelistä kaupalliseksi viihteeksi	13
3.1.1 Toinen siistiminen	16
3.1.2 Jalkapalloillistuminen.....	17
3.2 Jalkapallo rantautuu Suomeen	19
3.2.1 Jääkiekon luvattu maa	20
3.2.2 Jalkapallon suosioita jarruttavia tekijöitä Suomessa	21
3.2.3 Yksilöurheilun tyssija.....	23
3.3 Pohjoismaisen jalkapallokannattajakulttuurin historiasta	25
3.4 Suomalaisista jalkapalloyleisöistä	26
3.5 Jalkapallohuliganismi Pohjoismaissa	27
4 URHEILUJOURNALISMISTA, MEDIASTA JA SEN TOIMINTAMALLEISTA	30
4.1 Journalismi ja urheilujournalismi	30
4.2 Urheilujournalismin erityispiirteet	30
4.3 Viihteellisempää sisältöä	31
4.4 Kehykset auttavat toimittajaa	32

5 YLEISÖ URHEILUJOURNALISMISSA JA TUTKIMUSKOHTENA	36
5.1 Yleisö mediatutkimuksessa	36
5.2 Yleisö urheilumediassa.....	37
5.3 Media mielikuvien luojana	37
6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	40
6.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset	40
6.2 Tutkimusaineisto	41
6.2.1 Helsingin Sanomat ja Ilta-Sanomat	42
6.2.2 Aineiston valinta.....	43
6.3 Metodologiset ratkaisut	45
6.3.1 Sisällön erittely	46
6.3.2 Sisällönanalyysi	47
7 TULOKSET	49
7.1 Aineiston määrällinen tarkastelu	49
7.1.1 Juttujen määrä.....	49
7.1.2 Juttutyypit	49
7.1.3 Jutuissa esiin nousseet kannattajaryhmät	51
7.1.4 Juttujen lähteet.....	52
7.1.5 Juttujen kuvitus.....	53
7.2 Aineiston laadullinen tarkastelu	55
7.2.1 Kriittinen puhetapa	55
7.2.2 Raportoiva puhetapa.....	57
7.2.3 Kommentoiva puhetapa.....	57
8 POHDINTA.....	60

8.1 Keskeisimmät tulokset ja pohdinta.....	60
8.2 Tutkimuksen arviointi ja luotettavuus	63
8.3 Jatkotutkimusehdotukset	65
LÄHTEET	67

1 ALOITUSPOTKU

Ensikosketukseni jalkapalloon sain Töölön pallokentällä, kun isä antoi toisinaan äidille pari tuntia vapaa-aikaa ottamalla minut mukaan kentän laidalle seuraamaan kotimaan jalkapalloliigaa. Vaikka viisivuotias mieleni oli enemmän kiinnostunut jäätelöstä ja katsomon portaikossa kiipeilyssä kuin itse pelistä, viehätyin jo tuolloin ottelutapahtumien tunnelmasta – jopa niin paljon, että kun isäni ei syystä tai toisesta suostunut ottamaan minua mukaan HJK:n Mestarien liigan karsintaotteluun vuonna 1998 ranskalaista Metzsiä vastaan, revin jääkaapin ovesta säilytetyn lipun palasiksi. Lopulta sinne ei mennyt perheestämme kukaan.

Kiinnostus urheilu- ja jalkapallokulttuuria kohtaan vei minut sittemmin vaihtoon länsinaapuriin. Ruotsissa kannattajat katsomossa olivat selvästi suomalaisia intohimoisempia ja kannatuslaulut raikuivat läpi ottelun tuloksesta huolimatta.

Tukholman työvisiitin kautta päädyin kevääksi Malmöön, jossa sain opiskella tässä gradussanikin siteeraamani tutkija- ja yliopisto-opettaja Torbjörn Anderssonin alaisuudessa jalkapallososiologiaa. Ruotsissa vietetty parivuotinen osoittautui gradukirjallisuutta läpikäydessä hyödylliseksi, sillä kannattajakulttuuria on tutkittu huomattavasti enemmän länsinaapurissa, jossa sillä on huomattavasti pidemmät perinteet.

Vuosien varrella olin huomannut, että jalkapallokannattajat harvemmin esiintyivät mediassa positiivisessa valossa. Väitöskirjassaan suomalaisia Valioliigaseura Evertonin jalkapallokannattajia tutkinut Harri Heinonen (2002, 15) huomauttaa, että julkisuudessa faniutta on usein lähestytty ainoastaan huliganismin ja järjestyksen ylläpidon käsitteiden kautta. Tällöin kannattajakulttuuri ja kannattamiseen liittyvä intohimo jäävät kuitenkin paitsioon. Helsingin IFK:n noustua Veikkausliigaan kaudeksi 2015 HJK:n ja HIFK:n väliset Stadin derbyt täyttivät pitkästä ajasta kotimaan katsomot, mutta mediassa huomio kiinnittyi ennen kaikkea kannattajien välisiin kärhämiin.

Myös tutkijoiden kiinnostus jalkapalloyleisöä kohtaan kasvoi nimenomaan jalkapallohuliganismin yleistymisen myötä. Vielä 1960-luvulla tutkijoita kiinnosti ennen kaikkea kannattajien käyttäytyminen psykologisesta näkökulmasta, mutta sittemmin myös median vaikutusta ilmiön yleistymiseen on tutkittu. (Radmann 2015, 25; Tsoukala 2009, 14)

Tutkijat keskittyivät tarkastelemaan kannattajia muusta yhteiskunnasta erillisenä ryhmänä, mikä johti Aage Radmannin (2010) mukaan siihen, että he keskittyivät lähinnä ampumaan alas toisten tutkijoiden kehittämiä selityksiä. Kansainväliset jalkapallohuliganismia- ja kannattajuutta koskevat tutkimukset sijoittuvat lähinnä kolmelle kentälle: psykologian, antropologian sekä sosiologian alat ovat suosituimpia. Myös kriminologiassa ja historiassa on tutkittu huliganismia. (Radmann 2010, 24–26)

Journalistiikkaa yliopistossa vuosia opiskelleena ja humanististen tieteiden kandidiksi valmistuneena sekä vuosia urheilutoimittajan työskennelleenä ensin STT:llä ja sittemmin Ylen urheilutoimituksessa tiedostan median tärkeän roolin mielikuvien muokkaajana. Jokainen juttu on loppupeleissä toimittajien omien valintojen tulos. Ei ole yhdentekevää, mikä näkökulma valitaan ja kenet päästetään ääneen. Jo se on valinta, mitkä jutut tehdään ja mitkä jätetään tekemättä. Toisaalta myös omasta toimittajakokemuksestani tiedän hyvin, että usein kiire pakottaa tekemään helppoja valintoja. Sen vuoksi jutut muistuttavat usein toisiaan ja haastateltaviksi päätyvät aina samat, tutut, monesti miespuoliset asiantuntijat. Otteluraportit toistavat toisiaan ja kulmat ovat usein samoja. Tutkijat ovatkin syyttäneet urheilujournalismia kaavamaisuudesta (esim. Heinilä 2000; Laine & Välimäki 2012).

Harri Heinonen ja Petri Godenhjelm (2001, 11) totesivat intohimoisen urheilun seuraamisen lisääntyneen merkittävästi Suomessa jo 2000-luvun alussa. Tästä huolimatta aihetta ei Suomessa ole tutkittu muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta. Esimerkiksi 2000-luvun alkupuolella Suomen maajoukkueen kannattajat olivat kiinnostava tutkimuskohde kotimaisten seurojen kannattajien yhä jäädessä paitsioon. Kädenojennuksia on kuitenkin tehty pro gradu -tutkielmien muodossa. Esimerkeiksi soveltuvat Veikkausliigan nykyisen toimitusjohtaja Timo Marjamaan *Kotimaisen jalkapallon mielikuvat, niiden hallinta ja vaikutukset* vuodelta 2007, Joonas Kettusen *Maskuliinista karnevaalia vai turvallisuutta tunnelman kustannuksella*

vuodelta 2015, Juho Aution ”*Sinne on pakko päästä... purkaa niitä tunteita.. ja elää sen matsin mukana*”: jalkapallon miesten Veikkausliigaseura VPS:n kannattajaksi valikoituminen ja kannattajuuden rooli osana identiteettiä vuodelta 2017 sekä Ville Kujanpään vuonna 2006 valmistunut *Jalkapallohuliganismi – Ilmiön selitykset ja näkyminen mediassa*.

Töiden takia erittäin pitkäksi venyneen kirjoitusprosessini aikana valmistuivat myös Esko Riikosen *Hulinointia ja veljeyttä – jalkapallohuliganismi Suomessa* (2019) sekä samana vuonna julkaistu Miira Kuvajan *Feeling Insecure? Stadin derby – football hooligans, spectators, bystanders and general public*.

Kansainvälisestä näkökulmasta suomalaisten urheiluyhteisöjen tutkimus on joka tapauksessa hyvin vähäistä. Heinosen ja Godenhjelmin (2001) mukaan syynä on se, että Suomessa yleisön käytös ja katsomoturvallisuudesta huolehtiminen eivät ole nousseet ongelmallisiksi. Myös yleisömäärät ovat pysyneet muuhun maailman verrattuna hyvin maltillisina. Suomessa ei myöskään ole sattunut katsomoturvallisuuden laiminlyönnistä johtuneita onnettomuuksia eikä esiintynyt jalkapallohuliganismiin verrattavaa katsomoväkivaltaa. (Heinonen & Godenhjelm 2001, 8)

Jalkapallokannattajat eivät ole juurikaan kiinnostaneet tutkijoita Suomessa, mutta toisaalta myöskään urheilujournalismia ei ole, ainakaan aiempina vuosina, pidetty kovin antoisana tutkimuskohteena; siitäkään huolimatta, että urheilusivut ovat usein sanomalehtien suosituinta sisältöä. Rod Brookesin (2002, 22) mukaan urheilujournalismin suosiota ja toisaalta sen tutkimuksen vähäistä määrää on usein selitetty viihteellisyydellä, minkä vuoksi tutkijat eivät ole arvostaneet sitä kovin korkealle.

On syytä huomata, että Heinosen ja Godenhjelmin havainnot ovat 20 vuotta vanhoja. Esimerkiksi suuria kansainvälisiä jalkapallo-otteluita on sittemmin pelattu myös Suomessa. Niihin ei ole liittynyt suuria järjestyshäiriöitä, toisin kuin tiettyjen kotimaisten seurajoukkueiden kannattajien välisiin yhteydenottoihin. Etenkin paikalliskamppailujen yhteydessä virkavalta ja järjestyksenvalvojat ovat paikoitellen puuttuneet myös kannattajien

käyttäytymiseen, ja Palloliitolla ja kannattajilla on ollut erimielisyyksiä katsomoturvallisuuteen liittyvien tekijöiden suhteen esimerkiksi suurten katsomolakanoiden käytöstä.

Heinonen ja Godenhjelm (2001, 8–9) nostavat esiin tavan käsitteellistää yleisöä ja urheilun seuraamista: siinä missä Suomessa liikunnan harrastaminen ja urheilu on nähty reippaana, kunnollisuutta ja terveyttä edistävänä toimintana, urheilun seuraaminen on mielletty passiiviseksi ja terveellisen osallistumisen vastakohtaksi. Esimerkiksi Kalevi Heinilä (1985) kutsui lähes 40 vuotta sitten kilpaurheilun sivustaseuraamista loisilmiöksi. Tällöin penkkiurheilun ajateltiin vieroittavan oikeasta urheilemisesta, vääristävän urheilun perusluonnetta sekä edustavan ala-arvoista vapaa-ajan viettoa. Erityisen laiskistavana ajanvietteenä on pidetty television välityksellä seurattua kilpaurheilua (Heinonen 2000, 340).

Nykyään urheiluviihdettä on kuitenkin vaikea kuvitella ilman katsomossa tapahtumaan aktiivisesti osallistuvia faneja. Esimerkiksi televisiosta ottelua seurattaessa ero on huomattava, mikä tuli selväksi etenkin koronaviruspandemian aikana, kun otteluita on pelattu jättimäisillä stadioneilla ilman yleisöä.

Ehkä tutkimukseni kannalta merkittävin huomio kannattajakulttuurin kontekstissa on kuitenkin se, että niin yleisö, päättäjät kuin poliitikotkin saavat suurimman osan tiedostaan median välityksellä (ks. Radmann 2012, 99). Tämä vaikuttaa paitsi säädettäviin lakeihin myös ihmisten eli potentiaalisen yleisön kuvaan jalkapallokannattajista ja ottelutapahtumasta. Siksi on tärkeää tutkia, ketkä toimijat pääsevät ääneen ja millaista viestiä media jalkapallokannattajista ja jalkapallokannattamisesta välittää.

Tässä tutkimuksessa avaan ensin fanin, kannattajan ja huligaanin käsitteitä sekä niiden välisiä eroja, jonka jälkeen perehdyn jalkapallon ja jalkapallokannattamisen historiaan. Sen jälkeen kuvailen urheilujournalismin ja median toimintaperiaatteita. Tutkimukseni aineisto koostuu Helsingin Sanomissa ja Ilta-Sanomissa vuonna 2018 julkaistuista jalkapallokannattajia koskevista artikkeleista, joita analysoin määrällisesti ja laadullisesti. Tutkimukseni pyrkii vastaamaan kolmeen kysymykseen: millainen on suomalaisen jalkapallokannattajan

mediakuva, mitkä seurat nousevat jutuissa esiin ja ketkä toimijat pääsevät jalkapallokannattajia koskevissa jutuissa ääneen?

2 FANI VAI KANNATTAJA – SELONTEKOA KÄSITTEISTÄ

Jalkapallokannattajakulttuurin kontekstissa ei ole yhdenmukaista, puhutaanko kannattajasta, fanista vai huligaanista. Jokaiseen käsitteeseen liittyy tietynlaisia mielikuvia, joista osa voi olla päällekkäisiä. Mielikuvat voivat erota toisistaan riippuen siitä, keneltä kysyy, sillä kaikki eivät assosioi jalkapallokannattajaa samalla tavalla.

Mediassa huonosti käyttäytyviä kannattajia kutsutaan usein huligaaneiksi ja jalkapallohuliganismista puhutaan kaiken häiriökäyttäytymisen kohdalla. Tutkimukseni kannalta on siksi tärkeää avata niin fanin, kannattajan kuin huliganismin käsitteitä sekä pohtia niiden välisiä eroja. Aiemmissa aiheesta tehdyissä kansainvälisissä tutkimuksissa on havaittu, että media nimittää mielellään kaikkia jalkapallossa tapahtuneita järjestyshäiriöitä huliganismiksi, joten siksi on tärkeää avata myös huliganismin käsitettä.

2.1 Faneja vai kannattajia?

Kielitoimiston sanakirjan (2018) mukaan fani viittaa ihailijaan tai innokkaaseen kannattajaan. Fani on lyhenne englanninkielisestä sanasta fanatic. Fanaatikon etymologisenä kantasanana pidetään taas latinan termiä ”fanaticus”, jolla viitataan palavasti haltioituneeseen ja raivokkaaseen henkilöön sekä jumalallisen inspiraation vallassa olemiseen (Heinonen 2005, 28).

Heinosen (2002) mukaan Suomessa fanin käsite on neutraali, ja fania käytetään usein niin harrastajan kuin yleisönkin synonyymina. Jalkapallo-etuliite tuo sanalle aivan toisenlaisen kaiun, sillä jalkapallofani mielletään helposti huligaaniksi. (Heinonen 2002, 16)

Heinonen nostaa kuitenkin esille termin kaksijakoisuuden ja ristiriitaisuuden: toisaalta fanilla viitataan jostain populaarikulttuurin elementistä pitämiseen, mutta toisaalta se voi muuttua jopa identiteettiä ja arkista elämää määrääväksi. Käsitteeseen liittyy myös tietynlainen keveys, ja sillä voidaan viitata myös ylipäätään populaarikulttuurin yleisöön. Etenkin urheilumediassa

faniksi nimitetään henkilöitä, jotka istuvat katsomossa tai seuraavat televisiosta jotakin urheilutapahtumaa. Fanius ei ole staattista, vaan sen voi nähdä tietynlaisena jatkumona, jonka toisessa päässä on melko passiivinen urheilun kuluttaminen ja toisessa aktiivinen merkitysten tuottaminen sekä muokkaaminen. (Heinonen 2005, 29, 241)

Richard Giulianotti (2002) luokittelee kannattajat neljään kastiin: *kannattajiin*, *seuraajiin*, *faneihin* sekä *kuljeskelijoihin*. Keskeiset erottavat tekijät tässä kannattajatutkimuksissa käytetyssä mallissa liittyvät henkilön sitoutuvuuteen suosikkiseuraansa nähden sekä seuran merkitykseen henkilön identiteetin rakentajana. (Giulianotti 2002, 33–34)

Kaikista sitoutuneimpia ovat kannattajat, joihin kannattajan identiteetti on juurtunut. Kannattajien ja seuran välinen suhde muistuttaa läheisten perheenjäsenten ja ystävien suhdetta: esimerkiksi stadionia nimitetään kodiksi. Seura nähdään symbolina, jonka äärelle yhteisö eli ydinfanit kerääntyvät. Tunnuksenomaista kannattajille on vahva paikallisuus ja perinteisyys, vaikka seura voi viehättää myös pois muuttaneita. Kannattajat eivät seuraa menestystä, vaan pysyvät seuran rinnalla niin myötä- kuin vastamäessä. Kannattajat laulavat kannatuslauluja läpi ottelun, ja heidän ihoonsa on usein tatuoitu seuran tunnus. Kannattajat pukeutuvat seuran väreihin myös ottelupäivien ulkopuolella. (Giulianotti 2002, 33–34)

Suomalaisten jalkapallokannattajuuden arvoihin, merkityksiin ja päämääriin perehtynyt Marko Kananen (2019) nimittää fanaattisimmiksi kannattajiksi paikalliskannattajia. Paikalliskannattajat sitoutuvat tukemaan paikallista seuraansa ja kokevat kannattamisen jopa velvollisuudeksi. Siihen liittyy kiinteästi paikallisen seuran toimintaan osallistuminen ja sen kautta myös suomalaisen jalkapallon kehittäminen. Kannattajuuden edellytyksenä on seuran ympärillä olevan paikallisyhteisön jäsenyys ja sen arkeen osallistuminen. (Kananen 2019, 68, 72–73)

Giulianottin (2002) jaottelussa seuraajat ihailevat joukkueen lisäksi pelaajia, valmentajia ja muita jalkapalloihmisiä. He ovat tietoisia seuran ja kannattajien identiteetistä, mutta identifioituvat itse jonkun median välityksellä. Seuraaja voi pitää joukkueesta tietyn historiallisen linkin kautta, esimerkiksi jos seura palkkaa hänen suosikkiseuransa valmentajan

tai pelaajan. (Giulianotti 2002, 35–37) Toisaalta myös vasemmistoanarkistinen saksalaisseura St. Pauli tai fasistisista kannattajistaan tunnettu italialaisseura Lazio voivat houkutella etäkannattajia myös poliittisista syistä. Seuraaja on kuitenkin tarpeeksi sisällä jalkapallokulttuurissa ymmärtääkseen, että tiettyjen seurojen yhdistäminen ei sovi.

Vain kuljeksijat voisivat Giulianottin (2002) mukaan hurrata samanaikaisesti esimerkiksi Manchester Unitedille ja Liverpoolille. Kuljeksijat ovat esimerkki postmodernista katsojasta, jonka identiteetti perustuu epätodellisiin, markkinavetoisten, virtuaalisten, mediavälitteisten suhteiden hankkimiseen. Kuljeksija on kiinnostunut kokemuksien keräämisestä ja kuljeksijan sosiaaliset käytännöt liittyvät pitkälti kuluttamiseen. Giulianottin mukaan todellinen jalkapallokuljeksija on kuluttaja, joka kuuluu pelkästään muiden kuljeksijoiden muodostamaan virtuaaliyhteisöön ja joka ikkunashoppailee eri seurojen välillä. Kuljeksijat harvoin tuntevat todellista ryhmätunnetta. (Giulianotti 2002 40–42) Tähän joukkoon lasketaan jalkapallon ystävät, joilla on yleensä varsin hyvin menestyvä suosikkijoukkue jokaisesta Euroopan suurliigasta. Giulianottin luokittelun viimeinen luokka on kenties selkein: fanit fanittavat tiettyä seuraa tai pelaajaa, yleensä tähtipelaajia.

Jalkapallon kaupallistumisen myötä pelaajat ja seurat ovat kasvattaneet etäisyyttään faneihin etenkin huippuliigoissa. Fanien suhdetta tähtipelaajiin, seuraan ja sen traditioihin sekä muihin faneihin säätelevät markkinajohtoiset suhteet. Fanin identifioituminen seuraan ja sen pelaajiin käy parhaiten tuotteita kuluttamalla, esimerkiksi fanitavaraa ostamalla tai johonkin televisioituun otteluun oikeudet ostamalla. Fani ymmärtää, että ammattiurheilussa vapaat markkinat määräävät ja että seuran menestys riippuu paljolti sen taloudellisesta tilasta. Jos seura epäonnistuu markkinalupauksessaan, esimerkiksi seuran brändin parantamisessa, fani voi siirtyä seuraamaan toista liigaa tai toista lajia saadakseen rahoilleen vastinetta. Jalkapallofanit muistuttavatkin poptähtien, näyttelijöiden ja mediapersoonien faneja. (Giulianotti 2002, 37–39) Faneiksi voidaan luokitella suomalaiset suurten eurooppalaisseurojen fanit, jotka seuraavat suosikkiseuransa otteita lähinnä television välityksellä ja pukeutuvat toisinaan seuran pelipaitaan.

Sami Kolamo (2018) käyttää hieman yksinkertaisempaa luokittelua, jossa hän jakaa fanit kahteen leiriin. Urheilun seuraavat ovat joko aitoja, todellisia faneja, jotka ovat sitoutuneita ja asiantuntevia hard core –faneja tai menestyjien perässä kulkevia kunnianmetsästäjiä eli glory huntereita. Fanin ja ei-fanin voi Kolamon mukaan erottaa tunneintensiteetin ja määrän perusteella. (Kolamo 2018, 191, 193)

Jalkapallokannattajien toisistaan käyttämiä nimityksiä pro gradu - tutkielmassaan tarkastellut Eino Lindberg (2017) havaitsee, että ainakin kotimaisessa jalkapallokannattajien internetkeskusteluryhmässä kannattajalla oli positiivinen kaiku, kun taas fania kuvailtiin osittain negatiivisessa valossa. Siinä missä kannattaja loi kulttuuria otteluissa, oli sitoutunut toimintaan ja seurasi suosikkijoukkuettaan satojen kilometrien päähän, fani lauloi kotona pelipaitaan pukeutuneena televisiolle. Kun kannattajiin liitettiin sitoutuneisuuden ja jatkuvuuden kaltaisia kuvia, faneihin yhdistettiin pinnallisen ja kaupallisen kaltaisia käsitteitä. Toisaalta osa ei näe käsitteiden välillä suurta eroa. (Lindberg 2017, 32–33)

2.2 Jalkapallohuliganismi

Kujanpään (2007) mukaan huliganismi on moniulotteinen ilmiö, joka kattaa kaikenlaisen kannattajien häiriökäyttäytymisen niin stadioneiden sisällä kuin ulkopuolellakin. Huliganismia on tavattu monissa muissakin urheilulajeissa, mutta jalkapallon kautta ilmiö tuli suurelle yleisölle tunnetuksi. (Kujanpää 2007, 147)

Huliganismin käsitteelle ei ole politiikan tai median käsitteiden kaltaista tarkkaa määritelmää, minkä vuoksi sen käyttö on huolettomampaa ja siihen usein viitataan kaikenlaisesta jalkapalloon liittyvästä puhuttaessa (Dunning ym. 2002, 1). Lisäksi määrittelyä vaikeuttaa se, että jalkapallokulttuuri muuttuu jatkuvasti, Dougie Brimsonin (2003) mukaan jopa viikoittain.

Laajassa merkityksessään huliganismi kattaa kaiken venäläisestä feministiryhmästä Egyptissä tapahtuneeseen poliittiseen väkivaltaan. Jalkapallokannattajakulttuuriin perehtynyt Radmann (2010) käyttää jalkapallohuliganismin määritelmässään apunaan Ruotsin rikostenehkäisyneuvosto Brå:n vuonna 2008 laatimaa määritelmää, jonka mukaan huliganismissa on kyse usein alkoholin tai huumeiden vaikutuksen alaisena tehdyistä

järjestyshäiriöistä. Niihin lasketaan esimerkiksi pyrotekniikan käyttö, esineiden heitto kentälle, kentälle ryntäämiset, stadionin sisällä tapahtuvat tappelut, stadionin ulkopuolella tapahtuvat tappelut, tappelut, jotka syntyvät matkalla otteluun tai sieltä pois sekä organisoidut tappelut kannattajaryhmien välillä. Rikosoikeudellisesta näkökulmasta huliganismin alle lasketaan niin yksityishenkilöihin kuin virkamiehiinkin kohdistuva väkivalta, vandalismi ja omaisuusrikokset, rasistiset huudot sekä väkivaltaiset mellakoinnit. Radmann lisää myös, että Ruotsissa ilmiö nivoutuu jalkapallon lisäksi jääkiekkoon ja jääpalloon. (Radmann 2010, 10–13, 15)

Huliganismista puhuttaessa on tärkeää muistaa, että eri maiden välinen vertailu on hankalaa, sillä ilmiö ymmärretään eri tavalla ja tilastot maiden välillä eroavat toisistaan merkittävästi. Esimerkiksi Saksassa vuoden 2006 MM-kisat määriteltiin melko rauhallisiksi, vaikka lähes 9 000 henkilöä pidätettiin. (Radmann 2010, 11–12) Suomen kohdalla asian tekee hankalaksi se, ettei termiä ole juuri suomalaisessa tutkimuskentässä määritelty. Koska ilmiö on suhteellisen marginaalinen Suomessa, herää median kiinnostus usein jo muutamien yksittäisten kannattajien hölmöilyssä ja nakkikioskimaiset nahistelut määritellään helposti jalkapallohuliganismiksi. Asiasta ei tee helpompaa, että lähes kaikki ilmiöön perehtyneet tutkijat ovat ensitöikseen todenneet, kuinka hankalasta ja laajasta käsitteestä on kysymys.

Anders Green (2010) on nostanut esiin käsitteen määrittelyä vaikeuttavia tekijöitä. Ensinnäkin jalkapallohuliganismin alle on monesti laskettu puhtaasti onnettomuuden seurauksena sattuneet tapahtumat, joista hän nostaa esiin esimerkiksi Bastiassa vuonna 1992 tapahtuneen katsomon romahtamisen. Toiseksi tavalliset suosikkijoukkueensa väreihin pukeutuneet jalkapallokannattajat sekoitetaan helposti huligaaneihin. Selkkaukset eivät kuitenkaan yleensä kohdistu satunnaisiin ohikulkijoihin vaan toisen kannattajaryhmän jäseniin ja niistä on sovittu ennalta. Mukaan tappeluihin ei siis päädy kuka tahansa ohikulkija vahingossa, ja usein tapahtumat sijoittuvat kauas stadioneista. (Green 2010, 100–101)

Heinonen (2005) huomauttaa, että kaikki häiriökäyttäytyminen ei ole huliganismia edes jalkapallossa. Käsite tarjoaa helpon ja hyvin stereotyyppisen tavan käsitteellistää jalkapalloon ja urheiluun liittyvää intohimoa, faniutta ja kulttuuria. (Heinonen 2005, 30)

Siinä, missä huliganismiin liittyy systemaattinen väkivalta ja vandalismi toisia kannattajaryhmiä vastaan niin stadioneilla kuin niiden ulkopuolellakin, on häiriökäyttäytyminen pelin jännitykseen liittyvää suunnittelematonta arjen normit ylittävää käytöstä joko stadionilla tai sen välittömässä lähiympäristössä. Häiriökäyttäytymiseen lukeutuu esimerkiksi esineiden heittäminen kentille, kentälle ryntäily, nujakointi, muiden katsojien, pelaajien ja tuomareiden ahdistelu ja omaisuuden turmelu. (Heinonen & Godenhjelm 2001, 32–33)

Se, mikä merkitsee toiselle hyvää tunnelmaa, voi toiselle näyttäytyä häiritseväksi, uhkaavana tai jopa pelottavana (Heinonen & Godenhjelm 2001, 33). Tämän ongelman kanssa on tasapainoiltu niin kotimaan kuin ulkomaankin kentillä.

Heinonen (2002) muistuttaa, että suurin osa faneista on tavallisia ihmisiä ja että urheilun seuraaminen kuuluu maamme suosituimpiin kansanhuveihin. Urheilutapahtumissa esiintyy aina huliganismia, mikäli käsitteellä viitataan arkisen käyttäytymisen ylittävään vallattomuuteen. (Heinonen 2002, 16)

Tore Brännbergin (2010, 56) mukaan media laskee huliganismiksi usein kaiken urheiluun liittyvän väkivallan lisäksi myös väkivaltaan rinnastettavat teot, esimerkiksi soihtujen polttamisen. Yksi syy puutteelliselle määrittelylle on, että eri ilmiön kanssa olevat tekijät, esimerkiksi journalistit, jalkapalloseurat tai sosionomit, suhtautuvat kaikki siihen omasta näkökulmastaan. He eivät edes yritä tehdä yhteistyötä luodakseen yhtenäistä kuvaa kannattajakulttuurista. (Radmann 2015, 20)

Tutkimuskentältä kantautuu myös soraääniä. Esimerkiksi kuuden eurooppalaisen jalkapalloseuran fanikulttuureja vertailleen Ramon Spaaij'n (2003) mukaan ilmiötä voi selittää eri seurojen kannattajien käyttäytymistä kuvaamalla. Spaaij huomattaa, että mediakuva on vinoutunut, sillä stereotyyppiä, joita jalkapallohuliganismiin liitetään, eivät useinkaan pidä paikkaansa. Esimerkkinä hän nostaa useisiin tutkimuksiin viitaten uskomuksen jalkapallokannattajista rasisteina. Vaikka osa sitä todistetusti onkin, on tutkimuksista paljastunut, että rasistisen huutelun ja kirjoittelun takana ovat monesti olleet aivan muut kuin jalkapallohuligaanit. (Spaaij 2003, 3–5, 10–11)

Spaaij (2003) itse määrittelee jalkapallohuliganismin sosiaalisesti muotoutuneiden ryhmien välisenä kilpailullisesti ilmentyvänä väkivaltana, joka kohdistuu yleensä vastustajajoukkueen faniporukkaan. Eroja löytyy tutkijan mukaan paitsi maiden välillä, myös saman maan sisällä – ja jopa saman kaupungin. Se, miten me käsitteen ymmärrämme, on Spaaij'n mukaan poliitikoiden ja median ansiota, ei niinkään tiedeyhteisön. Varoittavana esimerkkinä hän nostaa Euroopan unionin vuonna 2002 ilmestyneen raportin huliganismista, jossa ilmiön alle oli sujuvasti solutettu niin henkilöihin kohdistuneet väkivaltaiset teot, omaisuusvahingot, alkoholi- ja huumerikkeet, järjestysrikkomukset, varkaudet kuin musta lippukauppakin. (Spaaij 2003, 11)

Gerry Finn ja Richard Giulianotti (1998) ovat lähestyneet käsitettä jaottelemalla kannattajakulttuurit kahteen toisistaan poikkeavaan leiriin: huliganistiseen ja karnevalistiseen kannattajatyylisiin. Karnevalistiselle kannattajatyylille on ominaista sosiaalisuus, laumassa oleminen sekä riehakkuus. Vaikka alkoholia usein kuluu, käyttäytyminen on silti ehdottomasti väkivallatonta. Tähän ryhmään lukeutuvat niin Tanskan maajoukkuetta kannattavat roligaanit kuin Skotlannin Tartan Armykin. Mediassa karnevalistisen kannatustyylin edustajat esitellään usein jalkapallon lähettiläinä. Heidän iloinen ja ystävällinen persoonansa saa myös tapahtumajärjestäjän ja lajin näyttäytymään hyvässä valossa. Sen sijaan huliganistiseen kannattajatyylisiin liittyy väkivalta toisia kannattajaryhmiä vastaan. (Finn & Giulianotti 1998)

2.3 Huligaani vai riskikannattaja?

Pohjoismaiseen jalkapallokannattajakulttuuriin perehtynyt Green (2010) huomauttaa, että hänen tutkimuksessaan, johon osallistuivat muun muassa seurojen turvallisuusvastaavat, toivoivat vastaajat huligaanin sijasta käytettävän esimerkiksi termejä riski- tai ongelmakannattaja kahdesta syystä. Siinä missä huligaanin mielletään olevan kiinnostuneen vain ja ainoastaan tappelemisesta, on tosiasiasa moni tappeluihin osallistunut aidosti kiinnostunut jalkapallosta, seurasta sekä tuotemerkestä, jota seura edustaa. Toisaalta kaikille huligaanin käsite ei ole ainoastaan negatiivisella tavalla latautunut, vaan osa kokee sen statuskysymyksenä. (Green 2010, 105, 114) Norjassa ja Tanskassa jalkapallokannattajista onkin usein käytetty termiä casual. Greenin (2010, 106) mukaan termi on huomattavasti vähemmän latautuneempi kuin Ruotsissa hallitseva huligaani.

3 JALKAPALLON JA SEN KANNATTAJIEN HISTORIASTA

Jalkapallokannattajakulttuuria paremmin ymmärtääkseen on olennaista tuntea myös itse jalkapallon historiaa: kuinka työväenluokkaisesta lajista kuoriutui siistiytymistoimenpiteiden myötä keskiluokan hupia ja kuinka laji nousi maailman seuratuimmaksi urheilulajiksi.

Jalkapalloa on hieman eri muodoissa pelattu vuosisatojen ajan, mutta modernin jalkapallon historia ulottuu 1800-luvun puoliväliin. Ylikansallinen, hyperkaupallinen ilmiö jalkapallosta on kuitenkin kuoriutunut vasta viime vuosikymmenten aikana.

Nykyään jalkapallo on maailman suosituin urheilulaji, jota seurataan lähes jokaisessa maailman kolkassa. Jotain lajin suosiota kertoo suosittu vertaus Yhdistyneisiin Kansakuntiin. YK:lla jäsenmaita on 191, kun taas kansainvälisellä jalkapalloliitolla FIFA:lla jäsenliittoja on 211 (Fifa 2022).

Lähes kaikissa maissa jalkapallo on maan suosituin laji, mutta ei Suomessa. Tässä luvussa perehdytään paitsi lajin historiaan Suomessa, avataan myös syitä sille, miksi laji ei ole Suomessa suosituin. Koska tutkimukseni kohteena on nimenomaan jalkapalloyleisö, myös jalkapalloyleisöjen historian tarkasteleminen on tärkeää. Historiaa tarkastelemalla ilmiön ymmärtäminen on helpompaa.

3.1 Työväen pelistä kaupalliseksi viihteeksi

Pallon kanssa on puuhailtu vuosituhansia ympäri maailman. Jalkapallo alkoi kehittyä lajin emämaa Iso-Britanniassa teollistumisen ja kaupungistumisen seurauksena, kun ihmiset kaipasivat maaseudulle ominaisten harrastusten tilalle uusia. Jalkapallo muistutti 1800-luvun puoliväliin asti rugbya, mutta sen jälkeen laji alkoi muotoutua kohti nykyistä muotoaan. Merkittävin askel otettiin vuonna 1863, jolloin Englannin Jalkapalloliitto FA perustettiin. Tällöin luotiin myös ensimmäiset kirjalliset lajin säännöt. (Kanerva & Tikander 2012, 111–112)

Arto Nevala (2012) nimittää pelin sivilisoitumista ensimmäiseksi vaiheeksi ”oikeaksi” urheilulajiksi kasvamiselle. Sivilisoitumisella hän tarkoittaa lajin muuttumista sekasortoisesta joukkopotkiskelusta ja pallon kantamisesta kentällä kohti säännöillä määriteltyä, rajatulla alueella tapahtuvaa pelitapahtumaa. Sivilisoitumisen taustalla oli huoli brittiläisen imperiumin heikkenemisestä. Englantilaiset vastasivat haasteeseen korostamalla yhteisöllisyyttä ja yhteisten päämäärien eteen ponnistelua. Sivilisoituneen jalkapallon katsottiin edustavan elementtejä, joita pidettiin tärkeänä brittinuorille. (Nevala 2012, 240–241)

Alkujaan jalkapalloa pidettiin yläluokan hupina, koska lajia opetettiin lähinnä englantilaisissa yksityiskouluissa. Juha Kanerva ja Vesa Tikander (2012, 111–112) huomauttavat, että useiden 2000-luvun tutkijoiden mukaan rahvaiden suosima kansanomainen jalkapallo olisi vaikuttanut modernin jalkapallon kehitykseen vähintään yhtä paljon kuin yksityiskoulu.

Joka tapauksessa lajin luonne muuttui 1800-luvun lopun ja 1900-luvun alun aikana työväen suosimaksi peliksi. Osittain tähän vaikutti Britannian teollisuustyöläisten vapaaksi neuvottelema lauantai-iltapäivä, mikä pyhitettiin usein jalkapallon pelaamiselle ja seuraamiselle. Suosiota vauhditti paitsi kilpailutoiminnan organisoiminen myös lehdistön kiinnostus urheilua kohtaan, sillä myös tavallisen kansan lukutaito oli parantunut. Laajentunut raideliikenne mahdollisti pelireissut myös kannattajille, ja 1910-luvun alkuun mennessä jalkapallosta oli tullut jo krikettä suositumpaa. (Itkonen & Nevala 2007, 12, 19; Kanerva & Tikander 2012, 112)

Englannissa jalkapalloilijoille alettiin maksaa pelaajapalkkioita jo 1800-luvun puolella korvauksena menetetyistä työtuloista (Kanerva & Tikander 2012, 113). Se ei ole sattumaa, sillä Englanti oli yksi modernin urheilun kehdoista. Se siirtyi ensimmäisenä Euroopan maana kapitalistiseen tuotantotapaan lähinnä siirtomaiden riistosta saamiensa varojen turvin. Englannissa urheilu eriytyi 1800-luvulla yläluokan koulujen amatööriyden arvoja vaalineeseen urheilukasvatukseen sekä kansan syviä rivejä koskevaan ammattilaisurheiluun, vaikka vielä vuosisadan alussa herrasmiesurheilu ja ammattilaisuus elivät rinta rinnan. Amatööriyden ihannetta vaalimalla yläluokka teki samalla pesäeroa rahvaaseen työväenluokkaan. (Ilmanen 2012, 175–176, 178)

FA joutui taipumaan ja salli ammattilaisuuden jo 1885, mikä tekee jalkapallosta yhden maailman vanhimmista ammattilaisurheilulajeista. Päätöksen myötä työväenluokkalaisten pelaajien rooli kasvoi, kun taas keskiluokkalaiset ja yläluokkaiset palloilijat vaihtoivat krikettiin ja rugbyyn. Vuonna 1888 12 seuraa perusti Valioliigan edeltäjän, jossa joukkueet kohtasivat toisensa kertaalleen vieras- ja kotikentällä. Jo varhain suurin osa seuroista toimi osakeyhtiömuodossa, vaikka ne eivät voittoa tehneetkään. Omistajille julkisuuskuvan parantaminen jalkapallotoiminnan avulla oli merkittävän tärkeää. (Kanerva & Tikander 2012, 113; Nevala 2012, 243.) Englantilainen jalkapallo kaupallistui kuitenkin nopeasti ja pian seurat kaikki seurat alkoivat tavoitella suuremman julkisuuden lisäksi myös taloudellista voittoa (Ilmanen 2012, 177).

Merkittävä askel kohti entistä kaupallisempaa ja ammattimaisempaa toimintaa otettiin maailmansodan jälkeisinä vuosikymmeninä. Länsimaiden vaurastuminen, elintason ja kulutuksen nousu sekä lauantain muuttuminen yleiseksi vapaapäiväksi mahdollistivat viihdeteollisuuden kasvun ja viestintäteknologian kehitys, etenkin television tulo ja televisionäkyvyyden lisääntyminen auttoivat kansainvälistymisessä ja näkyvyyden kasvussa. (Nevala 2012, 248–249)

Kansainvälinen jalkapalloliitto Fifa solmi 1970-luvulla historiallisen yhteistyösopimuksen virvoitusjuomayhtiö Coca-Colan kanssa. Yhteistyösopimus oli ensimmäinen koko maailmalla tunnetun urheilulajin ja liiketaloudellisin periaattein toimivan yhtiön välinen sopimus. Tästä kehityksestä sai alkunsa uudenlainen sponsoroinnin paradigma, ja myöhemmin esimerkiksi Kansainvälinen Olympiakomitea seurasi jalkapallon esimerkkiä. (Nevala 2010, 226)

Tähtikultti alkoi puolestaan syntyä 1960-luvulla, jolloin Englannin pääsarjan pelejä televisioitiin ympäri maailman. Englannissa poistettiin palkkakatto vuonna 1961, mikä yhdistettynä mediajulkisuuden merkityksen lisääntymiseen oli omiaan luomaan tähtikulttia. (Kolamo 2014, 69)

3.1.1 Toinen siistiminen

Laji oli kokenut sivilisaation 1800-luvulla, jolloin siihen liittynyt väkivalta sai jäädä. 1960-luvulla väkivaltaa alkoi näkyä kuitenkin uudelleen paitsi kentällä myös sen laitamilla. Itse jalkapallo keskittyi vahvaan puolustamiseen. Stadioneilla ja niiden laitamilla osa kannattajista alkoi puolestaan tapella keskenään. Kannattajien häiriökäyttäytymistä pelin aikana ja sen ulkopuolella kutsuttiin huliganismiksi, ja ilmiö alkoi yleistyä 1960-luvulla Englannissa. Kahta vuosikymmentä myöhemmin ongelma oli yltynyt niin pahaksi, että alettiin puhua jo huippujalkapallon kriisiytymisestä. (Nevala 2010, 227; 2012, 250–251)

Dave Russell (2007) nostaa esiin myös lukuisia muita ongelmia. Katsojaluvut putosivat ja pelikentät olivat huonossa kunnossa. Lisäksi lajin julkisuuskuva oli pahasti vahingoittunut. (Russell 2007, 31.)

Huligaaniongelmaan tartuttiin Englannissa hanakasti, kun pääministeri Margaret Thatcher aloitti taistelun sitä vastaan. Eritoten Englannissa Hillsboroughissa vuonna 1989 sattunut 96 ihmishengen vaatinut tapaturma ja siitä tehty Taylorin raportti saivat liikkeelle tapahtumaketjun, mitä seurasi esimerkiksi seisomakatsomoiden poistaminen areenoilta, koko stadionin kattava kameravartiointi sekä lippujen hintojen nousu jopa työväenluokkaisten kannattajien ulottumattomiin. (Green 2010, 100; Radmann 2015, 26–27)

Adam Brownin (1998, 1–2) mukaan jalkapallokannattajien kaikista traumaattisinta aikaa olikin 1990-luku, sillä viimeistään silloin heidän rakastamansa laji muuttui television ohjaamaksi kaupallistuneeksi tuotteeksi. Samaan aikaan kannattajien ja pelaajien välille syntynyt kuilu kasvoi entisestään. Englannissa monet seurat irtaantuivat paikallisista kannattajista ja omistajista ja siirtyivät yritysten tai yksittäisten liikemiesten haltuun (Lee 1998, 48; Itkonen & Nevala 2007, 19).

Sami Kolamon (2014) mukaan kaupallisen jalkapallokulttuurin piirteitä oli ensi kertaa MM-kisatasolla nähtävissä Italiassa 1990. Tällöin työväenluokan lajina pidettyä jalkapalloa markkinoitiin korkeakulttuurille tyypillisillä piirteillä, kun tunnussävelen esitti oopperalaulaja

Luciano Pavarotti. Stadionin palveluihin oli kiinnitetty huomiota ja tapahtumaa markkinoitiin hanakammin myös naiskatsojille. Englannissa taas katsomoiden siistimistä ja lajin tekemistä salonkikelpoiseksi seurasi Valioliigan perustaminen vuonna 1992. Samaan aikaan solmittiin Valioliigan rahakas tv-sopimus. Kannattajista tehtiin kuluttajia ja seurojen tarkoituksena oli tuottaa omistajilleen voittoja. Meditoituneessa, asiakaslähtöisyyttä korostaneessa tilanteessa jalkapallo on ensisijaisesti ymmärretty bisnestuotteeksi sekä viihdepaketiksi, johon osallistuakseen fanin on maksettava kallis pääsymaksu tai vaihtoehtoisesti tilattava hintava kanavapaketti. (Kolamo 2014, 72–74)

Rahavirtojen liikkumista jalkapallossa vauhditti myös Euroopan unionin vuonna 1995 tekemä Bosman-päätös, joka mahdollisti pelaajille oikeuden siirtyä seuroista vapaasti pois sopimuksen päätyttyä. Komissio kielsi ulkomaalaiskiintiöt, mikä kiristi kilpailua. Kolamo (2014) liittyy tähän myös megatähteyden syntymisen. Pelaajien muuttoliike on kasvanut räjähdysmäisesti, ja nykyään tähdet menevät sinne, mistä he saavat parhaan korvauksen. Toisaalta ilmiö on vaikuttanut myös junioritoimintaan, sillä nykyään lahjakkaat juniorit värvätään suurseurojen akatemioihin jo hyvin varhaisessa iässä. (Kolamo 2014, 73)

3.1.2 Jalkapalloillistuminen

Jalkapalloistumisella tarkoitetaan 1990-luvun puolivälissä alkanutta kehitystä, jolla viitataan jalkapallon saavuttaneeseen jättimäiseen suosioon ja sen tunkeutumiseen myös sellaisiin keskusteluihin ja paikkoihin, joissa sillä ei ole ollut aiemmin sijaa (Russell 2007, 27–28). Lajin yläluokkaistumisen lisäksi siihen vaikuttivat ensinnäkin sääntömuutokset. Nevalan (2010) mukaan jalkapallon kriisi konkretisoitui Italian tylsiksi ja puolustusvoittoisiksi luonnehditussa vuoden 1990 MM-lopputurnauksessa. Kasvun ja medianäkyvyyden varmistamiseksi Fifa muokkasi lajin sääntöjä, jotta pelistä saatiin nopeampaa ja viihdyttävämpää. Väkivallan karsimisen, sääntömuutosten ja yläluokkaistumisen lisäksi jalkapalloillistumiseen vaikutti sateli- ja kaapelikanavien yleistyminen, sitä seurannut jalkapallolähetysten moninkertaistuminen sekä vuoden 1995 Bosman-päätös, joka vapautti pelaajasiirrot ja loi kansainväliset pelaajamarkkinat. (Nevala 2010, 227–228)

Giulianottin (2002) mukaan mikään muu laji maailmassa ei ole kokenut samanlaista rakenteellista muutosta kuin jalkapallo. Tästä rajuin esimerkki on juuri Englanti, jossa 1980-luvulla alkaneita ”puhdistustoimia” seurannut lajin porvarillinen suosio, tiukemmat siteet yhtiöihin, stadioneiden kapasiteettien pieneneminen ja sisällön siirtyminen maksukanaville ovat näytelleet tärkeimpiä osia lajin kaupallistumisessa. (Giulianotti 2002, 25–26)

Maailmanlaajuisessa tuotteistamisessa merkittävä rooli on ollut myös Fifalla ja sen lippulaivalla MM-lopputurnauksella. Jalkapalloilun maailmanlevitys on Nevalan (2010) mukaan vaatinut erityisesti kolmea asiaa: lopputurnauksen joukkue määrän kasvattamista, afrikkalaisten, aasialaisten ja pohjoisamerikkalaisten maajoukkueiden tason kohoamista sekä MM-turnauksen järjestämistä Euroopan ja Etelä-Amerikan ulkopuolella. (Nevala 2010, 228)

Nykyään jalkapallofanius on monelle vain televisuaalinen kokemus. Siinä missä seurat ovat ennen assosioituneet tiettyyn alueeseen, uskonnolliseen ja poliittiseen taustaansa sekä ilmaisseet siihen liittyviä eroja, pyrkivät globaaleille markkinoille tähtäävät joukkueet viehättämään kaikkia faneja maantieteellisiin, sosiaalisiin, kulttuurisiin ja taloudellisiin taustoihin katsomatta. (Heinonen 2005, 251)

Toisaalta digitalisoituminen on vienyt lajia ja oheistuotteita myös sellaisiin maailmankolkkiin, joissa jalkapallolla ei ole aiemmin ollut kovin merkittävä rooli. Esimerkiksi Kolamo (2014, 77) mainitsee Aasian, jonne nykyään monet maailman huippujoukkueista suuntavat harjoitus- ja pelimatkinsa. Russell (2007) nostaa esiin, että ilman mediaa ja televisiota jalkapallo ei välttämättä olisi löytynyt uudelleen, vaan lajin suosio voisi yhä olla pohjalukemissa. Kaikista siihen liittyvistä ongelmista huolimatta kaupallistuminen oli välttämätöntä, jotta jalkapallo nousi suosta siihen asemaan, missä se nykyään on. (Russell 2007, 32, 34)

Niin media kuin tapahtumien järjestäjät ovat viime vuosina tehneet urheilun seuraamisesta karnevalistista spektaakkelia, jossa päämääränä on tuottaa kokonaisvaltaisia elämyksiä myös sellaisille henkilöille, jotka eivät ole kiinnostuneita itse urheilusta (Heinonen & Godenhjelm 2001, 10). Tästä hyvänä esimerkkinä ovat esimerkiksi MM-kisojen avajaiset, joista on

kehkeytynyt näyttävä speaktaakkeli maailmankuuluine artisteineen. Myös kansainvälisten sarjojen loppuotteluissa esiintyvät usein pop-maailman kirkkaimmat tähdet.

Russell (2007, 34) esittää huolensa siitä, voiko ylikaupallistunut, joka kanavasta kotiin tunkeutuva jalkapallo aiheuttaa yleisössä jonkinlaisen kyllästymisen. Kansainvälinen jalkapalloliitto on sen sijaan panostanut yhä hanakammin niihin kohderyhmiin, joiden keskuudessa jalkapallo ei vielä ole saavuttanut hyvin merkittävää asemaa. Hyvänä esimerkkinä toimii naisten jalkapallo, jonka kehittämiseen ja jalkauttamiseen ympäri maailman Fifa on voimakkaasti viime vuosina panostanut uusien yleisöjen ja harrastajien toivossa.

Kaupallistumisesta huolimatta on hyvä muistaa, että jalkapallotalouden rinnalla elävä paikallinen peli- ja harrastuskulttuuri on yhä voimissaan. Jalkapallo on eriytynyt niin suureen, pieneen, paikalliseen kuin globaaliinkin. (Itkonen & Nevala 2007, 19)

3.2 Jalkapallo rantautuu Suomeen

Jalkapallo rantautui Suomeen merimiesten mukana 1800-luvun loppupuolella. Lajin emämaalla Englannilla oli hyvät yhteydet Ruotsiin ja Norjaan, joten laji levisi aluksi pääkaupungin lisäksi läntistä reittiä pitkin länsirannikon satamakaupunkeihin. (Itkonen & Nevala 2007, 11–12) Jalkapallon suosion leviämistä auttoi se, että voimistelunopettajat olivat innostuneet lajista. Jalkapalloa pelattiin tietävästi ainakin Turun ja Viipurin kouluissa, ja voimisteluopettaja Carl Poppius suomensi pelin säännöt ruotsinkielisestä alkuteoksesta. (Kanerva & Tikander 2012, 120).

Järjestäytynyt pelaaminen alkoi Suomessa 1900-luvun alkuvuosina, kun yhä useampi urheiluseura otti myös jalkapallon ohjelmaansa. Suomen Palloliitto perustettiin vuonna 1907, mutta alkujaan se toimi jalkapallon lisäksi jääpallon seurojen yhteenliittymänä. Kesti kuitenkin vielä yli 20 vuotta ennen kuin ensimmäinen SM-sarja saatiin käyntiin. (Arponen 2003, 254–259)

Laji levisi Suomessa verrattain hitaasti, ja yhtenä syynä pidetään maan johtavan urheiluideologin Lauri Pihkalan nihkeää suhtautumista jalkapalloon. Pesäpallon kehittäjänä tunnettu Pihkala puhui pesäpallon puolesta, minkä vuoksi monissa kouluissa ja suojeluskunnissa ei pelattu jalkapalloa. Sen sijaan vuonna 1940 käynnistynyt veikkaustoiminta vauhditti lajin suosiota. (Arponen 2003, 261–262)

1970- ja 80-luvuilla pelaajamäärät kaksinkertaistuivat 70 000:een, mutta harrastajien määrän kasvu ei lisännyt yleisön kiinnostusta: pääsarjassa katsojaluvut jopa laskivat. Palloliitto syytti kehityksestä kansainvälisen jalkapallotarjonnan lisääntymistä. Kansainvälistyminen näkyi myös kotimaan kentillä, sillä maaotteluiden määrä lisääntyi merkittävästi. Suomen kentille ilmestyi ulkomaalaispelaajia ja parhaat suomalaiset suuntasivat ulkomaille, yleensä Ruotsiin. (Itkonen & Nevala 2007, 18)

Vielä 1970-luvulla harva elätti itsensä jalkapallolla, vaikka ensimmäiset suomalaiset olivat lähteneet Ranskaan ammattilaisiksi jo Helsingin olympialaisten jälkeen 1950-luvulla. Sen sijaan seurat järjestivät usein pelaajille työpaikan. Kotimaisen jalkapalloliigan ammattilaistuminen kiihtyi 1990-luvulla, jolloin iso osa pelaajista alkoi saada elantonsa jalkapallosta. Seurat pystyivät samalla harjoittelemaan kahdesti päivässä ja niillä oli päätoiminen valmentaja. Suomalaispelaajien suuntaaminen ulkomaille yleistyi jo 1980-luvulla ja 1990-luvulla yleisö saapui ulkomaalaisten tähtien sijasta katsomaan kotimaisia tähtipelaajia. (Arponen 2003, 263–265)

3.2.1 Jääkiekon luvattu maa

Jalkapallo on suosituin urheilulaji lähes kaikkialla maailmassa. Suomessa kenties suurin selitys sille, miksi jalkapallo ei ole iskenyt muun maailman tavoin, löytyy jääkiekon valta-asemasta. Jääkiekon ammattilaistumista ja kehitystä Suomen suosituimmaksi yleisölajiksi tutkineen Jani Mesikämmenen (2002) mukaan jääkiekon suosituimman aseman syitä selittävät lajin kaupallisuus, urheiluammattilaisuuden pioneerius ja liikuntapaikkarakentaminen. Jalkapallon puolelta ovat puuttuneet myös jääkiekon ilosanomaa vieneet puuhamiehet, jotka ovat

työskennelleet pitkiä päiviä lajin leviämisen eteen. Sisälajina yleisön on ollut myös miellyttävämpää seurata jääkiekkoa.

Jääkiekko on saanut Suomessa merkittävästi medianäkyvyyttä. Miesten jääkiekko on Suomen seuratuin urheilulaji medianäkyvyydellä mitattuna, ja etenkin karnevaaliksi yltyneiden vuoden 1995 MM-kultajuhlien jälkeen jääkiekko on nauttinut ylivaltaisesta asemasta kotimaan urheilumediassa (Laine 2011, 124, 217). Suomen kansanvälisellä menestyksellä on ollut oma osansa jääkiekon suosiossa, kun jalkapallon puolella menestys on jäänyt vaatimattomammaksi. Kanerva ja Vesander (2012, 120–121) nimittävät Suomea jalkapallon kehityksmaaksi, jossa riemunaiheet maailmalla ovat jääneet yksittäisten maaotteluiden voittamiseksi ja yksittäisten pelaajien saavutuksiksi ulkomaisissa suurseuroissa. Naisten maajoukkue on ollut tuttu näky EM-kisoissa jo 2000-luvun alusta, ja moni naisten maajoukkueen pelaajista on pelannut maailman parhaissa liigoissa. Sittemmin myös Suomen miesten jalkapallomaajoukkue on toki onnistunut lunastamaan paikkansa kesällä 2021 pelatuissa EM-kisoissa.

3.2.2 Jalkapallon suosioita jarruttavia tekijöitä Suomessa

Yhdeksi kotimaisen liigan seuraamisen suosiota jarruttavaksi tekijäksi nostetaan usein sää, joka on otollinen jalkapallon pelaamiselle vain muutaman kesäkuukauden ajan. Lisäksi samoista pelipäivistä kilpailevat europelit, maaottelut sekä Suomen cup. Tämä on vaikuttanut myös sarjajärjestelmän muotoon, joka on vuosien varrella vaihdellut.

Sää on kuitenkin keho selitys, sillä esimerkiksi Englannissa, missä stadionit myydään illasta toiseen loppuun, ilma on talvikuukausina lähes yhtä hyytävä kuin meillä. Myös Suomen kanssa lähes identtisen ilmaston omaavassa Ruotsissa osa joukkueista houkuttelee miesten sarjapeleihin keskimäärin yli 10 000 katsojaa. Myös monien pienempien paikkakuntien seurat keräävät katsomoon kovia lukuja ja esimerkiksi Jyväskylää pienemmässä Boråsissa Elfsborg keräsi vuonna 2019 keskimäärin yli 5800 katsojaa (Svensk Fotboll 2019). Ruotsi on kuitenkin asukasluvultaan puolet isompi maa ja paria poikkeusta lukuun ottamatta kaikki Ruotsin miesten pääsarjassa pelaavat tulevat Tukholman eteläpuolelta. Tukholma sijaitsee hieman Helsinkiä

etelämpänä, kun Suomessa taas eteläisimmät joukkueet ovat luonnollisesti pääkaupunkiseudulta ja Maarianhaminasta.

Heinonen (2005) esittää, että suomalainen jalkapallo ei ole vuosikymmeniin jaksanut viehättää yleisöä. Hänen mukaansa suomalainen jalkapallokannattaja istuu mieluummin kotisohvalla Valioliigaottelun äärellä kuin katsomossa kotimaan kenttien äärellä. (Heinonen, 2005, 20–21) Muutamat Suomessa Olympiastadionin täyttäneet suurten Valioliigaseurojen harjoitusottelut ennen kauden alkua vahvistavat kuvaa, että ulkomaiden suurseurat kiinnostavat suomalaisyleisöä kotimaan Veikkausliigaseuroja enemmän. Väitteelle löytyy perää myös kotimaan sarjojen yleisömäärien tarkastelusta, sillä jalkapallon arvokisavuosina kotimaan jalkapallosarjojen yleisömäärä on jopa laskenut (Itkonen & Nevala 2007, 20).

Suomalaisten väisä kiinnostus kotimaan seuroihin näkyy myös kyselytutkimuksissa. Timo Marjamaan (2007, 71) tutkimukseen vastanneet tunsivat kotimaisia Veikkausliigassa tai Ykkösessä pelaavia seuroja paremmin yksittäisiä huippupelaajia. Toisinaan kuitenkin Jari Litmasen kaltaiset supertähdet tulevat viimeisiksi vuosiksi kasvattiseuraansa jäähyttelemään. Esimerkiksi Jari Litmasen paluu FC Lahden paitaan veti Veikkausliigakatsomot täyteen, missä Lahti pelasikaan, vaikka itse kuningas harvemmin kentällä nähtiinkään. Samanlaista ilmiötä ei kuitenkaan nähty Tim Sparvin palatessa kotimaan kentille HJK:n paitaan miesten A-maajoukkueen ensimmäisen arvokisaesiintymisen jälkeen kesällä 2021.

Kiinnostus kotimaista jalkapalloa kohtaan ei ole vuosien aikana juuri noussut, ja kaudella 2019 Veikkausliigaotteluja seurasi keskimäärin 2 620 katsojaa. Eniten yleisöä houkutteli helsinkiläinen HJK (5 007), kun taas Ahvenanmaalla IFK Mariehamn veti keskimäärin vain 1 148 katsojaa. Koronapandemian aikana katsojaluvut ovat menneet vieläkin surullisempaan suuntaan. Kaudella 2021 FC Hongan 14 kotiottelun yleisökeskiarvo oli 490, ja parhaimmillaan paikallisotteluun HJK:ta vastaan Espooseen saapui runsaat tuhat katsojaa. (Veikkausliiga 2021)

Rekisteröityjä jalkapalloa harrastavia pelaajia on yli 135 500, ja viikoittain lajin kanssa on tekemisissä puoli miljoonaa suomalaista (Palloliitto 2021). Veikkausliigan nykyinen toimitusjohtaja Timo Marjamaa (2007) on pannut merkille, ettei suomalaiseen jalkapalloon

kohdistu sellaista kiinnostusta ja arvostusta, mitä sen voisi kuvitella harrastajamäärien ja maailmanlaajuisen suosion puolesta nauttivan. Golfliiton (2021) mukaan Suomessa on 157 000 rekisteröityä golfin pelaajaa, joten jalkapallo oli vuonna 2021 maan toiseksi suosituin laji rekisteröityjen harrastajien määrällä mitattuna.

Marjamaa (2007) nostaa yhtenä syynä esiin yleisen uskomuksen, jonka mukaan suomalainen jalkapallo mielletään potkupalloksi. Marjamaan mukaan suomalainen urheilu on perustunut pitkälti kansainvälisen menestyksen metsästyksen eikä muiden maiden hyväksyntää hakiessa kansallisen tason urheilusta osata iloita riittävästi. Marjamaa näkee kansainvälistymisen kaventaneen kotimaisen jalkapalloilun asemaa. Koska ihmiset haluavat usein nähdä parasta mahdollista osaamista, joka heille avautuu eri tv-kanavapakettien kautta, joutuu kotimainen jalkapalloilu Marjamaan mielestä epäreiluun vertailuun. Jos katsojalle ei synny tunnesidettä kotimaiseen jalkapalloiluun, hän seuraa todennäköisesti mieluummin ulkomaan huippusarjoja. (Marjamaa 2007, 11, 17–18) Suomalaisten jalkapallokannattajien keskeisin kahtiajako on perinteisesti liittynyt suomalaisten ja ulkomaalaisten seurojen kannattamiseen.

Myös suomalaisten seurojen kannattajista iso osa kokee, että paikallinen jalkapallo jää kansainvälisen jalkapallon varjoon. Kanasen (2019) mukaan kotimaisten seurojen kannattajat eivät käytännössä pidä etäkannattajia oikeina kannattajina. Paikalliskannattajien mielestä ulkomaalaisten seurojen etäkannattajat laiminlyövät velvollisuuttaan kehittää suomalaista jalkapalloa ja täten ja vaikeuttavat kotimaisen jalkapallon kehitystä. Kannattajien sijasta ulkomaalaisten seurojen kannattajat nähdään pikemminkin asiakkaina tai kuluttajina. (Kananen 2019, 68–69, 73–74)

3.2.3 Yksilöurheilun tyysija

Suomalaisessa urheilussa on perinteisesti ihailtu yksilöurheilijoita. Etenkin yleisurheilu ja hiihto ovat viehättäneet suomalaisia niin ennen sotia kuin niiden jälkeenkin (Vasara 1992, 335).

Sponsoroinnin mittaamiseen erikoistuneen tutkimusyrittäjä Sponsor Insightin (2021a) tutkimuksen mukaan hiihto ja yleisurheilu ovat edelleen toiseksi ja kolmanneksi suosituimpia

lajeja heti jääkiekon jälkeen. Jalkapallo nousi vuonna 2021 neljänneksi ja ampumahiihto tipahti viidenneksi, mitä selittänee lukuisia kertoja Suomen suosituimmaksi urheilijaksi valitun Kaisa Mäkäräisen uran lopettaminen vuoteen 2020 ja jalkapallon miesten sekä naisten A-maajoukkueiden menestyminen ja arvokisoihin pääseminen.

Myös suosituimpien urheilijoiden vertailussa loistivat yksilöurheilijat. Ykköspaikkaa vuosien ajan pitänyt Kaisa Mäkäräinen sai vuonna 2021 väistyä Kimi Räikkösen tieltä. Kymmenen suosituimman urheilijan joukkoon mahtui yksi ainoa joukkueurheilija: Suomen miesten jalkapallomaajoukkueen eli Huuhkajien ja Englannin toiseksi korkeimmalla sarjatasolla Mestaruussarjassa pelaava Norwichin hyökkääjä Teemu Pukki. (Sponsor Insight 2021b)

Toisaalta suomalaiset ovat tunnetusti menestyshullua kansaa. Mäkisen (2016, 6) toteuttaman kyselytutkimuksen mukaan noin 70 prosenttia suomalaisista ilahtui Suomen huippu-urheilumenestyksestä, ja yli 60 prosenttia koki menestyksen parantavan kansainvälistä tunnustusta. Joukkuelajeissa, etenkin jalkapallossa, kansainvälinen menestys oli ennen historian ensimmäistä EM-kisapaikan saavuttamista miesten puolella vaisua, mikä selittää hyvin yksilölajien suosiota yhä tänäkin päivänä. Mäkisen (2016, 19) tutkimuksessa jääkiekko nousi suosituimmaksi menestyslajiksi eli lajiksi, jossa yleisö toivoisi suomalaisten saavan menestystä, mutta heti sen jälkeen tulivat yleisurheilu ja maastohiihto sekä mäkihyppy. Silmiinpistävää on, että jalkapallon suosio oli kasvanut 2000-luvun alun 12 prosentista viidessätoista vuodessa 28 prosenttiin. Oletettavaa on, että miesten EM-kisapaikan varmistuttua lukema voisi olla nyt neljä vuotta myöhemmin vieläkin korkeampi.

Vastapainoksi esimerkiksi Heinilä (1985) esittää, että joukkuelajit vetoaisivat yleisöön yksilölajeja paremmin. Syyksi hän nimeää etenkin palloilulajien tilanteiden nopean vaihtuvuuden sekä tapahtumarikkauden. Heinilän mukaan samaistuminen joukkueeseen käy yksilöurheilijaa helpommin, sillä on luontevampaa puhua meidän HJK:sta kuin meidän Matista. Heinilä väittää myös, että palloilulajeissa yleisökiinnostavuus ei olisi yhtä riippuvaista kansainvälisestä menestyksestä kuin yksilölajeissa. (Heinilä 1985, 79, 84)

3.3 Pohjoismaisen jalkapallokannattajakulttuurin historiasta

Pohjoismaisen jalkapallokannattajakulttuurin edelläkävijänä voidaan pitää länsinaapuriamme Ruotsia (esim. Radmann 2015; Andersson 2010). Kuitenkin ensimmäisenä Skandinavian maista jalkapallo saapui Tanskaan. Anderssonin ja Radmannin (1998, 141, 143) mukaan parasta jalkapalloa 1900-luvun ensimmäisinä vuosikymmeninä pelattiin Kööpenhaminassa, missä myös yleisömäärät olivat suurimmat. Tanskalaisyleisö käyttäytyi siivosti, sillä sen ihanteena oli ”brittiläinen herrasmies”. Maan jalkapalloa hallinneet Kööpenhaminan suurseurat olivat pohjimmiltaan hyvin samanlaisia, minkä vuoksi niiden välille ei 1900-luvun alkupuoliskolla kertynyt esimerkiksi naapurimaa Ruotsista tuttuja vihollissuhteita. Ruotsissa seurojen välillä oli havaittavissa myös selviä luokkaeroja, mitkä toivat omaa väriään paikalliskamppailuihin. (Andersson & Radmann 1998, 143–144)

Ruotsin katsomokulttuuri sai paljon vaikutteita ulkomailta: esimerkiksi kannustuslaulut tulivat tutuiksi Tukholman 1912 olympialaisten ja amerikkalaisten opiskelijoiden laulukuoron myötä. Tästä lähtien Ruotsin tärkeimpiin otteluihin kuuluivatkin tunnelmaa kohottavat kannustussakit, joiden johtajiksi ottelutapahtumien järjestäjät värväsivät tunnettuja laulajia tai näyttelijöitä. Nähtiinpä huutosakin vetäjänä joskus Ruotsin jalkapalloliiton pääsihteerikin. (Andersson & Radmann 1998, 146)

Ruotsissa yleisömäärät olivat alkaneet kasvaa jo 1930-luvulla ja vuosien 1946–1970 välillä pääsarjan pelejä seurasi keskimäärin 10 000 katsojaa. Ruotsin ja Tanskan väliset maaottelukohtaukset vetivät stadionit täyteen molemmissa maissa: esimerkiksi vuonna 1960 ja 1961 Göteborgissa ja Kööpenhaminassa nähtiin molemmissa noin 50 000 katsojaa. Vuoden 1970 jälkeen yleisömäärät alkoivat Ruotsissa laskea. Sen sijaan englantilaista jalkapalloa ruotsalaiset olivat suomalaisten tapaan saaneet katsella televisiosta jo 1960-luvulta lähtien. Television välityksellä myös englantilainen jalkapallokannattajakulttuuri tuli tutuksi: englantilaisille tyypillisiä kannustushuutoja ja väriä nähtiin ensimmäisen kerran keväällä 1970 tukholmalaisseura Hammarbyn katsomossa. (Andersson & Radmann 1998, 148–149)

3.4 Suomalaisista jalkapalloyleisöistä

Englannin liiga alkoi kiinnostaa suomalaisyleisöä jo 1960-luvulla, kun otteluita esitettiin television välityksellä lauantaisin. Heinonen (2000) nimittää Englannin liigan lauantaiotteluiden seuraamista jopa kansalliseksi penkkiurheilun traditioksi. Heinosen mukaan suomalaiselle jalkapallofaniudelle onkin ollut tyypillistä kaksoiskannattaminen: fanit fanittavat niin kansainvälisiä huippujoukkueita, kotimaisia seurajoukkueita kuin maajoukkuettakin. Kiinnostusta englantilaista jalkapalloa kohtaan vauhditti myös se, että ottelut ovat jo vuosikymmenten ajan kuuluneet Veikkauksen vedonlyönnin kohteiksi. (Heinonen 2000, 340; 2005, 72)

Suomalaisilla stadioneilla kannattajaryhmiä alkoi näkyä kentän laidalla vuosituhannen vaihteessa. Heinilä (2000, 295) havaitsi 2000-luvun alussa, että fanit ja fanius olivat ilmiönä saavuttaneet Suomessa sellaisen kehitysasteen, että myös kilpailutoiminnasta vastaavat seurat ja liitot olivat alkaneet kiinnittää ilmiöön huomiota. Urheilun seuraamisen kansainvälistyessä ja karnevalisoituessa myös katsomokäyttäytymiseen kiteytyneet ilmiöt levisivät tiedotusvälineiden ja kansainvälisten otteluiden kautta. Heinonen ja Godenhjelm (2001, 107) totesivat, että suomalaiset kannattajat nimesivät 2000-luvun alussa kannattajaryhmiään kansainvälisten huligaaniporukoiden mukaan.

Kansainvälisestä jalkapallokannattajakulttuurista kirjoittava ja jalkapallohuligaaneista kertovan tunnetun Green Street -elokuvan ohjannut Douglas Brimson on perehtynyt myös Suomen jalkapallokannattajakulttuurin historiaan. Brimsonin (2003) mukaan Suomessa oli vuonna 2003 pieni, mutta kasvava huligaaniongelma. Hän ajoittaa suomalaisen jalkapallohuliganismin synnyn 1990-luvun loppuun ja mainitsee Interin Ultraboyzin, Tampere Unitedin ja FC Lahden FCLK:n kannattajaryhmien lisäksi Jokereiden 116 % Boys of FC Jokerit. Jokerikannattajien Valkeakoskella vuonna 2001 sattuneen kentälle ryntäämisen ja poliisia vastaan tappelun hän ajoittaa olleen viimeinen niitti esimerkiksi sille, että vieraskannattajat eristettiin jatkossa sarjapeleissä omaan sektioonsa. Vielä 1990-luvun lopussa vierasotteluihin matkustavat jalkapallokannattajaryhmät olivat Brimsonin mukaan Suomessa harvinaisia. (Brimson 2003, 171–175)

3.5 Jalkapallohuliganismi Pohjoismaissa

Green (2010, 106) toteaa jalkapallohuliganismin näkyneen vahvasti Pohjoismaissa etenkin Ruotsissa ja Tukholmassa. Ruotsissa jalkapallo herätti seuraajissa intohimoa, mikä sai myös kannattajat käyttäytymään intohimoisesti. Alueelliset ja luokkaan liittyvät vihollisuhteet purkautuivat täten pelin kautta (Andersson 2010, 16).

Tanska oli vielä 1980-luvulla tunnettu ennen kaikkea maajoukkuekannattajistaan eli roligaaneistaan, millä viitattiin karnevalistista kannattajakulttuuria suosiviin iloisiin, äänekkäisiin, mutta väkivaltaa vastustaviin kannattajiin. Termi esiintyi ensimmäisen kerran 1984, ja se oli täydellinen vastakohta englantilaisille, elukoiksi haukutuille huligaaneille. Sittemmin huliganismi on nostanut päätään myös Tanskassa, jossa seurajoukkueiden välisistä yhteydenotoista on raportoitu 1990-luvulta lähtien. (Andersson & Radmann 1998, 150–151)

Sen sijaan Norjassa on ollut rauhallisempaa. Toisaalta Norjassa jalkapallo ei ole suosiossa yltänyt Ruotsin ja Tanskan tasolle, vaan Norja on ollut jalkapallokentillä naapureidensa pikkuveli (Andersson & Radmann 1998, 149).

Yhdeksi syyksi huliganismin lähes olemattomalle ilmentymiselle Norjassa Green (2010, 109–110) nimeää Hans Hognestadin (2004) tutkimukseen *Norway between Bergen and Middlesbrough* viitaten menestyneiden norjalaisjoukkueiden ponnistavan pienemmiltä paikkakunnilta. Osa tutkimuksen vastaajista kokikin, että tietynlaisiin vaatteisiin pukeutuminen ja joukkueensa nimissä rähinöiminen oli haastavaa puuttuvan anonymiteetin vuoksi, sillä pienellä paikkakunnalla jokainen tunsi toisensa. Norjassa ongelmana ei myöskään ole ollut niinkään väkivalta, vaan rasismi ja äärioikeisto. Joidenkin joukkueiden kannattajaryhmillä on ollut kytköksiä moottoripyöräkerhoihin ja uusnatseihin.

Brimson (2003, 170) esittää, että Norjassa on pystytty osittain välttämään huliganismiin liittyviä ongelmia, sillä ottelutapahtumissa ei näy juurikaan poliiseja. Poliiseilla ei myöskään ole mellakkavarustusta, ja Norjassa poliisit osallistuvat tapahtumiin ilman aseita.

Huomionarvoista on myös, että Ruotsissa ja Tanskassa, missä ongelma on ollut pinnalla pidempään, on valtakunnassa kehitetty toimivaa yhteistyötä seurojen ja viranomaisten välille. Ruotsissa ja Tanskassa jalkapallo-otteluissa työskentelevät erikseen kannattajapoliisit (supporterpoliser), jotka ovat erikoistuneet jalkapallokannattajien ongelmiin.

Sen sijaan esimerkiksi Norjassa poliisi työskenteli pitkään jalkapallo-otteluiden yhteydessä usein vapaaehtoistyön pohjalta eli omalla vapaa-ajallaan. Ruotsissa ja Tanskassa seurojen turvallisuustyö on ollut ammattimaisella tasolla jo pitkään ja Ruotsissa seurat palkkaavat usein turvallisuusvastaajikseen poliisitaustaisia henkilöitä. (Green 2010, 111–113)

Ruotsissa taas jalkapallokulttuurin ja osaltaan myös huliganismin aikaisemman rantautumisen ja vakaamman aseman on katsottu johtuvan vahvasta seurakulttuurista. Siinä missä Ruotsissa yleisöä ovat aina kiinnostaneet oman paikallisen suosikkiseurun otteet, Norjassa ja Tanskassa maajoukkueiden pelit ovat olleet suuremmassa suosiossa. Kansainvälisessä yhteydessä tanskalaisia ja norjalaisia kannattajia on harvemmin luonnehdittu huligaaneiksi tai riitapukareiksi: heidän kannattajansa ovat tunnettuja lauluista, musiikista, väreistä ja karnevaalimaisesta kannattajatyylistä. (Green 2010, 104; Andersson & Radmann 1998, 151)

Ruotsissa ongelmia kannattajien kanssa on ollut jo pidempään: esimerkiksi vuonna 1991 maassa perustettiin ohjelma, jonka tarkoituksena oli tehdä kannattajakulttuurista ”parempaa”. Tästä huolimatta Andersson ja Radmann (1998) luonnehtivat skandinaavista kannattajakulttuuria pohjimmiltaan positiiviseksi. Skandinaavisen kannattajakulttuurin tutkijat katsovat saaneen vaikutteita etenkin Englannista ja Italiasta, joihin tutkijat yhdistävät esimerkiksi kannattajien väliset verkkokeskustelut, seuran väreihin pukeutumisen sekä tifot. (Andersson ja Radmann 1998, 151)

Monesti jalkapallohuligaaneja on syytetty siitä, että todellisuudessa kaikki eivät välitä edes jalkapallosta. Sosiologi Pierre Bourdieun (1985) tulkinta tukee tätä ajatusta, sillä Bourdieun mukaan mikäli katsoja ei ymmärrä esimerkiksi oman harrastushistoriansa kautta kaikkia lajin hienouksia ja nyansseja, sitä vähemmän hän esityksestä voi nauttia. Samalla katsoja on alttiimpi

”sensaatioiden” tavoittelulle, näennäissuoritusten kultille ja virtuoositempuille. (Bourdieu 1985, 160–161)

4 URHEILUJOURNALISMISTA, MEDIASTA JA SEN TOIMINTAMALLEISTA

Myös urheilujournalismin ja sen toimintatapojen avaaminen on tutkimuskohteeni ymmärtämisen kannalta tärkeää. Viestinnän kentältä tärkeäksi käsitteeksi nousee kehyksen (frame) käsite, joka Karvosen (2018, 78) mukaan on oiva perustyökalu mediatutkimuksessa.

4.1 Journalismi ja urheilujournalismi

Journalismi on ajankohtaisten, faktapohjaisina esitettävien, yhteiskunnallista ainesta sisältävien joukkoviestintäsanomien tuottamista, jota tekevät joko vapaat toimittajat tai toimituksissa työskentelevät toimittajat. Sen pyrkimyksenä on levittää totuudenmukaista ja olennaista tietoa, valvoa yhteiskunnan vallankäyttäjien toimintaa sekä edistää julkista keskustelua. Viestin levittäminen edellyttää teknistä välinettä, esimerkiksi sanomalehteä tai televisiota. (Kuutti 2012, 68)

Urheilujournalismi on journalismin laji, jossa raportoinnin kohteena on urheilu. Tarkemmin ottaen kyse on yleensä huippu-urheilusta, sillä valtamedioissa harvemmin kirjoitetaan liikunnasta (Laine 2011, 43). Toisaalta huippu- ja kilpaurheilu ovat päässeet Suomessa erityiseen asemaan, sillä ne valjastettiin jo varhain yhdistämään vastikään itsenäistynyttä valtiota (Itkonen 2002, 14).

4.2 Urheilujournalismin erityispiirteet

Helsingin Sanomien urheilu-uutisointia analysoineet Laine ja Välimäki (2012) totesivat urheilu-uutisoinnin olevan yksipuolista ja kaavamaista. Sanomalehden urheilusivuilla sekoittuvat faktapohjainen journalismi ja urheiluviihde urheilutoimittajien syyllistyessä urheilijoiden mielipiteiden myötäilyyn. Samaan aikaan analyttiset, kriittiset ja kantaa ottavat näkemykset loistavat poissaolollaan. (Laine & Välimäki 2012, 66)

Pyykkönen ja Tuomi (1995) esittävät, että urheilumedian tehtävänä on leimata ja nostaa asioita esiin. Toisin kuin muissa medioissa, urheilumediassa saa heidän mukaansa vastatietoa etsiä suurennuslasilla. (Pyykkönen & Tuomi 1995, 102) Sittenmin saman ovat todenneet monet muutkin tutkijat. Tämä ei ole yllättävää varsinkaan suomalaisen urheilujournalismin historia huomioiden: maamme urheilujournalismin perustan luoneet ensimmäiset urheilutoimittajat olivat monet urheilijoita itsekin. Esimerkiksi Martti Jukola osallistui Pariisiin 1924 olympialaisiin paitsi urheilijana myös Suomen Urheilulehden toimittajana (Arponen 1998, 58).

Myös Heinilä (2000) kuvailee urheilujournalismia kapea-alaiseksi ja pinnalliseksi. Kapea-alaisuudella viitataan huippu-urheilukeskeisyyteen ja pinnallisuudella taas kritiikittömään, viihteelliseen sisältöön. Hän määrittelee urheilujournalismin tajuntateollisuudeksi, joka täyttää väkevillä tunne-elämyksillä ihmisten tajuntaa. Esimerkiksi jääkiekon MM-kilpailuissa 1995 media ei yrittänyt hillitä hurmosta muistuttamalla jääkiekon suhteellisen kapeasta asemasta kansainvälisillä kentillä tai maailman parhaimpien poisjäämisestä NHL-kaukaloihin. (Heinilä 2000, 276–277, 281)

David Rowe (2017) on havainnut, että urheilutoimittajat tyytyvät liian usein urheilutoimijoiden tiedonantoon sen sijaan, että vaivautuisivat penkomaan asioita esimerkiksi tutkivan journalismin periaatteita hyödyntäen. Useimmiten urheilujutut perustuvatkin tuloksiin ja niissä esiintyy yleensä vain vähän lähteitä. (Rowe 2017, 526)

Toisaalta osa tutkijoista kokee, että urheilu on muuttunut analyttisemmäksi. Seppo Pänkäläisen (1998, 46) mukaan lähestymistapa on journalismilähtoisempi kuin aiemmin. Kiistatonta on kuitenkin, että urheilu on ollut jo pitkään sanomalehtien suosituimpia sisältöjä. Sen osuus sanomalehdissä on vaihdellut aina parista prosentista jopa kolmannekseen (Pyykkönen & Tuomi 1995, 104).

4.3 Viihteellisempää sisältöä

Heinilän (2000) mukaan urheilu on kirinyt median ansiosta nykyajan suosituimmaksi yleisöviihdeksi. Mitä suurempaa yleisön kiinnostus urheilua kohtaan on, sitä enemmän media

antaa sille tilaa. Urheilujournalismin runsas tarjonta johtaa puolestaan rutiininomaiseen raportointiin. Eri medioiden sisältö muistuttaa hyvin paljon toisiaan niin lajien valinnassa kuin käsittelyssäkin. Heinilän mielestä urheilujournalismi on pääosin tapahtumaselostusta, johon on liitetty urheilijoiden ja valmentajien haastatteluja. (Heinilä 2000, 276–277)

Viihteellisyys nousee esiin lähes jokaisessa urheilujournalismin määritelmässä. Viihteellä mediassa viitataan viestintään, jonka tarkoituksena on saada yleisö tuntemaan olonsa miellyttäväksi eli toisin sanottuna viihtymään. Median viihteellistymisellä taas viitataan viihteen tunnusmerkit täyttävän aineiston suhteellisenä lisääntymisenä viestimissä. Asiajournalismissa viihteellisyys näkyy sensaatiohakuisuutena, lyhyempinä ja pinnallisempina juttuina ja viihdyttävien elementtien lisääntymisenä. Esimerkiksi politiikkoja voidaan nähdä viihdeohjelmissa. (Paloheimo 2008)

Mediasisällön kasvanut tarjonta on kiristänyt kilpailua, mikä näkyy myös sisällöissä. Yleisöä yritetään kosiskella yhä houkuttelevimpien sisältöjen avulla, mikä usein tarkoittaa viihteellisempää sisältöä (Olkinuora 2012).

4.4 Kehykset auttavat toimittajaa

Toimittajat valitsevat näkökulmia ja juttuaiheita niiden ennakkokäsitysten perusteella, mitä heillä tilanteesta tai ilmiöstä on. Kehystämällä tarkoitetaan toimitustyössä käytössä olevaa toimintamallia, jonka avulla toimittajat havainnoivat, tunnistavat, tulkitsevat ja nimeävät erilaisia tapahtumia ja ilmiöitä. Sen avulla huomio kiinnitetään tiettyihin todellisuuden osiin samalla kun toiset osiot jäävät pimentoon. (Kuutti 2012, 83)

Kehystämisen englanninkielisen vastineen eli framing-käsitteen isänä pidetään Erving Goffmania, joka esitti ajatuksen tulkintakehikoista. Kehys sisältää tietynlaisen ennakkokäsityksen siitä, miten todellisuus on rakentunut ja mikä todellisuudessa on merkittävää. (Goffman 1986)

Uudessa tilanteessa etsimme merkkejä siitä, että valitsemamme tulkintakehikko on oikea ja usein apua pyydetään asiantuntijoilta. Yhteiskunnassa on koko ajan käynnissä kilpailu siitä, mikä intressiryhmä saa oman tilannemääritelmänsä vallitsevaksi julkisessa keskustelussa ja sitä myöten ihmisten ajattelussa. Toimittaja puolestaan joutuu työssään yhdistelemään tietoa eri lähteistä ja suosii hektisessä työssä rutiininomaisia tulkintakehikkoja esimerkiksi autokolarista tai hiihtokilpailuista uutisoidessaan. (Karvonen 2000, 79–80) Tämä näkyy myös jalkapallokannattajista uutisoidessa, kun huligaanin kehys tarjoaa helpon ja nopean tavan käsitellä tilanteita. Myös viranomaiset lähestyvät tilanteita tietyn tulkintakehityksen kautta esimerkiksi luokitellessaan kaikki tietyn vaatemerkin vaatteisiin pukeutuneet katsojat riskikannattajiksi.

James Tankardin (2001) mukaan kehystäminen on ennakkokäsitystä monimutkaisempi käsite. Se on muutakin kuin negatiivisen ja positiivisen tai hyötyjen ja haittojen erottelemista toisistaan, ja siihen sisältyy myös valtaa. Uutisten kehystäminen tietyllä tavalla saattaa tukahduttaa joitakin yhteiskunnan ääniä ja heikentää joitakin argumentteja. Media voi myös kehystää joitakin ongelmia niin, että se hyödyttää toista osapuolta ilman, että tilanne näyttäytyy ongelmallisena. Myös poliitikot pyrkivät kehystämään asiansa mahdollisimman itselleen suotuisalla tavalla. (Tankard 2001, 95–96)

Kehystäessä apuna käytetään usein kuvaa, sillä kuvalla voi vaikuttaa myös vastaanottajan tunteisiin. Kuvaa pidetään myös tekstiä vahvempana todisteena. Affektiiviset painotukset voivat ratkaista jopa sen, luetaanko ylipäättään koko juttua (Seppänen 2001, 63).

Kuvilla voidaan joko tukea tai heikentää uutisen sanomaa. Esimerkiksi TV:ssä ja elokuvissa kuva ohjaa jopa puhetta enemmän ajatteluamme. Messariksen ja Abrahamin (2001) mukaan tähän vaikuttaa etenkin kolme tekijää: kuvien yhdenmukainen laatu, niiden indeksisyys sekä yksitulkintaisen, väitetyn lauseopin puute. Siinä missä sanat ja niiden ymmärretyt merkitykset ovat pitkälti sosiaalisen konventioiden tulos, perustuu ymmärrys kuvasta ja sen merkityksestä yhdenmukaisuuteen tai vastaavuuteen. Kuvalla voi myös ohjata ajattelua: esimerkiksi vallassa oleva ihminen kuvataan yleensä alhaalta ylöspäin. (Messaris & Abraham 2001)

Kuvat ovat myös todisteita. Jokin kuulemamme asia, jota ehkä olemme epäilleet, muuttuu nopeasti todeksi, kun näemme siitä valokuvan. Kuva osoittaa, että jokin, joka on samankaltainen kuin kuvassa, on tai ainakin on ollut olemassa. (Sonntag 1984, 12) Kuva tuo juttuun myös konkretiaa. Sitä on helppo hyödyntää esimerkiksi monimutkaista asiaa tai ongelmaa kuvatessa. (Seppänen 2001, 62–63)

Uutiskuvia pidetään usein realistisena representaationa ja läpinäkyvänä todellisuuden kuvauksena, joka vahvistaa journalismiin olennaisesti kiinnittyvää läpinäkyvyyden illuusiota. Toisaalta kuvan ja tekstin merkityksen ristiriita voi kyseenalaistaa koko uutisen uskottavuuden. Valokuva voi avata vaihtoehtoisia, jopa tekstin kanssa kilpailevia tulkintoja. (Seppänen 2001, 63)

Kuva on myös aina ottajansa tulkinta tilanteesta, ja se voi myös vääristää. Se on aina vain pieni salamannopea hetki todellisuutta ja seuraavassa sekunnissa asetelma voi olla kääntynyt päälailleen. Susan Sonntag (1984, 12) muistuttaa, että päättäessään, miltä kuvan tulisi näyttää ja valitessaan tietyn valotusajan kuvaaja liittyy aiheisiinsa aina omia arvokäsityksiään. Myös pienikin muutos kuvakulmassa voi välittää toisenlaisen kuvan. Kuvien rajauksella voidaan jättää ulkopuolelle kokonaiskuvaan olennaisesti vaikuttavia tekijöitä, kun halutaan korostaa tiettyä, valittua näkökulmaa. Kuten Seppänen (2001, 65) asian kiteyttää: valokuuvajan subjektiivisuus on sekä valokuvallisen totuuden tausta että sen suurin uhka.

John Berger (1987) huomauttaa, että valokuvat lainaavat ilmentymiä ja ettei mikään kuva ole yksiselitteinen muuta kuin heille, joilla on henkilökohtainen suhde kuvan tapahtumaan. Siksi avuksi tarvitaan tekstiä, joka selittää enemmän tai vähemmän totuudenmukaisesti kuvatut tapahtumat ja ilmaisee kuvan merkittävyyden. Sanat tarjoavat valokuvalle tulkinnan. Sanat puolestaan saavat autenttisuutta valokuvien kumoamattomuudesta – kuva ja teksti siis täydentävät toisiaan. (Berger 1987, 35–37, 87)

Kehyksien voimaa on testattu myös psykologisesti. Daniel Kahnemanin ja Amos Tverskyn (1984) tutkimuksen osallistajat joutuivat valitsemaan kahden huonon vaihtoehdon väliltä. Koehenkilöiltä kysyttiin, kumman vaihtoehdon he valitsisivat, jos Yhdysvaltoihin leviäisi

epätavallinen aasialainen kulkutauti: vaihtoehto A pelastaisi 200 henkilöä varmasti ja B:n mukaan kaikki 600 henkilöä pelastuisivat kolmasosan todennäköisyydellä. Vaihtoehto A:n valitsi 72 prosenttia vastaajista, vaikka se tarkoitti, että 400 henkilöä kuolee. Kun kysymys toistettiin, mutta muodoksi vaihdettiin, että A:n mukaan 400 kuolisi varmasti ja B pelastaisi kolmasosan todennäköisyydellä kaikki, mutta kahden kolmasosan todennäköisyydellä kaikki menehtyisivät, valitsikin ensimmäisen vaihtoehdon vain 22 prosenttia vastaajista. (Kahneman & Tversky 1984, 343)

5 YLEISÖ URHEILUJOURNALISMISSA JA TUTKIMUSKOHTENA

Tutkimuskohteeni kannalta on merkittävää avata, miten yleisöä on mediatutkimuksessa käsitelty ja miten jalkapalloyleisöstä on urheilumediassa kirjoitettu.

5.1 Yleisö mediatutkimuksessa

Mediatutkimuksessa yleisöjä on tutkittu paljon, mutta kohdetta on pidetty haastavana. Aiemmin yleisöä tarkasteltiin samanlaisena massana, mutta nykyään yleisön, fanin ja kannattajan ymmärretään olevan aktiivinen, merkityksiä tuottava toimija. (Dahlberg & Laine 2017, 67)

Suomessa liikuntasosiologinen yleisötutkimus on kuitenkin ollut verrattain vähäistä. Syyksi on arveltu penkkiurheilun mieltämistä laiskistavaksi toiminnaksi. Toisaalta urheilutapahtumat, etenkin jalkapallo-ottelut, eivät ole keränneet Suomessa Englannin tai Etelä-Euroopan kaltaisia jättiyleisöjä. Myöskään huliganismi ei ole ollut Suomessa ongelma. (Heinonen 2004, 234; Heinonen 2000, 8)

Heinonen ja Godenhjelm (2001) esittävät, että kynnys urheilun seuraamiselle on matala, sillä sitä varten ei tarvitse erityisiä tietoja tai taitoja eikä juurikaan kulttuurista pääomaa. Urheilun seuraamista on pidetty miehisenä ja siihen on liittynyt matala sosiaalinen status. Urheilun seuraamiseen on liitetty työväenluokkainen maskuliinisuus, johon yhdistetään henkisen työn välttäminen ja ruumiillisen työn suosiminen. Urheilun seuraamisen on katsottu olevan hyvää vastapainoa työväenluokkaisen työn fyysisyydelle ja raskaudelle. (Heinonen & Godenhjelm 2001, 21–22)

2000-luvulla yleisöä on kuitenkin tutkittu myös Suomessa. Suomalaisten jääkiekkofanien mediakuvaa tarkastelleet Olli Dahlberg ja Antti Laine (2017, 67) huomauttavat, että yleisö- ja fanilähtöiset tutkimukset ovat usein muotoutuneet yleisönä olemisen puolustuspuheenvuoroiksi vastakohtana kielteisille ja stereotyyppisille käsityksille penkkiurheilusta.

5.2 Yleisö urheilumediassa

Ensimmäiset maininnat yleisöstä urheilusivuilla löytyvät länsinaapurissa 1900-luvun alusta. Ruotsalaismedian mielestä yleisö, etenkin seisomakatsomoiden nuoret miehet, oli liian äänekkästä ja ahdasmielistä varsinkin paikallisotteluissa. Siksi ruotsalaismedia kannusti yleisöä siivoon käytökseen. Yleisön riehaantuminen johtui median mielestä kentän tapahtumista, esimerkiksi joukkueiden välisestä nahistelusta. Vuonna 1914 Nordisk Idrottslif -lehdessä yleisölle jaettiin käytösohjeita lähtien siitä, koska oli soveliasta taputtaa. (Andersson & Radmann 1998, 144–145)

Andersonin (2010) mukaan huliganismista puhuttiin mediassa ensimmäisen kerran englantilaisten jalkapallokannattajien välisestä selkkauksesta kerrottaessa 1950-luvulla. Ruotsalaismediat olivat käyttäneet jalkapallo-otteluissa ilmenneistä kärhämistä termiä *publikuppträde* eli vapaasti suomennettuna yleisön keskuudessa tapahtunut yhteenotto. Termiä *publikbråk* eli yleisötappelu käytettiin puolestaan vakavimmista selkkauksista, jotka usein johtivat myös maan jalkapalloliiton tutkintaan. (Andersson 2010, 13)

1900-luvun alkupuoliskon lehdistössä raportoidut ”huligaanitappelut” olivat usein spontaaneja ja kohdistuivat pääasiassa pelaajiin ja tuomareihin; puhtaasti eri kannattajaryhmien välisiä selkkauksia oli vain muutamia. Andersson (2010) nostaa esiin, että 1900-luvun alkupuoliskolla mediassa ei myöskään kiinnitetty huomiota yleisön kentälle ryntäämiseen, sillä sitä pidettiin täysin normaalina voittavan joukkueen juhlintana. (Andersson 2010, 16)

5.3 Media mielikuvien luoja

Mediaa on monesti syytetty huliganismin synnyttämisestä. Green (2010) esittää, että kyseessä olisi osittain median luoma ilmiö ja antamalla ilmiölle paljon tilaa mediassa ongelma vain pahenee: moni nuori, vaikutteille altis jalkapallokannattaja saattaa viehtyä vaarallisista otsikoista ja hakeutua mukaan toimintaan. Greenin mukaan media sortuu usein myös liioitteluun. Esimerkiksi ennen Belgian ja Hollannin järjestämiä vuoden 2000 jalkapallon EM-kisoja osa journalisteista ja kameratiimeistä harjoitteli sota-alueella ja käytti happinaamareita

pelipäivinä. Liiottelu ja syyllistäminen voi Greenin teorian mukaan sysätä huligaanit yhä rankempiin tekoihin. (Green 2010, 102–103)

Mediaa on kiittäminen myös siitä, että huliganismista puhuttaessa katse kääntyy usein Englantiin ja jalkapallohuliganismia on nimitetty Englannin taudiksi. Dunning ym. (2002) huomauttavat kuitenkin, että jalkapalloväkivallan aiheuttamat kuolemantapaukset olivat jo tuolloin yleisempiä Etelä-Amerikassa. Esimerkiksi Perussa isäntämaan ja Argentiinan välisessä maaottelussa tapahtuneessa selkkauksessa menehtyi vuonna 1964 arviolta 287–328 ihmistä ja loukkaantui noin 5 000. (Dunning 2002, 4–5)

Heinonen (2002, 15) nostaa Suomessa esiin vuonna 2000 pelatun Suomen ja Englannin välisen MM-karsintaottelun, jossa iltapäivälehdet jakelivat turvaohjeita brittihuligaaneja vastaan, ja yhdessä jutussa käytettiin kuvituskuvana tappelevia kannattajia sekä puukotuksen uhria. Mitään järjestyshäiriöitä ei ottelussa kuitenkaan ilmennyt. Esimerkkejä on myös lähihistoriassa: ennen elokuun 2016 Stadin derbyä ylikomisario Seppo Kujala kommentoi Yleisradiolle, että ”sivulliset voivat olla vaarassa”. Heinonen (2002, 15–16) havainnollistaa 2000-luvun alun tilannetta toteamalla, että lööppejä seuraamalla näyttää vahvasti siltä, että jalkapalloon liittyvä fanatismi on yksinkertaisesti vaarallista.

Kananen (2019) puolestaan muistuttaa, että Suomessa jalkapallo on vasta toiseksi suosituin laji, minkä vuoksi monet kansainvälisessä tutkimuskirjallisuudessa ja mediassa esitetyt kannattajuuteen liitetyt käsitykset istuvat huonosti suomalaisen seurajalkapallon kontekstiin. Suomalaisessa seurajalkapallossa yleisömäärät, rahavirrat sekä poliittinen ja yhteiskunnallinen merkitys ovat huomattavasti suurta maailmaa pienemmät. (Kananen 2019, 70)

Merkkejä median roolin tärkeydestä kannattajiin liittyvien mielikuvien rakentamisessa on myös toiseen suuntaan. Andersson ja Radmann (1998, 150) kirjoittavat, että siinä missä englantilaismedia osallistui aktiivisesti luomaan mielikuvaa englantilaisista väkivaltaisista huligaaneista, tanskalaismedialla oli tärkeä osa roligaani-tarinassa, jossa tanskalaisfanit esitettiin iloisina, tunnelmaa luovina ja vimmatusti kannustavina, mutta rauhaa rakastavina kannattajina.

Radmann (2015) on tutkimuksissaan törmännyt median huolimattomuuteen huligaani-termin käytössä ja löytänyt yhteyksiä huolimattoman käytön ja yleisön uskomusten välillä. Vaikka tutkimusten mukaan väkivalta jalkapalloareenoilla oli vuonna 2011 vähentynyt ja järjestyshäiriöistä raportoitiin vain neljässä 490:stä Ruotsin kahdella korkeimmalla sarjatasolla pelatussa ottelussa, koki seitsemän kymmenestä vastaajasta, että huliganismi on lisääntynyt. (Radmann 2015, 17–20)

Radmannin (2012) mukaan media luo osaltaan paniikkia, joka johtaa vaatimuksiin tiukennetuista turvatoimista. Radmann kokee, että nykymedia käsittelee ilmiötä jopa aiempaa raaemmin. Toisaalta median ja varsinkin urheilujournalismin luonteeseen kuuluu tehdä yksittäisen ottelun tai tapahtumasarjan perusteella provokatiivisia, lukijoiden tunteisiin vetoavia johtopäätelmiä (Kolamo 2014, 90).

Brännberg (2010) näkee, että osa kannattajien käytöksestä johtuu siitä, miten heitä kohtaan käyttäydytään. Seisomakatsomosta jalkapallo-otteluita seuraavat katsojat luokitellaan helposti huligaaneiksi, ja moni poliisi, vartijat ja turvallisuudesta vastaavat henkilöt suhtautuvat heihin siksi aggressiivisesti. Epäasiallista kohtelua saattaa kohdata vain siksi, että sattuu pukeutumaan suosikkijoukkueensa huiviin. Brännbergin mukaan eläimellinen kohtelu johtaa helposti turhautumiseen, kun kaikki, mitä kannattajat tekevät, tulkitaan huliganismina. Jossain vaiheessa turhautuminen purkautuu väkivaltana, joka saa alkunsa ihmisarvon menetyksen tunteesta. Samassa yhteydessä Brännberg nostaa esille sosiologiasta tutun leimautumisteorian, jonka mukaan ihmisestä tulee huligaani, kun ympäristö kohtelee häntä huligaanina. (Brännberg 2010, 65–67)

Samaan ajatukseen kietoutuu myös poliisien runsas määrä erilaisten ottelutapahtumien yhteydessä. Keskusteluissa on herännyt ajatus siitä, että poliisien paikoitellen yltiömitoitettu määrä lietsoo osaltaan jalkapallokannattajia vihamieliseen käyttäytymiseen (Brimson 2003, 170).

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tässä luvussa paneudun tutkimukseni toteutukseen. Kerron tutkimukseni tavoitteesta ja tutkimuskysymyksistä. Avaan myös tutkimuksen teoreettisia lähtökohtia.

6.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset

Tämän pro gradu -tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, millainen kuva suomalaisista jalkapallokannattajista välittyy kotimaisessa mediassa julkaistujen juttujen perusteella.

Tavoitteenani on selvittää, millaisia juttuja jalkapallokannattajista kirjoitetaan, kuinka paljon ja missä yhteyksissä. Tutkin, millainen kuva jalkapallokannattajista suomalaisissa sanomalehdissä muodostuu ja ketkä pääsevät jutuissa ääneen. Tutkimuskysymyksiä on asetettu kolme:

1. Millainen on suomalaisen jalkapallokannattajan mediakuva?
2. Mitkä seurat nousevat jutuissa esiin?
3. Ketkä toimijat pääsevät jalkapallokannattajia koskevissa jutuissa ääneen?

Etsin tutkimuskysymyksiini vastauksia tarkastelemalla suomalaisia jalkapallokannattajia koskevia juttuja valtakunnallisen Ilta-Sanomien sekä valtakunnallisen ja toisaalta myös paikallisen Helsingin Sanomien sivuilta.

Tutkimukseni sijoittuu liikunnan yhteiskuntatieteiden alalle, tarkemmin ottaen liikuntasosiologiaan. Liikuntasosiologian tarkoituksena on tarjota näkökulmia ja faktoja sekä tehdä urheilun sosiaalisia ja kulttuurillisia realiteetteja näkyviksi. Liikuntasosiologiassa tarkastellaan myös liikunnan toimijoiden vuorovaikutussuhteita sitä, miten liikuntaa organisoimme sekä sitä, miten liikunta kytkeytyy yhteiskuntaan esimerkiksi taloudellisista ja

poliittista lähtökohdista tarkasteltuna. Myös kulttuuri, arvot sekä niiden muutos ovat liikuntasosiologioiden kiinnostuksen kohteena. (Nixon 2008, 1–2)

Jos urheilujournalismia karsastettiin pitkään journalismin ja viestinnän tutkimuksen parissa, ei urheilukaan ollut sosiologioiden suosiossa. Hannu Itkonen (2002) esittää Patrikssonia lainaten, että urheilua ei pidetty riittävän hyödyllisenä aktiviteettina, jotta se ansaitsisi laajaa tutkimuksellista huomiota. Toisekseen urheilua ei pidetty tarpeeksi sivistyneenä kulttuurin alaosana, jotta sitä voisi tutkia akateemisesti. (Itkonen 2002, 8)

Liikuntasosiologian lisäksi tutkimukseni sijoittuu myös viestinnän kentälle. Käsiteluvussa avasin jo urheilujournalismin historiaa sekä tutkimukseni kannalta merkittävää kehystämisen käsitettä. Tutkimuksessani pyrin analyysin kautta rakentamaan kuvaa suomalaisen jalkapallokannattajan julkisuuskuvasta eli avaamaan mielikuvia, joita jalkapallokannattajiin mediateksteissä liitetään.

6.2 Tutkimusaineisto

Aineistoni perustuu Ilta-Sanomista ja Helsingin Sanomista 1.4.2018–1.11.2018 välisenä aikana kerättyihin suomalaisia jalkapallokannattajia käsitteleviin juttuihin, jotka löytyivät myös kyseisten medioiden verkkosivuilta. Olen ottanut tarkasteluni kohteeksi myös juttujen yhteydessä julkaistut kuvat, sillä Seppästä (2001, 63) lainatakseni kuvia voidaan pitää tekstiä vahvempana todisteena. En kuitenkaan ole tehnyt kuvista syvällistä analyysia, vaan olen luokitellut, mitä juttujen pääkuvissa esiintyy ja esitän tulokset myös taulukkomuodossa. Käsitelen tuloksia myös johtopäätöksissä.

Ajankohta valikoitui Veikkausliigakautta mukailevan aikataulun mukaan. Tarkoitukseni ei kuitenkaan ollut käsitellä pelkästään Veikkausliigaseurojen kannattajia, sillä esimerkiksi Helsingin IFK pelasi kaudella 2018 Ykköstä. Valitsemani ajankohta ei jättänyt ulkopuolelle myöskään montakaan maajoukkueen tapahtumaa, sillä Huuhkajat pelasi syksyn ottelunsa lokakuussa.

Alkuperäinen ajatukseni oli jättää maajoukkueen kannattajat tarkastelun ulkopuolelle, mutta päädyin ottamaan jutut kuitenkin mukaan nähdäkseni, kirjoitetaanko maajoukkueen kannattajista eri tavalla kuin seurajoukkueiden kannattajista. Sen sijaan ulkomaalaisia jalkapallokannattajia koskevat jutut jätin tarkoituksella pois, sillä tarkasteluni kohteena olivat suomalaiset jalkapallokannattajat. Ulkomaalaisia kannattajia koskevia juttuja tuli hakutuloksissa vastaan muutamia lähinnä Venäjällä pelattujen vuoden 2018 miesten MM-kisojen vuoksi.

Halusin aloittaa tarkastelun noin viikkoa ennen Veikkausliigakauden alkua ja päättää sen muutama päivä sen päättymisen jälkeen, jotta ennakoasetelmille ja jälkipyykeille olisi riittävästi aikaa. Vuonna 2018 Veikkausliigakausi käynnistyi 7.4. ja päättyi 28.10. Toki aikajana olisi voinut olla vuosikin, sillä seurajoukkueiden Suomen cup käynnistyi jo alkuvuodesta, mutta arvioin seitsemän kuukauden ajan riittäväksi.

Helsingin Sanomiin ja Ilta-Sanomiin päädyin puolestaan niiden suosion ja valtakunnallisuuden vuoksi. Vaikka Helsingin Sanomissa painottuvat pääkaupunkiseudun aiheet, sitä luetaan valtakunnallisesti.

6.2.1 Helsingin Sanomat ja Ilta-Sanomat

Helsingin Sanomat on Suomen suosituin seitsemänä päivänä viikossa ilmestyvä sanomalehti, joka tavoitti vuonna 2017 viikossa kaikissa kanavissaan lähes 1,8 miljoonaa lukijaa. Päivittäin lehden ja sen digitaalisen version luki samana vuonna suunnilleen 690 000 henkilöä. Samaan Sanoma-perheeseen kuuluvan Ilta-Sanomien printti- ja digilehden luki viikoittain 353 000 henkilöä, mutta kaikki kanavat tavoittivat viikossa peräti 2,4 miljoonaa lukijaa. (Media Audit Finland, 2018)

Se, että molemmat lehdet kuuluvat Sanoma-konserniin, ei ole tilanteena ihanteellisin, mutta käytännöllisistä syistä päädyin tähän ratkaisuun. Ilta-Sanomien kilpailija Iltalehdellä ei ollut Sanomien kaltaista selkeää hakutoimintoa, vaan haku olisi pitänyt tehdä heidän toimituksessaan. Helsingin Sanomien sisällöissä painottuvat luonnollisesti pääkaupungin

aiheet, mutta se on myös valtakunnallisesti Suomen luetuin päivälehti. Tässä kohtaa on syytä lisäksi mainita, että Sanoma omistaa myös Veikkausliigan tv-oikeudet. Otteluita se on esittänyt sopimuksen alusta eli vuodesta 2015 lähtien Ruutu-palvelussaan. Laineen ja Turtiaisen (2018) mukaan mediayhtiö, joka on maksanut miljoonia urheilutapahtuman lähetysoikeuksista, pyrkii saamaan sijoitukselleen katetta. Sen vuoksi se uutisoi siitä säännöllisesti, mutta ei esitä kritiikkiä, mikä muistuttaa pikemminkin markkinointia kuin journalismia. (Laine & Turtiainen 2018, 284) Suomessa kotimaisen jalkapallon mediaoikeudet eivät ole läheskään yhtä hintavia kuin kansainväliset.

Toisaalta Ilta-Sanomat on käsitellyt Veikkausliigan (tv-)katsojamääriä hyvin kriittisesti. Toimittaja Joonas Kuisma arvosteli kommentissaan syksyllä 2021, että Veikkausliigan mestaruuden ratkaissut huippuottelu ei kiinnostanut ketään ja että Veikkausliiga näkyy julkisuudessa paljon enemmän kuin mitä se katsojalukujen perusteella ansaitsisi. (Ilta-Sanomat 12.11.2021) Vuonna 2022 Ilta-Sanomaa on jopa kritisoitu etenkin sosiaalisessa mediassa vähäisestä kotimaan jalkapallon raportoinnista.

6.2.2 Aineiston valinta

Kirjallisuusosiossa nousi esiin muutamia kannattajia kuvaavia termejä, joiden avulla lähdin etsimään suomalaisia jalkapallokannattajia koskevia juttuja. Nämä käsitteet olivat (jalkapallo)fani, (jalkapallo)kannattaja sekä huligaani. Uskoin, että näiden kolmen käsitteen avulla pystyn tavoittamaan kaikki etsimäni jutut, sillä kannattajista ja faneista on lähes mahdotonta kirjoittaa mainitsematta termejä. Huligaanin halusin ottaa mukaan kirjallisuusosiossa esiin nousseesta syystä, jonka mukaan media suosii helposti termin käyttöä.

Vaikka ensimmäisen hakuni suoritus hakusanoilla rajatusti urheiluosastolta, en tietoisesti lähtenyt rajaamaan juttuja pelkästään urheiluosastolle, sillä halusin tavoittaa sanomalehdistä kaikki ne jutut, joissa kirjoitetaan suomalaisista jalkapallokannattajista. Siksi hain tuloksia myös muilta osastoilta.

Ilta-Sanomien urheiluosastolta jalkapallofanilla löytyi juttuja 36 kappaletta, huligaanilla kuusi juttua ja kannattajalla yli 50 hakutulosta, osa luonnollisesti myös päällekkäisiä. Halusin varmistaa, että tavoitan varmasti kaikki jutut, jolloin laajensin tarkasteluni koskemaan kaikkia osastoja, mutta yksikään osumista ei täyttänyt tarkasteluni kriteerejä. Ilta-Sanomien kohdalla kaikki paitsi yksi osuma tulivat urheilusivuilta. Yksi Huuhkaja-kannattajien keskinäisestä kärhästä kertova uutinen oli peräisin kotimaan osastolta.

Otsikoiden ja juttujen aihesanojen (esimerkiksi Veikkausliiga) avulla löysin jutuista ne, jotka kelpaisivat tarkasteluni kohteeksi. Kahden jutun kohdalla jouduin tekemään tarkempaa harkintaa, ja lopulta päädyin jättämään ne pois. Toinen niistä mainosti Pallokerhon podcastia, ja vaikka itse podcast aihetta käsittelikin, ei kirjoitetussa jutussa kuvailtu kuin virkkeellä kyseistä jaksoa. Yksi jutuista oli otsikoitu fanien hylänneen HJK:n, ja vaikka aihetta jutussa virkkeen verran sivuttiinkin toteamalla fanikatsomon ammottaneen tyhjyyttään, kyseessä oli HJK:n ja RoPSin välisen ottelun raportti. Lopulta rajasin mukaan 20 juttua, joista 15 käsitteli Veikkausliigaseurojen, yksi Ykkösen seuran, kolme Suomen miesten jalkapallomaajoukkueen ja yksi naisten liigan seuran kannattajia.

Helsingin Sanomien kohdalla osumia tuli yhteensä 15, joista 12 käsitteli Veikkausliigaseurojen, yksi osittain myös Ykkösen seuran ja kolme Suomen jalkapallomaajoukkueen kannattajia. Helsingin Sanomissa kaksi juttua löytyi kotimaan osastolta, loput urheiluosastolta.

Työssäni urheilutoimittajana olen huomannut, että monen aiheen kohdalla kysymys siitä, kuuluuko juttu kotimaan uutispuolelle vai urheilutoimitukselle, ei ole aivan yksinkertainen. Green (2010) on havainnut, ettei juttujen sijoittelulla eri osastoille ole monissa medioissa juurikaan logiikkaa. Esimerkkinä hän nostaa erään marraskuussa 2007 ilmestyneen ruotsalaisen päivälehti Svenska Dagbladetin numeron, jossa kannattajien välisessä välienselvittelyssä ammuskelukin seurauksena kuolleen italialaisen jalkapallojoukkue Lazioin kannattajan kuolinuutinen päätyi urheilusivuille, mutta kotimaisen bandysarjan kannattajien välisestä tappelusta kerrottiin kotimaan sivuilla. (Green 2010, 102–103)

Helsingin Sanomista päätin rajata aineiston ulkopuolelle yhden jutun, vaikka jutussa käsiteltiin myös Suomen jalkapallomaajoukkueen kannattajia. Aineiston ulkopuolelle jääneessä jutussa hehkutettiin Huuhkajien vierasottelua, joka oli lopulta muuttunut kotiotteluksi. Juttu oli kuitenkin otteluraportti Suomen ja Viron välisestä EM-karsintaottelusta, ja luokitteluni perusteella kannattajien oli oltava jutun keskiössä, jotta juttu voitaisiin valita aineistoon mukaan.

6.3 Metodologiset ratkaisut

Tutkimukseni lähestymistapa on ensisijaisesti laadullinen, vaikka yhdistinkin sanomalehtien aineistoa tarkkaillessani määrällisen ja laadullisen tutkimusotteen. Pertti Alasuutarin (2011, luku 2) mukaan kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen analyysin soveltaminen samassa aineistossa on yleistä. Tutkimustarkoitusta varten muokatun analyysitavan tarkoituksena on tutkittavasta ilmiöstä tiivistetyn kuvauksen muodostaminen sekä tekstin merkitysten tunnistaminen.

Laadullisessa tutkimuksessa lähtökohtana on tutkijan avoin subjektiviteetti. Tutkimuksessa käytetyt käsitteet, tutkimusasetelma ja menetelmät ovat kaikki tutkijan itse valitsemia, minkä vuoksi voidaan tunnustaa, etteivät havainnotkaan voi olla täysin objektiivisiä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 98)

Pelkistetyimmässä muodossaan laadullisella aineistolla viitataan aineistoon, joka on tekstiä. Teksti on syntynyt joko tutkijasta riippuen tai hänestä riippumatta. Se voi olla haastattelu, omaelämäkerta, mielipidekirjoitus tai vaikkapa mainos. Myös joukkotiedotuksen tuotteet soveltuvat laadullisen analyysin kohteeksi. Dokumentteja ja muita valmiita aineistoja voi analysoida hyvin erilaisin tavoin, esimerkiksi tapaustutkimuksen tai aineiston kvantifioinnin tavoin. (Eskola & Suoranta 1998, 15, 118–119)

Kvantitatiivisessa analyysissä argumentoidaan lukujen ja niiden välisten yhteyksien avulla. Siinä etsitään tilastollisia säännönmukaisuuksia tavasta, jolla eri muuttujien arvot toisiinsa liittyvät. Lähtökohtana on, että aineisto saatetaan taulukkomuotoon. Kvalitatiivisessa analyysissä aineistoa tarkastellaan kokonaisuutena. Laadullinen analyysi koostuu kahdesta

vaiheesta: havaintojen pelkistämisestä ja arvoitusten ratkaisemista. Pelkistäminen ei kuitenkaan tarkoita, että laadullisessa tutkimuksessa olisi tarkoituksena määritellä tyyppitapauksia tai keskivertoyksilöitä. (Alasuutari 2001, luku 2)

6.3.1 Sisällön erittely

Aloitin siis tarkasteluni hyödyntämällä määrällistä sisällönanalyysia eli sisällönerittelyä. Veikko Pietilän (1973, 53–54) mukaan sisällön erittelyllä tarkoitetaan menettelytapoja, joiden avulla dokumenttien sisällöstä tehdään havaintoja ja kerätään tietoja. Sisällön erittelyssä dokumenttien sisältöä voidaan kuvata joko tilastollisesti tai sanallisesti, mutta usein sisällön erittelyllä viitataan sisällön kuvailemiseen tilastollisessa muodossa.

Havaintoyksikkönä käytin yhtä juttua eli uutisartikkelia. Esimerkiksi faktalaatikkoa ei luokiteltu omaksi jutukseen, vaan se oli osana juttua. Laskin aineistostani käyttämieni hakusanojen perusteella kriteerini täyttävien juttujen määrän, jolloin sain tulokseksi 35. Luokittelin jutut erilaisiin juttujen sisällön perusteella muodostettuihin luokkiin, juttutyyppeihin, joiden perustana käytin Pietilän (2008) sekä Kuutin (2006) luokittelua seitsemään perusjuttutyyppiin. Palaan juttutyyppeihin vielä myöhemmin.

Tuomi ja Sarajärvi (2008) kuvailevat luokittelua yksinkertaisimmaksi aineiston järjestämisen muodoksi, jota pidetään kvantitatiivisena analyysina sisällön teemoin. Se voi yksinkertaisimmillaan olla luokkien määrittelyä, jonka jälkeen lasketaan, montako kertaa kyseinen luokka esiintyy aineistoissa ja luokiteltu aineisto voidaan tämän jälkeen esittää taulukkomuodossa. (Tuomi & Sarajärvi 2008, 93)

Toisaalta Alasuutari (2011) esittää, että tyypittelyssä ja tapausten laskemisessa ei vielä voida puhua kvantitatiivisesta analyysista eli määrällisillä suhteilla argumentoimisesta. Taulukointi on vain eräänlainen tapa esitellä aineisto, johon laadullinen analyysi perustuu. Toisaalta tapausten laskeminen ja taulukointi voi olla eräällä tapaa määrällisillä suhteilla todistelua, sillä tapausten taulukoinnilla todistetaan kaikkiin tapauksiin pätevän säännön olemassaolo. (Alasuutari 2011, luku 10)

Juttumäärä (n=35) ei ollut kovin laaja, mutta kvantitatiivinen luokittelu tarjosi kuitenkin analyysille rungon.

6.3.2 Sisällönanalyysi

Päädyin sisällönanalyysiin analyysimenetelmänä, sillä tarkoitukseni on nimenomaan selvittää, miten suomalaisista jalkapallokannattajista mediassa puhutaan.

Laadullista sisällönanalyysia voi pitää kvalitatiivisen analyysin perustyökäluna. Sen tarkoituksena on luoda tutkittavasta ilmiöstä sanallinen sekä selkeä kuvaus. Sisällönanalyysissa aineisto pyritään järjestämään tiiviiseen ja selkeään muotoon sisältöä kadottamatta. Kun aineistoon on saatu selkeyttä, on sen mahdollista tuottaa uutta tietoa tutkittavasta asiasta. (Silvasti 2014, 33; Tuomi & Sarajärvi 2008,108; Eskola & Suoranta 1998, 137)

Silvasti (2014) muistuttaa, että analyysi tarkoittaa suomeksi erittelemistä, jäsentämistä ja tarkastelemista. Tutkija etsii aineistoista säännönmukaisuuksia, jotka toisaalta usein tulevat esiin, kun niitä vertaa “normaalin” haastaviin poikkeavuuksiin. Analyysivaiheessa tutkijan tavoitteena on tunnistaa aineistossa esiintyviä ilmiöitä ja eritellä niitä. Tavoitteena voi uusien ilmiöiden ja merkitysten löytämisen lisäksi olla yhtä lailla tuttujen ilmiöiden ja asioiden havaitseminen uudessa ympäristössä tai uudenaikaisessa merkityksessä. Lopullisena maalina voidaan pitää ilmiön syvällistä ymmärtämistä tai tuohon ymmärrykseen perustuvaa teorian kehittämistä. (Silvasti 2014, 37)

Laadullista analyysia voidaan tehdä joko aineistolähtöisesti, teoriasidonnaisesti tai teorialähtöisesti. Teoriaohjaavassa analyysissa hyödynnetään aikaisempaa tietoa, mutta sen merkitys ei ole teoriaa testaava vaan uusia ajatuksia aukova. (Tuomi & Sarajärvi 2008, 95–97) Oma analyysini muistuttikin luonteeltaan teoriaohjaavaa analyysia, sillä hyödynsin aiempia tutkimuksia ja kirjallisuusosiossa esiin nousseita käsitteitä aineistoa etsiessäni. Toisaalta etenin aineisto edellä kuten aineistolähtöisessä sisällönanalyysissa on tapana. Tuomen ja Sarajärven (2008) mukaan aineistolähtöinen analyysi noudattaakin kolmea vaihetta: aineiston

pelkistämistä eli redusointia, aineiston klusterointia eli ryhmittelyä ja lopuksi yleiskäsitteiden muodostamista eli abstrahointia.

Jo aineiston määrällinen tarkastelu edellytti huolellista lähilukua sekä aineiston redusointia. Varsinainen laadullinen analyysi käynnistyi kuitenkin vasta määrällisen tarkastelun jälkeen. Ensimmäiseksi jaoin tekstit muutaman lauseen tekstipätkiin. Seuraavaksi tarkastelin, miten aiheista on puhuttu eli nimesin ja ryhmittelin erilaisia puhetapoja. Viimeisessä vaiheessa eli abstrahoinnissa yhdistelin ja pelkistin puhetapoja.

Tiina Silvasti (2014) huomauttaa, että aineistonkeruun ja analyysin vaiheet kietoutuvat usein kvalitatiivisessa tutkimuksessa toisiinsa. Siksi tutkimuksen kuluessa tutkimusongelmaa jäsentävät tutkimuskysymykset voivat täsmentyä tai jopa suuntautua uudelleen. Analyysivaiheessa voi myös ilmetä, että aineistoa tarvitaankin lisää, sillä tutkija ei välttämättä kysymyksiä muodostaessaan ole ollut tietoinen kaikista tutkimusongelman piirteistä. Tutkimuksen edetessä voi myös ilmetä, etteivät kysymykset ole olleet riittävän teräviä. (Silvasti 2014, 35, 38) Näin kävi myös tutkimukseni kohdalla, sillä alun perin tarkoitukseni oli tutkia vain suomalaisten seurajoukkueiden kannattajia. Päädyin kuitenkin laajentamaan aineistoani koskemaan myös Suomen maajoukkueen kannattajia.

Sisällönanalyysiin liittyy lisäksi riski siitä, että uuden tiedon tuottamisen kannalta tärkein vaihe eli abstrahointi jää puutteelliseksi, ja että luokittelu ja uudelleenjärjestely esitetään itse tuloksina. Aineistonanalyysin kolmannessa vaiheessa on tarkoitus erottaa tutkimuksen kannalta olennainen tieto ja muodostaa sen pohjalta teoreettisia käsitteitä sekä rakentaa johtopäätöksiä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 103–104)

7 TULOKSET

Tässä luvussa analysoin tutkimusaineistoni kahdessa vaiheessa. Ensin tarkastelen aineiston määrällisessä muodossa ja seuraavassa vaiheessa perehdyn aineistoon laadullisesti ja syvällisemmin.

7.1 Aineiston määrällinen tarkastelu

Juttujen määrää tarkastelemalla esittelen aineiston laajuuden. Sen jälkeen kerron, minkä seurojen tai joukkueiden kannattajat nousevat jutuissa esiin ja ketkä toimijat pääsevät jutuissa ääneen. Tarkastelen myös juttutyypeittäin, millaisissa jutuissa kannattajista kirjoitetaan. Tässä kohtaa esittelen myös, miten jutut oli kuvitettu.

7.1.1 Juttujen määrä

Kaikkiaan tutkimukseeni mukaan kelpuuttamia juttuja löytyi 35 kappaletta, joista 20 oli Ilta-Sanomista ja 15 Helsingin Sanomista. Ilta-Sanomien jutuista 15 käsitteli Veikkausliigaseurojen, yksi Ykkösen seuran, kolme Suomen miesten jalkapallomaajoukkueen ja yksi naisten liigan seuran kannattajia. Helsingin Sanomien jutuista 12 käsitteli Veikkausliigaseurojen, yksi osittain myös Ykkösen seuran ja kolme Suomen jalkapallomaajoukkueen kannattajia.

7.1.2 Juttutyypit

Juttutyyppi eli journalistinen genre sisältää erilaisia journalistisia, kullekin jutulle ominaisia muotokielellisiä seikkoja. Genrellä viitataan yksittäisen ohjelman tai jutun identiteettiin, joka on tietyssä suhteessa jutun tarkoitukseen, muotoon ja merkitykseen. Juttutyyppi säätelee mediatekstien tuotantoa ja vastaanottoa erilaisten tulkintakehysten avulla. Esimerkiksi uutisen odotetaan vastaavan tiettyihin kysymyksiin ja noudattelevan tiettyä muotoa. (Kuutti 2006, 71)

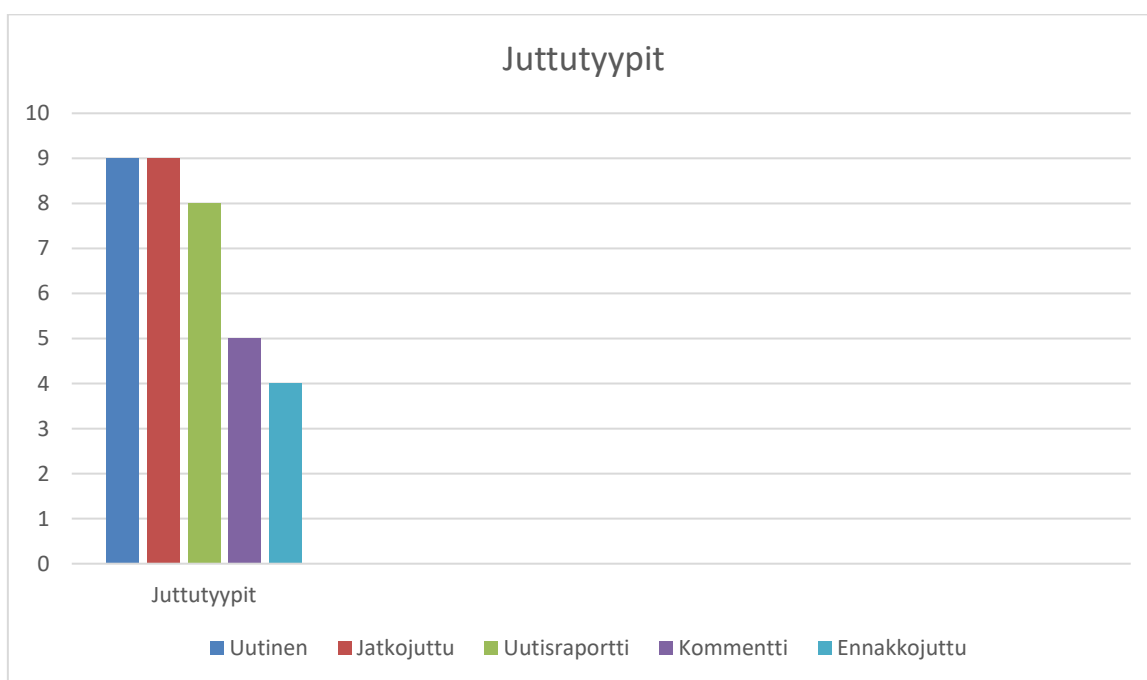
Luokittelin jutut niiden sisällön perusteella sekä Kuutin (2006) että Pietilän (2008) juttutyypiluokittelua hyväksi käyttäen. Pietilä luokittelee seitsemän eri juttutyyppeä eli uutisen, taustajutun, selostuksen reportaasin, haastattelun, pääkirjoituksen ja pakinan yhdeksän kriteerin eli perusfunktion, kannanoton esiintymisen, ajankohtaisuuden asteen, ilmaisuvapauden asteen, tyypillisten lähteiden, esitystavan, rakenteen, transparenttisuuden asteen ja tekstin koherenssin perusteella. (Pietilä 2008, 39–41) Uutinen vastaa kysymykseen mitä, missä ja milloin. Pietilä (2008) kuvaa uutista perusjuttutyypin perusjuttutyypiksi ja sanomalehtien peruskiveksi. Uutinen kertoo uuden, yllättävän ja merkittävän tiedon äskettäin tapahtuneesta tai tietoon saatetusti yleisesti kiinnostavasta asiasta. Uutinen voidaan jakaa ennakkouutiseen, tapahtumauutiseen ja jälkiuutiseen sekä taustajuttuun eli selvitykseen siitä, miksi jotakin on tapahtunut ja mitä siitä seuraa. (Kuutti 2006, 209)

Heikki Kuutti (2006) jaottelee uutistyyppit uutissähkeeseen, uutisraporttiin, uutiskommenttiin ja uutistaustaan. Uutissähkeessä asiat kerrotaan mahdollisimman nopeasti ja yhteenvetomaisen tiivistetysti, kun taas uutisraportti on uutissähköttä laajempi, tapahtumaa tarkemmin kuvaileva teksti. Uutiskommentti tulkitsee tarkasteltavia asioita ja tapahtumia ja uutistausta liittää uutisen laajempiin asiayhteyksiin. (Kuutti 2006, 209)

Näitä hyödyntäen päädyin jaottelemaan aineistoni uutiseksi, uutisraportiksi- ja reportaasiksi, ennakkojutuksi, jatkojutuksi ja kommentiksi. Uutinen muistutti eniten uutissähköttä, mutta koska muutaman lauseen uutissähkeitä ei aineistostani löytynyt, päädyin nimittämään ensiuutisia ja tiedotteiden pohjalta tehtyjä lyhyehköjä juttuja uutisiksi. Usein niihin oli sisällytetty myös sitaatti tai sitaatteja.

Uutisraporteiksi laskin ensiuutista laajentavat jutut, joissa on avattu tilannetta kattavammin. Uutisraportteihin- ja reportaaseihin sijoitin myös kannattajien luomaa tunnelmaa kuvailevat peliraportit ja aineiston ainoan kuvajutun. Jatkojutuista ne erottuivat juuri laajuutensa ja toimittajan läsnäolon vuoksi. Jatkojutuiksi laskin kaikki ensiuutisen jälkeen samaa aihetta koskevat jutut, joita oli jatkettu esimerkiksi seuran tiedotteen näkökulmalla tai Palloliiton edustajan kommentilla. Varsinaisiksi taustajutuiksi en niitä kuitenkaan laskenut, sillä ne eivät taustoittaneet ilmiötä sen laajemmin tai liittäneet sitä yhteiskunnalliseen keskusteluun.

Useimmiten niissä jatkettiin aihetta vain yhdellä pelkistetyllä, kapealla näkökulmalla, esimerkiksi Veikkausliigan toimitusjohtajan kommentilla siitä, voidaanko vastedes pelata viikonloppuisin, jos kannattajat syyllistyvät häiriökäyttäytymiseen. Kommentit olivat selvästi toimittajan omia mielipiteitä sisältäviä näkökulmia. Ennakkojuttu oli puolestaan ottelua tai tapahtumaa ennakoiva juttu, jossa käsiteltiin myös kannattajien osuutta tapahtumaan. Kuviossa 1 esitän juttutyypien lukumäärät. Eniten aineistossani oli uutisia (9), jatkojuttuja (9) ja uutisraportteja (8).

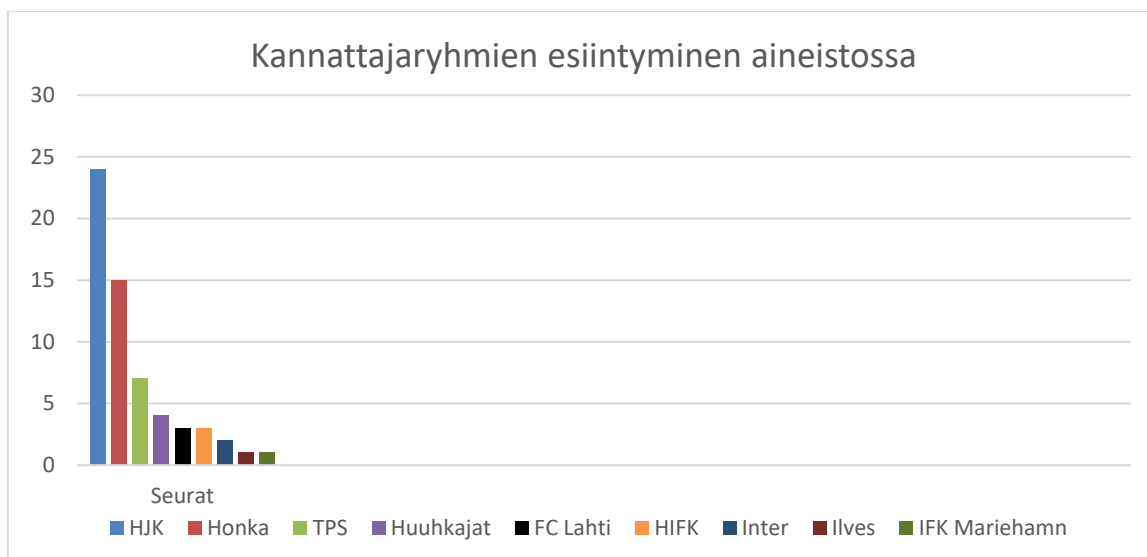


Kuvio 1: Aineiston juttutyypit.

7.1.3 Jutuissa esiin nousseet kannattajaryhmät

Aineistossa ylivoimaisesti eniten esiin nousivat HJK:n kannattajat, joita käsiteltiin 24:ssä jutussa. Lähes 70 prosenttia aineistosta koski siis HJK:n kannattajia. Hongan kannattajat mainittiin lähes puolissa jutuista. On luonnollista, että pääkaupunkiseudun pääsarjassa pelaavat joukkueet ovat laajasti esillä Helsingin Sanomien sivuilla, mutta tässä kohtaa on syytä mainita, että aineiston jutuista peräti 12 käsitteli samaa HJK:n ja Hongan välistä 29.9.2018 pelattua

ottelua, jossa HJK:n kannattajat ryntäsivät Espoossa pelatun ottelun jälkeen kentälle. Kuviossa 2 esittelen, kuinka monessa aineiston jutuista seurojen kannattajat esiintyivät.



Kuvio 2. Kannattajaryhmien esiintyminen aineistossa.

7.1.4 Juttujen lähteet

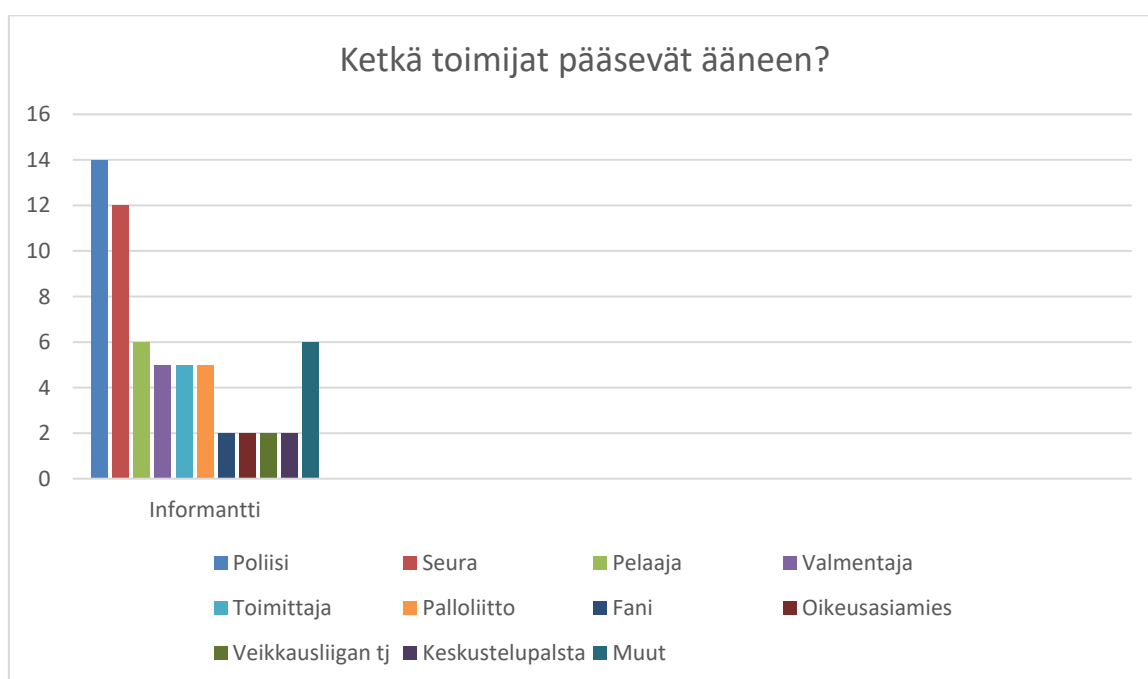
Aineistossa useimmiten ääneen pääsi poliisi. Aineiston 35 jutusta 14 jutussa lähteenä oli poliisi. Lähes yhtä usein jutuissa kuultiin seuraa eli jotain seuran edustajaa. Tällaisiksi laskin niin seuran työntekijän, esimerkiksi toimitusjohtajan, antamat kommentit kuin seuran tiedotteetkin. Sen sijaan pelaajat ja valmentajat oli jaoteltu omiksi luokikseen.

Puhtaasti toimittajan kommentteja oli aineistossa neljä. Mukaan laskin lisäksi yhden otteluraportin muotoon kirjoitetun jutun, jonka pääsisältö oli kuitenkin toimittajan oma näkökulma Espooseen kaavaillusta uudesta jalkapallostadionista, sen tarpeellisuudesta ja ottelun tunnelmasta.

Faneja aineistossa kuultiin vain kahdessa jutussa. Toisaalta kahdessa jutussa oli lähteenä käytetty myös kannattajien keskustelupalstoja: Futisforum2:sta ja HIFK:n kannattajien omaa keskustelupalstaa. Muut-kohtaan sijoitin sellaiset lähteet, jotka eivät sopineet mihinkään

muuhun toimijaan, ja joita aineistossa esiintyi vain kertaalleen. Nämä toimijat olivat turvallisuudesta huolehtinut yhtiön toimitusjohtaja, urheilusosiologi, miesten jalkapallomaajoukkueen johto, lukija, uhri ja tilanteen todistaja sekä sivullinen.

Vaikka en erotellut aineistoani sukupuolen perusteella, on syytä huomauttaa, että yhtä lukuun ottamatta kaikki aineistossa ääneen päässeet henkilöt olivat miehiä. Jutuista 34 käsitteli miesten Veikkausliigan, Ykkösen ja Huuhkajien faneja sekä yksi Naisten liigan joukkueen kannattajia. Kuviossa 3 esittelen, kuinka monessa aineiston jutussa toimijat pääsivät ääneen.



Kuvio 3: Ketkä toimijat pääsivät jutuissa ääneen.

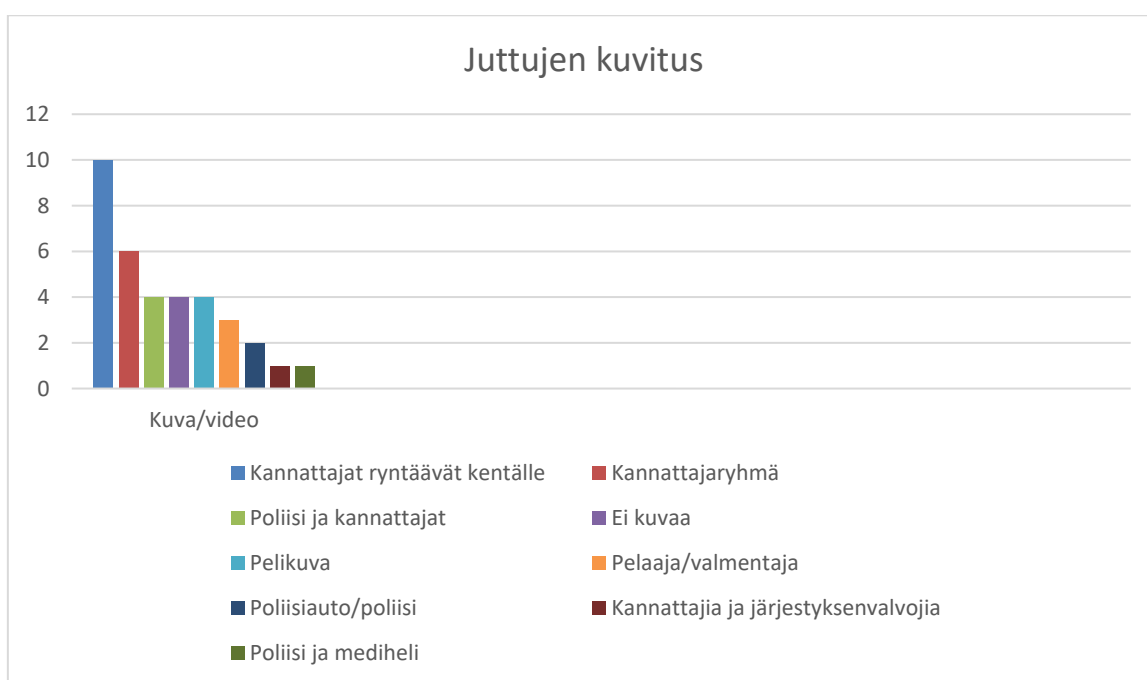
7.1.5 Juttujen kuvitus

Aineiston juttujen ylivoimaisesti suosituin kuvitus oli video kentälle rynnänneistä HJK:n kannattajista, jotka pyrkivät kohti Hongan fanikatsomoa tappelemaan. Järjestyksenvalvojat ja lopulta kentälle saapuneet ratsupoliisit pyrkivät estämään tappelun. Sama video tai lyhennetty versio siitä oli pääkuvana peräti kahdeksassa jutussa, joista seitsemän oli Ilta-Sanomissa ja yksi

Helsingin Sanomissa. Lisäksi Helsingin Sanomat käytti pääkuvana kahta kuvakaappausta Ruudun lähetyksestä samasta tilanteesta.

Seuraavaksi yleisin pääkuvavalinta oli kuva kannattajaryhmästä joko katsomossa tai fanimarssilla. Kolmessa kuudesta kuvasta näkyi savua ja moni kannattaja oli peittänyt naamansa.

Poliisi oli suosittu kuvitus myös monessa muussa jutussa. Poliisi ja kannattajat olivat yhdessä kuvituksena neljässä jutussa, poliisi tai poliisimerkki oli kuvituksena kahdessa jutussa ja poliisi ja mediheli olivat kuvituksena yhdessä jutussa. Pelikuvat kelpasivat kuvitukseksi neljässä jutussa ja valmentaja tai pelaajat kolmessa jutussa. Neljässä jutussa ei ollut kuvaa lainkaan, ja ne kaikki olivat Helsingin Sanomista. Kuviossa neljä esittelen, millaista kuvitusta jutuissa käytettiin.



Kuvio 4: Mitä aineiston pääkuvat esittivät?

7.2 Aineiston laadullinen tarkastelu

Määrällisen vaiheen jälkeen perehdyin aineistoon laadullisesti. Luokittelin aineiston paitsi juttujen puhetapojen perusteella myös aineistosta esiin nousseiden teemojen perusteella.

Puhetapojen, teemojen sekä aiempien määrällisten havaintojeni avulla pystyin analysoimaan, millainen kuva suomalaisista jalkapallokannattajista muodostui mediatekstien perusteella.

Tunnistin jutuista kolme erilaista kannattajien toimintaa kuvaavaa puhetapaa. Ne olivat kriittinen, kommentoiva sekä raportoiva puhetapa. Luokittelu perustui analyysiin siitä, millä tavalla jutuissa suhtauduttiin kannattajiin. Puhetavan yhteydessä nostan esiin puhetapaan liittyviä teemoja ja havainnollistan näitä aineistoesimerkkien kautta.

7.2.1 Kriittinen puhetapa

Suurin osa uutisoinnista sijoittui tähän luokkaan. Yleisimmät esiin nousseet teemat olivat kannattajien syyllistyminen rikokseen ja kannattajien aiheuttamat järjestyshäiriöt.

Hifk:n kannattajat kävivät Jyväskylässä – juoksukaljaa, huumeita ja nyrkkiä naamaan (IS 4.6.2018) käsitteli näitä molempia. Se kertoi HIFK:n kannattajien fanimatkasta Jyväskylään Ykkösen peliin ja pelin jälkeisistä läheisessä ruokakaupassa aiheutuneista tapahtumista varsin värikkäästi lukuisia eri lähteitä haastatellen.

Osa tapahtumista sijoittui kauas jalkapallo-otteluiden tapahtumapaikoista, kuten tapahtumakuvaus HJK:n ja TPS:n kannattajien välisestä selkkauksesta: *Scream-naamariin pukeutunut mies löi poliisia naamaan – oli tullut jalkapallohuligaanien mukana Turkuun riehumään* (IS 28.10.2018)

Jutuissa ääneen pääsivät useimmin poliisit, jotka ottivat kannattajien toimintaan hanakasti kantaa: *Poliisin mukaan huligaaniporukan tarkoituksena oli provosoida tappeluita TPS:n kannattajien kanssa. -- –Tällainen rettelöitsijäporukka oli tarkoitushakuisesti liikkeellä.*

Käsittääkseni porukka ei ole edes tervetullut HJK:n katsomoihin. Samanlainen porukka on ilmeisesti liikkunut aiemmin muissakin peleissä ja tehnyt samanlaisia juttuja, Höysti sanoo. (IS 28.10.2018)

Osa kannattajien järjestyshäiriöitä koskevasta uutisoinnista olisi voinut sopia myös raportoivan puhettavan alle, mutta päätin sijoittaa kaikki samaan teemaan kuuluvat kritisoivan puhettavan alle joidenkin sanavalintojen vuoksi. Esimerkiksi Ilta-Sanomien juttu *HJK:n kannattajat riehuivat Turussa – poliisi otti talteen kymmenkunta rähinöitsijää* (IS 27.10.2018) oli sinällään sävyltään neutraali kuvaus HJK:n kannattajien toiminnasta Turussa. Jutussa lähteenä oli käytetty paikallista poliisia ja muita samasta aiheesta kirjoittaneita medioita. Jutussa puhuttiin kuitenkin kannattajien ohella myös latautuneesti rähinöitsijöistä ja muistutettiin HJK:n kannattajien *keränneen huomiota väkivallallaan myös 29. syyskuuta vierasottelussa Honkaa vastaan.*

Yksi suosituimmista teemoista oli kannattajien käytöksen tuomitseminen. Ilta-Sanomien Saku-Pekka Sundelin kirjoitti kommentissaan *Keskenkasvuisten tappelufantasiat pilaavat hienon pelin – Espoossa todistettiin vähä-älyistä näytelmää* (IS 30.9.2018): *Tällaisille kannattajille, tai siis jalkapallon nimissä tappelufantasioitaan toteuttaville keskenkasvuisille, ei haluaisi antaa riviäkään huomiota, kun he ilmiselvästi kaipaavat aivan toisenlaista huomiota. Ei rettelöisijöistä silti voi olla puhumattakaan, koska ongelma on olemassa. Ei vielä ainakaan iso, mutta on silti. Mieltikää, miten absurdi koko tapaus on. Yritäpä selittää kenelle tahansa, miksi joukko nuoria miehiä (yhtään naista ei näkynyt) ryntää keskellä kaunista syyspäivää jalkapallokentälle nujakoimaan.*

Useammassa jutussa seura sanoutui irti kannattajien toiminnasta. Ilta-Sanomien juttu *HJK:n pelaajat järkyttyivät Honka-pelin jälkeisistä tapahtumista – seura tuomitsee väkivallan, pahoittelee fanien käytöstä* (30.9.2018) lainasi HJK:n tiedotetta, jossa seura pahoitteli faniensa aiheuttamaa tapahtumaketjua ja muistutti, ettei väkivalta kuulu positiiviseen, iloiseen ja kannustavaan toimintaan jalkapallokatsomoissa.

Myös kannattajien rankaiseminen epäasiallisesta käytöksestä oli yksi esiin noussut tema. HJK:n kannattajat olivat keskiössä suurimmassa osassa juttuja, ja seuran toimitusjohtaja Aki Riihilahti sanoikin seuran sanoutuvan irti väkivallasta ja antavansa porttikiellot useille kymmenille kiinnijääneille: *Riihilahden mukaan HJK on ollut tapahtumien osalta yhteydessä järjestäjään, turvahenkilöihin, kannattajiin ja poliisiin. – On selvää, että HJK tuomitsee täysin tällaisen häiriökäyttäytymisen ja pahoittelee Honka–HJK-ottelun jälkeisiä tapahtumia. Se, mitä useiden kannattajien kentälle tulon yhteydessä mahdollistui ja tapahtui, ei ole millään tavoin hyväksyttävissä. Väkivalta ei kuulu jalkapalloon eikä sivistyneen yhteiskunnan käyttäytymisnormeihin.* (IS 30.9.2018)

7.2.2 Raportoiva puhetapa

Raportoivaan puhetapaan sisällytin teemat, joissa kannattajien toiminnasta kerrottiin neutraalisti. Tähän ei sopinut kuin yksi tema, ja se koski poliisin käytöstä kannattajia kohtaan.

Oikeusasiamies antoi poliisille huomautuksen sen toiminnasta, kun Pohjanmaan poliisilaitoksen komisario pysäytti, tutki ja lopulta käännutti Vaasaan Veikkausliigaotteluun matkalla olleen HJK:n kannattajien fanibussin: *Virkavalta odotti busseja Ilmajoella tiesululla ja käännutti lopulta toisen bussin takaisin kohti Helsinkiä noin 60 kilometriä ennen Vaasaa. Kaikkien paikalla olleiden noin sadan kannattajan henkilötiedot ja tavarat tutkittiin. Poliisi kertoi tuolloin, että päätti pysäyttää ja tutkia bussit saamansa ennakkotiedon vuoksi. Tiedon mukaan bussissa oli aiemmin kannattajien välisiin tappeluihin osallistuneita henkilöitä. Toivanen kertoi tuoreeltaan Ilta-Sanomille puuttuneensa ”ennakolta henkeä, terveyttä ja vapautta uhkaavaan tilanteeseen VPS:n ja HJK:n otteluun liittyen.* (IS 30.8.2018)

7.2.3 Kommentoiva puhetapa

Tähän sisällytin teemat, joissa otettiin selvästi kantaa kannattajien toimintaan, mutta ei suoraan kannattajia ja heidän käytöstään kritisoiden.

Yksi aineistossa esiin nousseista teemoista oli kannattajien aiheuttamiin ylilyönteihin varautuminen. Ilta-Sanomat lähestyi Tallinnassa pelattavaa Nations Leaguen ottelua mahdollisilla järjestyshäiriöillä jo otsikossa: *Poliisi ei pelkää 2 500 suomalaisfanin vyöryä Tallinnan kaduille – ei se virolaisille yllätys ole, jos tapahtuu ylilyöntejä.* (IS 28.10.2018)

Jutussa povattiin tuhansien suomalaiskannattajien vyörymisen yhtä aikaa Tallinnan kaduille aiheuttavan *viranomaisille haasteita*. Juttuun oli haastateltu suomalaista komisariota, joka työskenteli jalkapallokannattajien kanssa ja kysytty häneltä mahdollisista uhkakuvista ja niihin varautumisesta. Toisaalta myös komisario itse toppuuttelee: *Juvosen mukaan paikalliset viranomaiset pyysivät myös muutaman suomalaisen poliisin omiensa avuksi. Muutama lajia tunteva suomalaispoliisi matkaa Viroon paikallisten avuksi. – Heidän roolinsa on edesauttaa mahdollisten ongelmatilanteiden tunnistamisessa, antaa tulkkausapua sekä välittää paikallisviranomaisten ohjeita. Vaikka suomalaisia matkustaa Tallinnaan mittava määrä, korkean riskin tapahtumasta ei ole kyse. Ongelmatilanteita, sikäli kun niitä syntyy, nähdään pääasiassa seurajoukkueiden kansainvälisissä peleissä.*

Jutussa muistutettiin useampaan otteeseen hätänumeron olevan sama kuin Suomessa. Jutun lopussa oli vielä erillinen laatikko, joka oli otsikoitu *Poliisin ohjeet Huuhkajafaneille*.

Myös Helsingin Sanomissa (HS 23.5.2018) ennakoitiin HJK:n ja Hongan välistä paikalliskamppailua ja mahdollisia otteluun liittyviä järjestyshäiriöitä, sillä tällöin vielä Ykkösessä pelanneen HIFK:n kannattajat lähtivät oman joukkueensa vierasotteluun samoihin aikoihin samoilta kulmilta: *HJK:n varatoimitusjohtaja Kari Haapiainen povaa lauantaiksi kauden yleisöennätystä, josta tuhatkunta kannattaa Honkaa. ”Odotan hyvin rauhallista tapahtumaa, jossa joukkueet kentällä ovat pääosissa”, sanoi Haapiainen viitaten kiihkeisiin HIFK-taistoihin. HIFK:n kannattajat saattavat tuoda väriä metropeliin. He kokoontuvat iltapäivästä jalkapallostadionin kulmille lähteäkseen kello 17 alkavaan vieraspeliin Tammisaareen.*

Kommentoivaan puhetapaan laskin myös aineiston ainoat positiiviset jutut, joissa teemana esiin nousi kannattajien luoma hyvä tunnelma. Näistä kaikki paitsi yksi juttu koski Huuhkajien kannattajia.

Suomi teki myös historiallisen tunnelman katsomoissa. Tunnelma oli ainutlaatuinen, kun kolmisen tuhatta suomalaiskannattajaa tekivät Tallinna stadionista Suomelle kotikentän. Se oli kaikkien aikojen suurin Suomen kannattajaosasto vierasottelussa, Helsingin Sanomien Ari Virtanen kuvaili. (HS 12.10.2018) Toisin kuin Ilta-Sanomissa, Helsingin Sanomissa myös otteluennakossa runsaslukuista vierasfanijoukkoa tarkasteltiin positiivisessa mielessä kaikkien aikojen ennätys vierasyleisönä eikä ruodittu mahdollisia järjestyshäiriöitä.

Jukka Vuorion raportti Hongan ja HJK:n välisestä ottelusta oli otsikoitu *Klubi-kannattajien laukaisema sininen savu keskeytti Metroderbyn hetkeksi – Tapiolassa kaivataan jo uutta stadionia* (HS 28.7.2018), mutta kirjoitus muistutti enemmän kommenttia, jonka pääajatuksena oli, että fanit ansaitsevat paremman stadionin Espooseen. Myös tässä jutussa ylistettiin kannattajien luomaa tunnelmaa, vaikka ottelu jopa keskeytyi HJK-kannattajien takia: *Tunnelma pelissä oli korkealla, ja kannattajaryhmät molemmin puolin pitivät yllä kunnon meteliä. HJK:n kannattajat olivat onnistuneet tuomaan stadionille sinisiä merkkisavuja, joiden ansiosta ottelu keskeytettiin heti toisen puoliajan aluksi noin kahden minuutin ajaksi -- Siitä huolimatta espoolainen jalkapalloyleisö ansaitsisi vielä parempaa. Paljon parempaa. HJK:N ja HIFK välisen Stadin derbyn poistuttua Veikkausliigan ohjelmasta, suurimmat jalkapallokulttuuritapahtumat ovat Hongan ja HJK:n välinen paikalliskamppailu sekä Turussa pelattava TPS:n ja FC Interin hegemoniaottelu.*

8 POHDINTA

Tutkimustehtäväni oli selvittää, millainen on suomalaisen jalkapallokannattajan mediakuva, ketkä jutuissa pääsevät ääneen ja mitkä seurat nousevat esiin. Tässä luvussa tarkastelen tutkimukseni keskeisiä tuloksia, esitän niistä loppupäätelmäni ja pohdin niiden merkityksiä. Arvioin lisäksi tutkimukseni luotettavuutta ja esitän jatkotutkimusehdotuksia.

8.1 Keskeisimmät tulokset ja pohdinta

Tutkimustuloksistani ilmeni, että suomalaisten jalkapallokannattajien mediakuva on varsin negatiivinen. Suomalaiset jalkapallokannattajat ylittävät uutiskynnyksen silloin, kun he syyllistyvät järjestyshäiriöihin – tai kun sellaisten uhka on toimittajan arvion mukaan olemassa. Moni kansainvälinen tutkimus on todennut samaa: media luo varsin yksipuolisen kuvan jalkapallofaneista. Jalkapallofanit näyttäytyvät mediassa kovaäänisinä, turhautuneina, vihaisina miehinä. (Ks. Herd 2018, 216)

Media käyttää siis tuttua kehystä jalkapallokannattajista kirjoittaessaan. Itse kiireisessä urheilutoimituksessa työskentelevänä ymmärrän myös tätä puolta – juttu on saatava valmiiksi tiukassa aikataulussa, ja siinä tutut, turvalliset mallit auttavat.

Kotimaisten seurajoukkueiden kannattajat näyttäytyivät jutuissa lähinnä häiriöitä aiheuttavina riitapukareina. Myös maajoukkueen kannattajat syyllistyivät järjestyshäiriöihin ja olivat ainakin ennakoarvioissa ”uhka” virkavallalle, mutta toisaalta loivat myös hyvää tunnelmaa ottelussa. Heidät nähtiin osana ”Huuhkajat-ilmiötä”, joka puolestaan nähtiin positiivisena asiana. Tässä voidaan nähdä yhteys Tanskaan, missä media oli omiaan luomassa positiivista kuvaa maajoukkuetta kannattavista roligaaneista.

Suomalaiset jalkapallokannattajat ovat juttujen perusteella yksinomaan miehiä. Tämä ei poikkea eurooppalaisista tutkimuksista, joissa on havaittu, että jalkapallon seuraaminen paikan päällä on erityisen suosittua nuoren miesten keskuudessa. Heinonen (2000, 30–31) nostaa esiin

amerikkalaiseen fanitutkimukseen viitaten, että iän myötä kiinnostus ja emotionaalinen sitoutuminen urheilun seuraamiseen voi vähentyä.

HJK:n kannattajat nousivat aineistossa useimmiten esiin – ja lähes aina negatiivisessa valossa. Pääkaupungin suurseuran kannattajat herättävät tunteita myös maakunnissa, ja heistä olisi todennäköisesti kirjoitettu eniten myös muina ajankohtina valituissa aineistoissa. Oma aineistoni koostui kuitenkin puoliksi Helsingin Sanomien jutusta, jonka merkitystä ei voi aliarvioida tuloksissa: jos toinen julkaisu olisi ollut Turun Sanomat, olisi paikallisten joukkueiden kannattajien osuus todennäköisesti ollut korkeampi.

Aineistoni perusteella kannattajilla ei juuri ole mahdollisuutta vaikuttaa siihen, miten heistä kirjoitetaan – heidän ääntään ei jutuissa kuulu. Jalkapallokannattajista kirjoittaessa media käyttää tuttua kehystä ja tuttuja asiantuntijoita: yleisimmin poliisia ja seuran edustajaa. Toisinaan virkavallan kommentteista paistoi esiin asenteellisuus: –*Mitähän tälläkin oli tekemistä urheilun kanssa? Samaan aikaan tuli TV:stä upea MM-jalkapallo-ottelu Espanjan ja Portugalin välillä. Poliisilla olisi kesäperjantaisin muitakin tehtäviä kuin mukamas jalkapallosta riehaantuvien nuorten urhojen älyttömän riehumisen rajoittaminen. Jalkapallo-ottelun pitäisi olla yleisöllekin mielekäs urheilutapahtuma, tiedotteessa luki.* (IS 16.6.2018)

Kolamo (2018) on havainnut, että valtamedia alleviivaa kannattajien roolia pelkästään visuaalisena rekvisiittana. Fanit eivät puhu, mutta heidän puolestaan puhutaan. Ideaalifani on iloinen eikä väsy juhlimiseen. (Kolamo 2018, 192) Aineistostani huokui ideaalifanista myös toisenlainen kuva, sillä äänenkäyttökin koettiin ottelutapahtumaa häiritseväksi tekijäksi: *Kannattajajoukossa oli parikymmentä nuorukaista, jotka häiritsivät ottelutapahtumaa muun muassa metelöimällä ja rähisemällä.* (IS 16.6.2018)

Jalkapallokannattajan tehtävänä on kuitenkin luoda ottelussa tunnelmaa omiaan kannustamalla. Suomessa suhtautuminen ihannefaniin poikkeaa huomattavasti eurooppalaisesta käsityksestä. Heinonen (2002, 16) havaitsi tutkimuksessaan, että siinä, missä soihtujen polttaminen katsomossa ja paperisilpun heittäminen kentälle on osa eteläeurooppalaista jalkapallokannattajakulttuuria, Suomessa molempiin suhtaudutaan kieltävästi. Myös Herd

(2018, 216) huomauttaa, että yleisön käyttäytyminen riippuu kulttuurista ja heijastaa yhteiskuntaa laajemmin.

Toisaalta suomalainen urheilumedia toimii jalkapallokannattajista kirjoittaessaan kuten se toimii muutenkin: leimaa ja nostaa asioita esiin. Kansainvälisissä tutkimuksissa on havaittu, että kannattajien välisistä selkkauksista kirjoittaessa media sortuu liioitteluun (esim. Radmann 2015; Frosdick ym. 2005). Kannattajien väliset kärhämät keräävät klikkejä, joita mediataloissa seurataan tarkasti, ja siksi niistä myös kirjoitetaan herkemmin.

Ongelmaksi tämä muodostuu, kun päättäjät ja yleisö luovat mielikuvansa yksipuolisen näkökulman pohjalta. Se, millä tavalla urheilutoimittaja viestinsä muotoilee ja mihin hän kiinnittää huomiota vaikuttaa paljon siihen, millaisia uskomuksia, tietoja ja asenteita vastaanottajat liikuntaan ja urheiluun yhdistävät (Pyykkönen & Tuomi 1995, 102, 105).

Negatiivinen kuva voi vaikuttaa myös yleisömääriin. Kuvaja (2019) havaitsi tutkimuksessaan, että osa tutkimukseen osallistuneista henkilöistä kertoi median kirjoittelun vaikuttaneen mielipiteisiinsä. Osa ei halunnut osallistua Helsingin paikallisotteluun median välittämän negatiivisen kuvan vuoksi. (Kuvaja 2019, 35, 48)

Esimerkiksi Ruotsissa iltapäivälehdet huomioivat kannattajien tekemiä tifoja ja järjestävät ”kenellä on hienoin tifo” -tyylisiä äänestyksiä. Kannattajaryhmiä myös arvioidaan arvosanoin niiden luoman tunnelman perusteella ja laitetaan joukkueet sen perusteella järjestykseen. Kannattajia ei siis nähdä vain järjestyshäiriöitä aiheuttavina keskenkasvuisina riitapukareina, vaan heillä on merkittävä osansa ottelutapahtumien tunnelman luomisessa. Luonnollisesti myös kuvitus on erilaista: siinä, missä Ruotsissa kuvana käytetään kannattajista kirjoittaessa usein katsomon tifoja, oman aineistoni perusteella Suomessa yleisimpään kuvitukseen liittyi aina poliisi tai poliisiauto tai vastaavasti kentälle ryntäävät fanit. Herdin (2018) mukaan machokulttuuria uhkuva maskuliininen kuvitus on vallitseva, mutta antaa jalkapallokulttuurista hyvin yksipuolisen kuvan. Se ei huomioi lainkaan ilmiöön liittyviä positiivisia asioita, kuten katsomossa ilmenevää yhtenäisyyttä ja ystävyyttä. (Herd 2018, 214)

Toisaalta yleisöllä on oikeus kokea asiat omalla tavallaan. Jos katsoja kokee kannattajien käytöksen vihamielisenä eikä halua osallistua sen vuoksi tapahtumaan, hänellä on siihen oikeus. Samasta syystä on myös ymmärrettävää, että seurat halusivat tehdä pesäeron järjestyshäiriöitä aiheuttaviin kannattajiin.

8.2 Tutkimuksen arviointi ja luotettavuus

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkija on tutkimuksensa keskeinen työväline. Tutkija joutuu jatkuvasti pohtimaan tekemiään ratkaisuja ja ottamaan kantaa paitsi tutkimuksen luotettavuuteen myös aineiston kattavuuteen. Tutkija on myös pääasiallinen luotettavuuden kriteeri. Luotettavuuden arviointi koskee koko tutkimusprosessia. (Eskola & Suoranta 1998, 210)

Aineistoni koostui hieman Veikkausliigakautta pidemmän ajanjakson aikana Helsingin Sanomista ja Ilta-Sanomista kerätyistä suomalaisia jalkapallokannattajia koskevista uutisista. Toin jo alussa esiin, että toinen julkaisuista on pääkaupunkiseutuun keskittyvä ja että molemmat kuuluvat samaan konserniin, johon kuuluu myös Veikkausliigapeliin lähetysoikeudet omistava Ruutu-palvelu, mikä ei ole tilanteena ihanteellisin. En kuitenkaan usko, että kytkös vaikutti tutkimukseni tuloksiin, sillä Helsingin Sanomat ja Ilta-Sanommat ovat kirjoittaneet Veikkausliigasta myös varsin kriittiseen sävyyn. Journalistinen päätösvalta on pysynyt toimituksissa.

Pohdin kriittisesti myös aineistoni kokoa, sillä yhden kauden mittaisessa tarkastelussa yksittäisten tapausten merkitys voi korostua, kuten aineistostani nähtiin: HJK-kannattajien ryntäys kentälle Honkaa vastaan pelatun paikallispelin päätteeksi oli monen jutun pääaiheena.

En kuitenkaan takertunut aineiston kokoon, sillä Jari Eskolan ja Juha Suorannan (1998) sanoin laadullisessa tutkimuksessa keskitytään usein pieneen määrään tapauksia, joita pyritään analysoimaan mahdollisimman perusteellisesti. Aineiston tehtävänä on auttaa tutkijaa muodostamaan käsitteellistä ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä. Tieteellisenä kriteerinä on määrän sijasta laatu. Tilastollisten yleistysten sijasta laadullisen tutkimuksen tarkoituksena on

pyrkii kuvaamaan jotakin tapahtumaa, ymmärtämään jotakin tiettyä toimintaa tai tulkitsemaan teoreettisesti jotakin ilmiötä. Tutkimuksen onnistumisen kannalta aineiston koolla ei ole välitöntä vaikutusta. (Eskola & Suoranta 1998, 18, 60–61)

Siksi pyrin jo johdanto-osiossa tuomaan avoimesti oman taustani esiin. Omaan tuttavapiiriini kuuluu myös jalkapallokannattajia, ja Ruotsissa vietetyt vuodet ovat vaikuttaneet ajatusmaailmaani. Halusin myös avata tekemiäni valintoja mahdollisimman kattavasti ja perustella tekemiäni havaintoja esimerkkien kautta. Hirsjärven ym. (1997) mukaan tutkijan huolellinen ja tarkka selostus tutkimuksen toteutumisesta parantaa tutkimuksen luotettavuutta. Tarkkuus koskee tutkimuksen kaikkia vaiheita aineiston tuottamisen olosuhteista aina tulkintaan asti. Esimerkiksi tulkintoja tehdessä tulisi avata, mihin päättely perustuu, ja siinä auttavat esimerkiksi lainaukset aineistosta. (Hirsjärvi ym. 1997, 227–228)

Tulkinnoissani pyrin luonnollisesti objektiivisuuteen, aivan kuten päivätyössäni toimittajana. Silti työ on osoittanut, että samoista haastatteluista voidaan tehdä näkökulmaa vaihtelemalla hyvin erinäköisiä juttuja. Tarjoamalla aineistostani esimerkkipätkiä annoin myös lukijalle mahdollisuuden arvioida itse, miten tulkinnoissani onnistuin.

Tutkimuksen luotettavuutta voi lähestyä myös validiteetin ja reliabiliteetin käsitteiden kautta. Validiteetilla tarkoitetaan, että tutkimuksessa on tutkittu sitä, mitä on luvattu ja reliabiliteetilla tutkimuksen toistettavuutta eli sitä, miten onnistuneesti tutkimus tarjoaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 136)

Mielestäni aineistoni vastasi tutkimuskysymyksiini. Vaikka laadullisessa tutkimuksessa ei pyritä tilastollisiin yleistyksiin uskon myös, että tulokset olisivat olleet vastaavanlaisia, vaikka aineisto olisi kerätty jostakin muista lehdistä toisena ajankohtana.

Tutkimukseni suurin haaste oli aika. Vaikka Tuomi ja Sarajärvi (2009, 142) korostavatkin, että tutkimuksen perusvaatimus on, että tutkijalla on riittävästi aikaa tehdä tutkimus, oma tutkimusprosessini venyi töiden vuoksi eittämättä aivan liian pitkäksi. Paluu aineiston pariin pitkän tauon jälkeen ei sujunut ongelmitta.

On tunnustettava myös tosiasiat: aineistoni on neljä vuotta vanha. Osa käyttämästäni lähdekirjallisuudesta on vanhaa, mutta siihen olen päätenyt olosuhteiden pakosta, kun kirjastossa ei ole ollut saatavilla uudempaa painosta. Opinnäytetyöni tekoprosessin aikana on ehkä tullut uudempaa kirjallisuutta, joka olisi voinut rikastuttaa tutkimustani.

Opinnäytetyössäni käyttämäni kieli ei myöskään niin tieteellistä kuin se oli aktiivisesti yliopistossa opiskellessani. Joka tapauksessa, mikä tärkeintä, työ on nyt valmis.

8.3 Jatkotutkimusehdotukset

Tässä tutkimuksessa olen selvittänyt suomalaisen jalkapallokannattajan mediakuva, joka aineistoni perusteella on melko negatiivinen. Olen tutkinut, keiden ääni jalkapallokannattajia koskevassa kirjoittelussa pääsee kuuluviin, ja mitkä seurat ovat eniten esillä.

Kuten tutkimustuloksistanikin ilmeni, jalkapallokannattajien oma ääni jää jutuissa paitsioon. Vain harvassa tutkimuksessa on haastateltu toimittajia tai uutispäälliköitä, jotka lopulta valinnan jutun julkaisemisesta tekevät. Mediakuvan kannalta he ovat kuitenkin merkittävässä roolissa. Miksi suomalaisen jalkapallon mediakuva on sellainen kuin se on, voisi olla mielenkiintoinen aihe jatkotutkimuksen kohteeksi.

Klas Granström pohti Ruotsin journalistiliiton Journalisten.se -verkkosivuilla (2022), miten ”kannattajajournalismi” vaikuttaa urheilujournalismiin. Kannattajajournalismilla viitattiin esimerkiksi kannattajien ylläpitämiin verkkosivuihin ja podcasteihin, jotka ovat Ruotsissa kasvattaneet suosiotaan. Aihe voisi olla kiinnostava tutkimuskohde myös Suomessa, sillä meiltäkin löytyy lukuisia suosittuja kannattajien ylläpitämiä podcasteja.

Jo Marjamaan (2007) tutkimuksessa ilmeni, että suomalaiset kokevat kotimaisen jalkapallon negatiivisena. Koronapandemian myötä yleisömäärät ovat heikentyneet entisestään. Nyt olisi hedelmällinen aika tutkia, miten koronapandemia on jalkapallokannattajiin vaikuttanut – ovatko he kenties löytäneet koronan aikana elämälleen muita merkityksiä ja jättäytyneet pois kannattajatoiminnasta?

Työssäni urheilutoimittajana olen pyrkinyt työskentelemään tasa-arvoisen urheilujournalismin puolesta ja siksi tehnyt paljon juttuja naisten urheilusta, vaikka en pidäkään sukupuolittuneesta urheilupuheesta. Varsinkin jalkapallokentillä miesten ja naisten jalkapallo-otteluiden yleisöissä on eroja. Olisi mielenkiintoista tutkia, miten miesten ja naisten jalkapallon yleisöt eroavat toisistaan, esimerkiksi ottelutapahtumaan osallistuvia haastattelututkimuksella lähestymällä. Olisi kiinnostavaa kuulla myös yleisön toiveita ottelutapahtumalle.

Jos saisin päättää tutkimusaiheeni nyt uudelleen, tekisin sen ehdottomasti naisten ja miesten jalkapallo-otteluista kirjoitettuja otteluraportteja tai nais- ja miesjalkapalloilijoista tehtyjä henkilökuvia vertaillen.

LÄHTEET

- Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. (Pdf-versio). Tampere: Vastapaino.
- Andersson, T. 2010. Svensk fotbollshuliganism 1900–1970. Teoksessa J. Havelund, J. L. Joern & K. Rasmussen (toim.) Fotboll och huliganism i Skandinavien. Malmö Studies in Sport Sciences 8. Malmö: Idrottsforum, 11–24.
- Andersson, T. & Radmann, A. 1998. Football fans in Scandinavia: 1900–97. Teoksessa A. Brown (toim.) Fanatics! Power, identity & fandom in football. London: Routledge, 141–157.
- Arponen, A. 1998. Tunnettuja urheilutoimittajia. Teoksessa A. Halmesvirta & H. Roiko-Jokela (toim.) Urheilu, historia ja julkisuus. Helsinki: Suomen urheiluhistoriallisen seuran vuosikirja, 55–78.
- Arponen, A. 2003. Suomen jalkapallon vaihteita. Teoksessa J. Kanerva (toim.) Jalkapallon pikkujättiläinen. Porvoo: WS Bookwell, 254–265.
- Berger, J. 1987. Toisinkertoja. Helsinki: Literos.
- Bourdieu, P. 1985. Sosiologian kysymyksiä. Suomentanut: J.P. Roos. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.
- Brimson, D. 2013. Eurotrashed. The Rise and rise of Europe's football hooligans. London: Headline Book Publishing.
- Brookes, R. 2002. Representing Sport. London: Arnold.
- Brännberg, T. 2010. Att dekonstruera begreppet huliganism. Teoksessa J. Havelund, J. L. Joern & K. Rasmussen. (toim.) Fotboll och huliganism i Skandinavien. Malmö Studies in Sport Sciences 8. Malmö: Idrottsforum, 55–72.
- Dahlberg, O. & Laine, A. 2017. Yleisön mediarepresentaatiot Ilta-Sanomien ja Urheilulehden vuoden 2011 miesten jääkiekon MM-kisauutisoinnissa. Liikunta & Tiede 54 (6), 66–72.
- Dunning, E., Murphy, P., Waddington I. & Astrinakis, A. E. 2002. Fighting Fans. Football Hooliganism as a World Phenomenon. Dublin: University College Dublin Press.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.
- FIFA. 2022. About us. Members Associations. Viitattu 16.3.2022. <https://www.fifa.com/about-fifa/associations>

- Finn, G. P. T. & Giulianotti, R. 1998. Scottish fans, not English hooligans! Scots, Scottishness and Scottish football. Teoksessa A. Brown (toim.) *Fanatics! Power, identity & fandom in football*. London: Routledge, 189–202.
- Frosdick, S. & Marsh, P. 2011. *Football Hooliganism*. 2nd Edition. New York: Routledge.
- Föreningsdemokrati.se. 2018. 51 % -regeln inom svensk idrott. Viitattu 6.9.2018. <https://foreningsdemokrati.wordpress.com/51-regeln/>
- Giulianotti, R. 2002. Supporters, Followers, Fans and Flaneurs: A Taxonomy of Spectator Identities in Football. *Journal of Sports and Social Issues* 26 (1), 25–46.
- Goffman, E. 1986. *Frame analysis: An essay of the organization of experience*. Boston: Northeastern University Press.
- Green, A. 2010. Hur viktigt är fotbollen för fotbollshuliganismen? En skandinavisk betraktelse. Teoksessa J. Havelund, J. L. Joern & K. Rasmussen (toim.) *Fotboll och huliganism i Skandinavien*. Malmö Studies in Sport Sciences 8. Malmö: Idrottsforum, 99–118.
- Heinilä, K. 1985. Penkkiurheilun viehätys. Teoksessa A. Arponen & O. Pekkanen (toim.) *Urheilun tulevaisuus*. Helsinki: Valtion painatuskeskus, 77–84.
- Heinilä, K. 2000. Mikä on urheilun viihteellinen merkitys? Teoksessa M. Miettinen (toim.) *Haasteena huomisen hyvinvointi: miten liikunta lisää mahdollisuuksia?* Helsinki: Liikunnan ja kansanterveyden edistämissäätiö.
- Heinonen, H. 2000. Mediavälitteistä urheilufaniutta paikantamassa – jälkimodernia intohimoa, yhteisöllisyyttä ja selviytymistä. *Yhteiskuntapolitiikka* 65 (4), 340–354.
- Heinonen, H. 2002. Jalkapallo ja huliganismi. *Joukkueovereitako?* *Liikunta & Tiede* 4, 15–19.
- Heinonen, H. 2005. *Jalkapallon lumo. Tutkimus suomalaisesta Everton-faniudesta*. Jyväskylä: Atena.
- Heinonen, H. & Godenhjelm, P. 2001. Ohranjyvä silmässä: suomalaiset urheiluyleisöt ja alkoholi. Jyväskylän yliopisto. Liikunnan sosiaalitieteiden laitos.
- Herd, K. 2018. ”We can make new history here”. *Rituals of Producing History in Swedish Football Clubs*. Lund Studies in Arts and Cultural Sciences 19. Lund University. Viitattu 21.5.2022. https://lucris.lub.lu.se/ws/portalfiles/portal/53153349/We_can_make_new_history_here_Rituals_of_producing_history_in_Swedish_football_clubs.pdf
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. *Tutkija ja kirjoita*. Helsinki: Tammi.

- Ilmanen, K. 2012. Urheilun eriytynyt moraaliperusta. Teoksessa K. Ilmanen & H. Vehmas (toim.) Liikunnan areenat. Yhteiskuntatieteellisiä kirjoituksia liikunnasta ja urheilusta. Jyväskylän yliopisto. Liikuntakasvatuksen laitos, 175–188.
- Iltta-Sanomat. 2021. Kommentti: Nämä luvut kertovat kaiken – tämä on suomalaisen huippusarjan vaiettu ja surullinen totuus. Viitattu 16.3.2022. <https://www.is.fi/veikkausliiga/art-2000008398491.html>
- Itkonen, H. 2002. Sports and Civil Society. Sociological Perspectives. Joensuun yliopisto. Karjalan tutkimuslaitoksen julkaisuja n:o 134.
- Itkonen, H. & Nevala, A. 2007. Jalkapallo, maailma ja Suomi. Teoksessa H. Itkonen, & A. Nevala. Kuningaspelien kentät. Helsinki: Gaudeamus, 11–20.
- Kahneman, D. & Tversky, A. 1984. Choices, Values and Frames. American Psychologist 39 (4), 341–350.
- Kananen, M. 2019. Sarjat, joiden vuoksi taistella – suomalaisen jalkapallokannattajuuden arvoja, merkityksiä ja päämääriä FutisForum² -keskustelupalstalla. Liikunta & Tiede 56 (6), 68–76.
- Kanerva, J. & Tikander, V. 2012. Urheilulajien synty. Helsinki: Teos.
- Karvonen, E. 2000. Tulkintakehys (frame) ja kehystäminen. Media & Viestintä 23 (2), 78–84.
- Kielitoimiston sanakirja. 2018. Kotimaisten kielten keskus. Viitattu 22.9.2018. <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/netmot.exe?motportal=80>
- Kuutti, H. 2012. Mediasanasto. Jyväskylä: MediaDoc.
- Kuvaja, M. 2019. Feeling insecure? Stadin derby: Football hooligans, spectators, bystanders and general public. Helsingin yliopisto. Kulttuurien laitos. Pro gradu -tutkielma. Viitattu 22.4.2022. https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/302976/Kuvaja_Miira_Pro_gradu_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Laine, A. 2011. Urheilujournalismin Suomi–Ruotsi-maaottelu. Vertaileva tutkimus suomalaisten ja ruotsalaisten iltapäivälehtien Ateenan 2004 ja Torinon 2006 olympia uutisoinnista. Helsinki: Edita.
- Laine, A. & Turtiainen, R. 2018. Urheilujournalismi vallan vahtikoirona? Tapauskohtaisessa tarkastelussa huippu-urheilun muutostyötä käsittelevä uutisointi suomalaisissa sanomalehdissä. Media & viestintä 41 (4), 280–301.

- Laine, A. & Välimäki, E. 2012. Helsingin Sanomien Urheilu-uutisoinnin ominaispiirteet – tapauskohtaisessa tarkastelussa vuoden 2009 tennisjutut. *Liikunta & Tiede* 49 (6), 66–73.
- Laine, T. 2018. Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma. Teoksessa R. Valli (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimusten teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin.* (Pdf-versio). Jyväskylä: PS-Kustannus.
- Lindberg, E. 2017. Jalkapallokannattajien toisistaan käyttämät nimityksen ja niiden semanttinen prosodia FutisForum2-keskustelupalstalla. Jyväskylän yliopisto. Kieli- ja viestintätieteiden laitos. Pro gradu -tutkielma. Viitattu 6.10.2018. <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/53512/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-201704061923.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mesikämmen, J. 2002. Luonnonjäältä areenoille, intohimosta leipäpuuksi: ammattilaistumisen avaimia suomalaisessa jääkiekossa. Teoksessa H. Roiko-Jokela & E. Sironen (toim.) *Lajien synty.* Jyväskylä: Atena, 103–120.
- Messaris, P. & Abraham, L. 2001. The role of images in framing news stories. Teoksessa S. D. Reese, O. H. Gandy, Jr. & A. E. Grant. *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world.* New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 215–226.
- Nevala, A. 2010. Kyläkisoista viihdetuotteeksi. Käännekohtia jalkapallon MM-historiassa. *Kasvatus & Aika* 4 (2), 203–235.
- Nevala, A. 2012. ”Mitään jalkapalloa miehekkäämpää ei voi ollakaan” Viisi vaihetta kylätappelusta viihdetuotteeksi. Teoksessa K. Ilmanen & H. Vehmas (toim.) *Liikunnan areenat. Yhteiskuntatieteellisiä kirjoituksia liikunnasta ja urheilusta.* Jyväskylän yliopisto. Liikuntakasvatuksen laitos, 239–260
- Nixon, H. 2008. *Sport in a Changing World.* Boulder: Paradigm Publishers.
- Olkinuora, H. 2012 *Journalismin kohtalo mediamurroksessa.* Teoksessa H. Olkinuora, M. Ingves & L. Markelin (toim.) *Journalismin kohtalo mediamurroksessa. Överlednas tragedier för minoritetsmedier med fokus på public service.* Helsinki: Finlands svenska tankesmedja Magma, 17–52.
- Paloheimo, H. 2008. Miten viestinnän viihteellistyminen vaikuttaa politiikkaan ja kansalaisyhteiskuntaan? Esitelmä. Viitattu 1.11.2021. <https://docplayer.fi/22274839->

[Miten-viestinnan-vihteellistyminen-vaikuttaa-politiikkaan-ja-kansalaisyhteiskuntaan.html](#)

- Pietilä, V. 1973. Sisällön erittely. Helsinki: Gaudeamus.
- Pänkäläinen, S. 1998. Lyhyt johdatus suomalaiseen urheilujournalismiin ja sen tutkimuksen historiaan. Teoksessa A. Halmesvirta & H. Roiko-Jokela (toim.) Urheilu, historia ja julkisuus. Suomen urheiluhistoriallisen seuran vuosikirja. Jyväskylä: Atena, 45–54.
- Radmann, A. 2012. Att äga en (huligan-)berättelse. Mediers konstruktion av fotbollsvåld. Skandinavian Sport Studies Forum 3, 97–120.
- Radmann, A. 2015. Vad är huliganism? Malmö: Arx Förlag.
- Russell, D. 2007. Englantilaisen yhteiskunnan “jalkapalloistuminen”. Teoksessa H. Itkonen & A. Nevala (toim.) Kuningaspelien kentät. Helsinki: Gaudeamus, 27–34.
- Rowe, D. 2017. Sports Journalism and the Fifa Scandal: Personalization, Co-optation, and Investigation. Communication & Sport 5 (5), 515–533.
- Seppänen, J. 2001. Katseen voima. Kohti visuaalista lukutaitoa. Tampere: Vastapaino.
- Silvasti, T. 2014. Sisällönanalyysi. Teoksessa I. Massa (toim.) Polkuja yhteiskuntatieteelliseen ympäristötutkimukseen. Helsinki: Gaudeamus, 33–48.
- Sonntag, S. 1984. Valokuvauksesta. Helsinki: Lovekirjat.
- Spaaij, R. 2006. Understanding Football Hooliganism. A Comparison of Six Western Football Clubs. Amsterdam: Vossiuspers Uva.
- Sponsor Insight. 2021a. Sponsor Navigator 2021: Jalkapallon kiinnostus edelleen nousussa. Viitattu 1.11.2021. <https://www.sponsorinsight.fi/post/sponsor-navigator-2021-urheilun-kiinnostus-suomessa>
- Sponsor Insight. 2021b. Sponsor Navigator 2021: Kimi Räikkönen suomalaisten lempiurheilija. Viitattu 1.11.2021. <https://www.sponsorinsight.fi/post/sponsor-navigator-2021-kimi-raikkonen-suosikkiurheilija>
- Suomen Palloliitto. 2021. Harrastajamäärät kovassa kasvussa – Suomessa yli 135 000 rekisteröityä pelaajaa. Viitattu 1.11.2021. <https://www.palloliitto.fi/ajankohtaista>
- Svensk Fotboll. 2019. Serier & Cuper. Lagstatistik. Allsvenskan, Herrar. Viitattu 13.2.2020. <https://www.svenskfotboll.se/serier-cuper/lagstatistik/allsvenskan-herrar/77486/>
- Tankard, J. 2001. The Empirical Approach to Study of Media Framing. Teoksessa S. Reese, O. Gandy & A. Grant (toim.) Framing Public Life: Perspectives on Media and our

- Understanding of the Social World. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 95–105.
- Tsoukala, A. 2009. Football Hooliganism in Europe. Security and Civil Liberties in the Balance. Hampshire: Palgrave Macmillian.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.
- Tuomi, T. & Pyykkönen, T. 1995. Kaikki tieto ei mahdu Urheiluruutuun. Teoksessa T. Pyykkönen (toim.) Kevyt alkusoitto liikuntauralle. Liikuntatieteellisen seuran moniste nro 20. Helsinki: Liikuntatieteellinen seura, 99–110.
- Vasara, E. 1992. Sinisen verryttelypuvun voittokulku. Teoksessa T. Pyykkönen (toim). Suomi uskoi urheiluun. Helsinki: VAPK-kustannus.
- Veikkausliiga.com. 2021. Otteluohjelma. Viitattu 19.9.2018.
<http://www.veikkausliiga.com/tilastot/2021/veikkausliiga/ottelut/?group=1&team=8#stats-wrapper>
- Yle. 2016. Edellinen Stadin derby poiki joukkotappeluja – Poliisi varautuu illan peliin: ”sivulliset voivat olla vaarassa”. Viitattu 19.9.2018. <https://yle.fi/uutiset/3-9083773>