

HURRIKAANIN PYÖRTEISSÄ

Tutkimus jääkiekon SM-liigajoukkue JYPin faneista

Markus Tyni

Liikuntapedagogiikan

pro gradu -tutkielma

Kevät 2011

Liikuntatieteiden laitos

Jyväskylän yliopisto

TIIVISTELMÄ

Jyväskylän yliopisto
Liikuntatieteiden laitos/liikunta- ja terveystieteiden tiedekunta
TYNI, MARKUS: Hurrikaanin pyörteissä. Tutkimus jääkiekon SM-liigajoukkue JYPin faneista.
Pro gradu -tutkielma, 87s., 4 liites.
Liikuntapedagogiikka
2011

Nykyistä suomalaista huippujääkiekkoa ei olisi olemassa ilman maksavaa yleisöä. Urheilufanit ovatkin urheilutuotteiden suurkuluttajia. Fanius on moniulotteinen ilmiö, joka voidaan liittää populaarikulttuuriin. Sen tarkka määrittäminen on kuitenkin ongelmallista.

Tutkielmani tarkoituksena oli selvittää, miten jääkiekkofanit sosiaalistuvat jääkiekkofaniuteen ja millaisia ovat jääkiekkofaniuden merkitykset. Halusin selvittää joukkueen kannattamiseen liittyviä motiiveja ja jääkiekkofaniiden toimintatapoja. Tavoitteenani oli lisäksi tietoisuuden lisääminen jyväskyläläisestä jääkiekkofanikulttuurista.

Tutkielmani kohteena olivat jääkiekon SM-liigajoukkue JYPin fanit. Keräsin tutkimusaineiston haastattelemalla seitsemää JYPin fania. Heistä kaksi oli naisia ja loput miehiä. Iältään he olivat 20–30-vuotiaita. Vertailin teemahaastatteluilla keräämääni aineistoa aiempaan tutkimuskirjallisuuteen. Haastatteluteemoina olivat faniura, fanitoiminta ja faniuden yhteisöllinen ulottuvuus.

Haastattelemini JYP-faniiden sosiaalistuminen faniuteen oli tapahtunut useiden eri tekijöiden, kuten kodin ja kasvatuksen, kavereiden tai oman liikuntaharrastuksen kautta. Sosiaalisaatioon vaikuttavat tekijät olivat yksilöiden kohdalla merkitykseltään eritasoisia. Fanitoiminnan osalta erityisesti kotiottelutapahtuman merkitys nousi esiin. Kotiotteluiden tunnelma ja merkitykset rakentuvat monista osatekijöistä. Yksi tärkeä osatekijä on yhteisöllisyyden kokeminen silloin kun paljon samanhenkisiä ihmisiä kerääntyy katsomaan jääkiekko-ottelua ja kannustamaan suosikkijoukkuettaan. Faniuden yhteisöllisen ulottuvuuden, mutta myös fanitoiminnan kannalta näyttäisi siltä, että internet on noussut merkitykseltään perinteisten mediamuotojen rinnalle. Se on faneille tärkeä tiedonlähde ja kommunikaatiokanava. Syynä lienee erityisesti sen käyttämisen helppous. Jyväskyläläisen fanikulttuurin erityispiirteitä ovat rummut ja jakautunut faniyhteisö.

Jatkossa olisi mielenkiintoista tutkia tarkemmin esimerkiksi sitä, miten JYPin faneihin suhtaudutaan seuran puolelta. Yleisemmin lisätutkimusta kaipaaisivat myös jääkiekkoon liittyvä häiriökäyttäytyminen ja internetin jääkiekkofaniuteen liittyvät ulottuvuudet. Molempien merkitys näyttäisi lisääntyneen viime vuosina. Lisätutkimukselle on tarvetta erityisesti siksi, että jääkiekkofaniutta on sekä suomalaisessa että kansainvälisessä tutkimuskirjallisuudessa käsitelty suhteellisen vähän. Jääkiekko on kansallisesti merkittävä laji, joten sen tutkiminen olisi myös yhteiskunnallisesti tärkeää.

Asiasanat: jääkiekko, fanius, yleisö, sosiaalisaatio, toiminta, merkitys

Sisältö

1 JOHDANTO	5
2 TUTKIMUSTEHTÄVÄ	7
3 TUTKIMUSMENETELMÄT	8
3.1 Tutkimusjoukko	8
3.2 Aineiston hankinta	11
3.3 Aineiston analysointi ja tulkinta	11
3.4 Tutkijan asema	13
4 FANIUDEN KÄSITTEESTÄ	15
5 FANIURA	22
5.1 Sosialisatio ja faniuteen sosiaalistuminen	22
5.2 Fanius ja identiteetti	28
5.3 Fanin moraalinen ura	33
5.4 Faniuden muuttuminen	37
5.5 Faniien luokittelu tutkimuskirjallisuudessa	41
6 FANITOIMINTA	44
6.1 Fanit aktiivisina merkitysten tuottajina	44
6.2 Fanirekvisiitta	48
6.3 Ottelutapahtuma	49
6.4 Internet ja sosiaalinen media	54
6.5 Häiriökäyttäytyminen	56
7 FANIUDEN YHTEISÖLLINEN ULOTTUVUUS	63
7.1 Yhteisö ja yhteisöllisyys	63
7.2 JYP-faniien sosiaalinen verkosto	65
7.3 JYPin faniyhteisön hierarkia	67
7.4 JYPin faniyhteisön erityispiirteet	72
8 POHDINTA	75
LÄHTEET	81
LIITTEET	88

Tuokiokuva

Istun syyskuisena iltana Jyväskylän Synergia-areenalla ja odotan jääkiekon SM-liigaottelun alkua. Jää on juuri ajettu, se kimmeltelee, maalit on laitettu paikoilleen, valot himmenevät. Spot-valot kiertelevät katsomossa ja heijastelevat jäästä. Ihmisiä virtaa katsomoon tasaisen rauhallisena virtana, taustalla soivat rock-klassikot. Ottelun tuomarit luistelevat jäälle muutamien huutojen saattelemana, sitten vierasjoukkue Oulun Kärpät. Kotijoukkueen kannattajien rummuttaessa, huutaessa ja taputtaessa, kuuluttajan hehkuttaessa sekä musiikin pauhatessa estradille saapuu savun keskeltä Jyväskylän JYP. Tunnelma on korkealla, on alkamassa jääkiekon SM-liigakausi 2010–11.

1 JOHDANTO

Urheilutapahtumista on tullut viihdettä, jonka media välittää. Huippu-urheilun rajun muodonmuutoksen seurauksena yleisön rooli on korostunut nykypäivän kilpa- ja huippu-urheilussa. Yleisö voi irrottautua arjen rutiineista ja elää mukana urheilijoiden tähti-hetkissä. Huippu-urheilun, median ja yleisön välille on syntynyt vahva vuorovaikutussuhde. (Crawford 2004, 130–141; Heinilä 2000, 287–288.) Urheilu koetaan ja urheilua kulutetaan lukuisin eri tavoin ihmisten jokapäiväisessä elämässä. Tällaisia tapoja ovat esimerkiksi median käyttö, sosiaaliset verkostot ja kulutustavarat (Crawford 2004, 113).

Urheilun viiheellistymisen myötä taloudelliset toimijat eli urheilun rahoittajat ovat nousseet merkittävään asemaan. Esimerkiksi jalkapallon arvokisat ovat vahvasti esillä mediassa, yritykset ovat kiinnostuneita kisojen sponsoroinnista, ja jalkapallo- sekä jääkiekkoseuroista on tullut liikemiesten sijoituskohteita (Itkonen & Nevala 2007, 242–243). Modernin urheilun kaupallistumisen johtotähtenä on toiminut Yhdysvallat. Tästä osoituksena on esimerkiksi urheilukanava ESPN, josta on kasvanut valtava mediaimperi. (Ross & Szymanski 2008, 51.) Liikunnan ja urheilun kaupallistumisen seurauksena urheilijoista ja urheilutapahtumista on tullut tuotteita, joiden avulla tavoitellaan taloudellista hyötyä. Myös jääkiekko on huipputasolla kaupallista viihdettä, hyödykkeiden kuluttamista ja merkittävää liiketoimintaa (Ruonavaara 2001, 31). Rahalla ja kilpailun kiristymisellä on ollut myös kielteisiä vaikutuksia (Heinilä 2001, 156). Urheilun huipulle saatetaan pyrkiä erilaisin vippaskonstein, kuten sääntöjen vastaisin keinoin (Itkonen 1994, 20–23; ks. myös Itkonen 1999, 14–15). Yleisöjen ja urheilufanien osa urheilumaailman rahoituksessa on merkittävä. Urheilufanit ovat urheilutuotteiden suurkuluttajia ja tästä syystä sekä urheilusosiologisesti että yhteiskunnallisesti kiinnostava tutkimuskohde.

Fanitutkimusta kohtaan osoitettu kiinnostus kasvoi kulttuurintutkimuksen alueella erityisesti 1990-luvun aikana, kun muun muassa Henry Jenkinsin *Textual poachers* (1992), Camille Bacon-Smithin *Enterprising women* (1992) ja artikkelikokoelma *The adoring audience* (1992) ilmestyivät. Suomessa faniuden tutkimus on saanut erityistä kiinnostusta 2000-luvun taitteesta lähtien. Fanitutkimusta tehdään eri aloilla ja se on poikkitieteel-

listä. (Nikunen 2008, 7–8.) Faniuden tutkimuksella ei kuitenkaan voida katsoa olevan Suomessa vielä varsinaista perinnettä (Nikunen 2005, 63). Muun muassa urheilun viihtelistyminen on käynnistänyt yleisön mieltymyksiä systemaattisesti luotaavan tutkimuksen (Heinilä 2000, 289). Kansainvälisesti urheilun seuraamista on tutkittu erityisesti jalkapallon osalta, mikä on epäilemättä seurausta lajin globaalista luonteesta. Jalkapallo on kaupallistunut ja tuotteistunut, ja joukkueiden kannattajat tulevat ympäri maailmaa (Heinonen 2007, 131; Giulianotti 2002, 25). Suomalaisittain jalkapallon fanitutkimus on vielä vähäistä. Heinosen (2005) väitöskirjatutkimuksen mukaan jalkapallo tarjoaa mielenkiintoisen mahdollisuuden tarkastella nykykulttuuria ja yhteiskuntia, joissa ihmisten vuorovaikutus perustuu tietyn kulttuurituotteen yhteiseen kulutukseen. Jalkapallo on kulttuurituote, jonka merkitys tutkimuskohteena perustuu siihen, että jalkapallojoukkueita kannatetaan yli kansallisten ja kulttuuristen rajojen. (Heinonen 2005, 18.)

Jääkiekkofaniutta on tutkittu sekä kansainvälisesti että kansallisesti suhteellisen vähän. Suomalaisittain jääkiekkofanitutkimuksen merkittävintä antia lienee Anttilan ja Ruonavaaran (2001) toimittama artikkelikokoelma, jossa tarkastellaan muun muassa jääkiekon, turkulaisuuden ja paikallisen identiteetin välistä suhdetta sekä TPS:n ja TuTon kannattajien faniutta ja sitoutumista joukkueeseen. (Anttila & Ruonavaara 2001, 14–15.) Tilanne ei ole merkittävästi parempi kansainvälisessä tutkimuksessakaan. Yleinen kiekkotutkimus on peräisin lähinnä Pohjois-Amerikasta, mutta jääkiekkofaniuden tutkimus on sielläkin vähäistä. (Anttila & Ruonavaara 2001, 8.)

Globaalissa mittakaavassa jalkapallon suosio lajina on omaa luokkaansa, mutta vastavasti suomalaisessa urheilukentässä jääkiekko on merkittävässä asemassa. Suomi on yksi niistä harvoista maista, joissa jääkiekko on kansallisesti suosituin palloilulaji esimerkiksi yleisömäärissä mitattuna. Jääkiekon SM-liigaa on viime vuosina seurannut paikan päällä keskimäärin noin 5000 katsojaa ottelua kohti, kun toiseksi eniten yleisöä keränneen jalkapallon Veikkausliigan otteluissa on käynyt noin puolet vähemmän katsojia. (KIHU 2009). Myös medianäkökulmasta tarkasteltuna jääkiekko on lajina tällä hetkellä Suomessa hallitsevassa asemassa. Jääkiekkoilun valta-asemaa urheilujulkisuudessa selittävät monet tekijät. Näitä ovat esimerkiksi kansainvälinen menestys ja lajin ammattimaisuus. Jääkiekkotuote on tällöin houkutteleva myös sponsoreiden kannalta. (Itkonen, Ilmanen, Matilainen & Jaskari 2008, 71–72.) Jääkiekon kansallisesti merkittävän aseman vuoksi jääkiekkofaniuden tutkimus onkin yhteiskunnallisesti tärkeää.

2 TUTKIMUSTEHTÄVÄ

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, miten jääkiekkofaniuteen sosiaalistutaan ja millaisia ovat jääkiekkofaniuteen liittyvät merkitykset. Tutkimukseni kohteena ovat jääkiekon SM-liigassa pelaavan JYPin fanit. Tavoitteena on selvittää myös, miten fanit itse määrittelevät faniutta ja millaisia ovat joukkueen kannattamiseen liittyvät motiivit sekä jääkiekkofanien toimintatavat. Tutkimus rakentuu faniuraa, fanitoimintaa ja faniuden yhteisöllistä ulottuvuutta käsittelevien teemojen varaan. Faniuran osalta tutkittavia asioita ovat esimerkiksi faniksi sosiaalistuminen ja faniuden muuttuminen ajan myötä. Fanitoiminta puolestaan pitää sisällään muun muassa sen, miten fanius näkyy JYP-fanien arjessa. Faniuden yhteisöllisen ulottuvuuden osalta tutkittavia asioita ovat muun muassa faniyhteisön hierarkia sekä fanien sosiaalinen verkosto. Tutkimuksen tavoitteena on myös tietoisuuden lisääminen jyvaskyläläisestä jääkiekkofanikulttuurista.

Liikuntapedagogisesta näkökulmasta tarkasteltuna työn tekee merkitykselliseksi se, että fanius on nykyiseen liikuntakulttuuriin olennaisesti liittyvä ilmiö, jonka ymmärtäminen kuuluu liikunnanopettajan yleissivistykseen ja joka tuo uudenlaisia haasteita liikunnanopettajan työhön. Taitava opettaja voi esimerkiksi hyödyntää opetuksessaan oppilasta, joka on tietyn urheilulajin fani, koska fanius takaa sen, että oppilas on lajinsa asiantuntija ja arvostaa kyseistä lajia sekä sen edellyttämiä taitoja sekä ominaisuuksia. Jos oppilaalla on kyseisen lajin harrastustausta, häntä voi käyttää apuopettajana tai esimerkkinä liikuntatunnilla. Vastaavasti liikunnanopettaja voi tarjota taidoiltaan heikommalle oppilaalle pätevyyskokemuksia hyödyntämällä hänen faniuden kautta saavuttamaansa tiedollista osaamista esimerkiksi lajin säännöistä, lajikulttuurista tai paikalliseen joukkueeseen liittyvistä asioista. Oppilaiden kanssa voidaan myös pohtia eettisiä kysymyksiä, kuten millaisia myönteisiä tai kielteisiä asioita käsiteltävään ilmiöön liittyy. Tällöin liikutaan kasvatuksen kannalta merkityksellisten asioiden alueella. Koulu liikunta voi myös toimia faniuteen sosiaalistavana tekijänä esimerkiksi lajikokeilun tai lajiopetuksen kautta. Lisäksi on huomattava, että sekä fanius että liikunnanopetus ovat vuorovaikutuksellisia ilmiöitä, joissa sosiaalisten taitojen harjoittelu, oppiminen ja käyttäminen korostuvat.

3 TUTKIMUSMENETELMÄT

3.1 Tutkimusjoukko

Tutkimuskohteenani olivat jääkiekon SM-liigajoukkue JYPin fanit. Valitsin heidät tutkimuskohteekseni siksi, että asun ja opiskelen Jyväskylässä, jolloin tutkimuksen toteuttaminen oli käytännössä helpointa täällä. Haastateltavien henkilöiden valinta tapahtui harkinnanvaraisen otannan kautta, jonka lisäksi hyödynsin myös niin sanottua lumipallo-otantaa. Lumipallo-otannalla tarkoitetaan menetelmää, jossa ryhmän mukaan saaminen alkaa yhden ihmisen kautta, joka suosittelee muita henkilöitä, jotka edelleen vievät tietoa eteenpäin (Metsämuuronen 2006, 47). Tein yhteensä seitsemän haastattelua. Monipuolisen aineiston takaamiseksi haastattelin JYP Fan Clubiin kuuluvia ja kuulumattomia henkilöitä sekä yhtä JYPin huutosakkiin kuuluvaa henkilöä. Fan Clubiin kuuluvista haastateltavanani oli kaksi johtoryhmän jäsentä. Myös huutosakin jäsen oli yksi huutosakin vetäjistä. Muut haastateltavat olivat niin sanotusti rivijäseniä. Eri kannatusyhdistyksiin kuuluvien, niissä eri asemissa olevien ja niihin kuulumattomien fanien valinta oli ennalta suunniteltua. Tarkoitukseni oli saada näin kuvaa siitä, millaiseksi fanit kokevat asemansa faniyhteisössä ja millainen on faniyhteisön hierarkia, jos sellaista yleensä on. Haastatelluista viisi oli miehiä, naisia oli kaksi. Myös molempien sukupuolten haastattelemisen oli ennalta suunniteltua. Halusin tätä kautta mahdollisesti eri tavoin avautuvien näkökulmien tulevan esille. Tutkimusjoukon nuorin oli 20-vuotias ja vanhin 30-vuotias. Kannatusvuosien määrä vaihteli kahdesta vuodesta viiteentoista vuoteen.

JYP Fan Club

Tutkimukseni kohteena olevista JYPin faneista osa kuului JYP Fan Clubiin, joka on perustettu vuonna 2002. Virallinen rekisteröity yhdistys se on ollut vuodesta 2004. Fan Clubissa on jäseniä noin 150 ja siihen voi liittyä kuka vain maksamalla vuosittaisen jäsenmaksun. Sukupuolijakauman osalta miehiä ja naisia on suunnilleen yhtä paljon. Ikäjakauma on lapsesta eläkeläiseen, suurin osa jäsenistä on nuoria aikuisia. Fan Club järjestää vieraspelimatkoja vuosittain noin kymmenkunta. Fanimatkojen järjestäminen

onkin yksi sen merkittävimmistä tehtävistä. Muista tapahtumista voidaan mainita ainakin fanitapaamiset JYPin liigajoukkueen pelaajien kanssa sekä fanisählyt. JYP Fan Club ”edistää ja kehittää fanikulttuuria, kerää JYPin fanit yhteen ja moninkertaistaa voimansa.” Se ”toimii linkkinä fanien ja joukkueen välillä sekä tarjoaa jäsenilleen monenlaisia etuja.” (JYP Fan Club 2010.) Fan Clubilla on toimintasäännöt, joiden mukaan toiminta järjestetään ja toteutetaan. Fan Clubin tehtävänä on ottelutapahtumissa JYPin kannustaminen sekä katsomossa näkyminen ja kuuluminen.

JYPin huutosakki

JYPin huutosakki on perustettu 1980-luvun alkupuolella ja se on toiminut noista vuosista asti aktiivisesti. Siihen kuuluu kaudella 2010–11 33 jäsentä. Yleensä vuosittainen jäsenmäärä on noin 30 henkilöä. Alkuperäisjäseniä ei ole enää toiminnassa mukana. Muutamia vuosia sitten tapahtuneen sukupolvenvaihdoksen jälkeen ydinryhmä on pysynyt koossa. Jäseneksi on mahdollista päästä aktiivisen faniuden kautta ja ottamalla yhteyttä huutosakin vetäjiin. Vuosittainen vaihtuvuus on noin 5 henkilöä. Ikäjakauman osalta yksi jäsenistä on alle 18-vuotias ja vanhin 35-vuotias, keski-ikä on noin 25–30 vuotta. Miehiä on tällä hetkellä 27 ja naisia 6. Huutosakista käytettyjä muita nimityksiä ovat esimerkiksi rumpuryhmä ja samba-ryhmä. Ryhmän tehtävänä on JYPin kannustaminen ja tunnelman luominen jäähalliin.

Haastateltavat

Haastateltava 1 on iältään 23-vuotias mies. Hän on asunut aiemmin Itä-Suomessa, mutta muuttanut yliopisto-opintojen vuoksi Jyväskylään vuonna 2008. Hän on seurannut aktiivisesti jääkiekkoa pienestä pitäen, pelannut itse ja toiminut myös juniorivalmentajana. JYPin fanius on hänen osaltaan rakentunut hiljalleen Jyväskylään muuton jälkeen. Hän seuraa aktiivisesti sekä eri jääkiekkosarjoja että yleensä urheilua.

Haastateltava 2 on iältään 20-vuotias mies. Hän on asunut Jyväskylässä koko ikänsä ja opiskelee tällä hetkellä Jyväskylän ammattikorkeakoulussa. JYPIä hän on seurannut lähes koko ikänsä, seuraamisen intensiteetti ja aktiivisuus ovat lisääntyneet vuosien myötä. Myös haastateltava 2 on pelannut itse jääkiekkoa ja toiminut valmentajana. Hän seuraa aktiivisesti eri jääkiekkosarjoja, muista urheilulajeista lähinnä jalkapalloa.

Haastateltava 3 on iältään 30-vuotias mies. Hän on töissä myyjänä. Haastateltava 3 on Kymenlaaksosta lähtöisin, mutta on asunut Jyväskylässä 12 vuotta. JYPiä hän on seurannut yhtä kauan kuin on asunut Jyväskylässä. Jääkiekkoa hän on seurannut koko ikänsä. Haastateltava 3 on aktiivinen penkkiurheilija, hän seuraa jääkiekon SM-liigan lisäksi muun muassa mäkihyppyä, yleisurheilua, tennistä ja yleisemmin urheilun arvokisoja. Hän on itse pelannut jalkapalloa. Hän on aktiivinen toimija JYP Fan Clubissa.

Haastateltava 4 on iältään 21-vuotias mies. Hän opiskelee ammattikorkeakoulussa, on asunut Jyväskylässä koko ikänsä ja seurannut JYPiä pikkupojasta lähtien. Haastateltava 4 on pelannut itse jääkiekkoa ja toiminut myös jääkiekkotuomarina. Hän seuraa aktiivisesti suomalaista jääkiekkoa. Muista jääkiekkosarjoista seurannan kohteena ovat NHL (National Hockey League) ja Ruotsin jääkiekon pääsarja Elitserien. Hän on aktiivinen penkkiurheilija, seuraa omien sanojensa mukaan ”kaikkea mahdollista urheilua”. Haastateltava 4 on kuulunut JYPin Fan Clubiin neljänä kautena, mutta ei ole tällä hetkellä sen jäsen.

Haastateltava 5 on iältään 27-vuotias nainen. Hän on töissä laskenta-assistenttina, tradenomi-opinnot ovat loppusuoralla. Hän on asunut Jyväskylän seudulla koko ikänsä. JYPiä haastateltava 5 on seurannut 90-luvun puolivälistä lähtien muun muassa radioselostusten välityksellä. Jäähallilla hän on käynyt aktiivisesti vuodesta 2001 lähtien. Jääkiekkosarjoista hän seuraa myös Mestistä, muista urheilulajeista mäkihyppyä, yhdistettyä ja heittolajeja. Hän on aktiivinen toimija JYP Fan Clubissa.

Haastateltava 6 on iältään 23-vuotias nainen. Hän on lähtöisin Päijät-Hämeestä, mutta on asunut Jyväskylässä vuodesta 2003 lähtien. JYP-fanius on rakentunut hänen osaltaan hiljalleen Jyväskylään muuton jälkeen. Jääkiekkoa hän on seurannut koko ikänsä. Hän seuraa SM-liigan lisäksi Mestistä ja muista urheilulajeista Formula 1 -sarjaa ja mäkihyppyä.

Haastateltava 7 on iältään 29-vuotias mies. Hän on koulutukseltaan kone- ja tuotantotekniikan insinööri. Hän on asunut Keski-Suomen alueella koko ikänsä ja seurannut JYPiä säännöllisesti kaudesta 1993–94 lähtien, mutta aktiivisuus on lisääntynyt huomattavasti vuoden 2005 jälkeen, jolloin hän liittyi huutosakkiin. Hän seuraa suomalaisten

otteita NHL:ssä, mutta myös kaikenlaista urheilua. Muun urheilun seuraaminen ei kuitenkaan ole yhtä säännöllistä eikä yhtä aktiivista kuin JYPin seuraaminen. Haastateltava 7 on aktiivinen toimija JYPin huutosakissa.

Itsestäni käytän tarvittaessa lyhennettä MT.

3.2 Aineiston hankinta

Hankin tutkimusaineistoni teemahaastattelujen avulla. Teemahaastattelun valitsin aineiston keruutavaksi siksi, että mielestäni jääkiekkofanit ovat aiheen asiantuntijoita ja teemahaastattelun avulla oli mahdollista saada sellaistaakin tärkeää informaatiota, jota en itse olisi osannut kysyä. Teemahaastattelu oli joustava tapa kerätä aineistoa. Sen avulla tutkittavilla oli mahdollisuus vapaasti ja omin sanoin kertoa kysytystä aiheesta. Näin heidän omat näkökulmansa ja mielipiteensä tulivat hyvin esille. (ks. Hirsjärvi ym. 2008, 160.) Haastattelut tapahtuivat kotonani. Päädyin tähän ratkaisuun sen vuoksi, että haastattelut oli helpointa toteuttaa tällä tavoin. Niiden kesto vaihteli 50:stä 100:aan minuuttiin. Haastatteluteemat muodostuivat faniutta käsittelevän kirjallisuuskatsaukseni pohjalta esiinnousseiden ja itseäni kiinnostaneiden asioiden kautta. Teemahaastattelujen ja tutkimuskirjallisuuden lisäksi hyödynsin sitä tietämystä, joka minulle on jääkiekosta ja jääkiekkofaniudesta elämäni aikana kertynyt. Tässä yhteydessä voitaneen puhua eräänlaisesta tiedostamattomasta havainnoinnista. Seurasin myös internetissä käytävää JY-Piin liittyvää keskustelua erityisesti Jatkoaika-sivuston kautta. Aineiston laajuus ei anna oikeutta tilastollisiin yleistyksiin, mutta se ei laadullisen tutkimuksen tavoite olekaan.

3.3 Aineiston analysointi ja tulkinta

Tutkimusaineistoa analysoitaessa on huomioitava, että aineistoa on tarvittaessa täydennettävä tekemällä lisähaastatteluja tai täsmennettävä, jolloin on otettava yhteys haastateltavaan. Toiseksi aineiston järjestäminen tiedon tallentamista ja analysointia varten tapahtuu litteroinnin eli sanasanaisesti puhtaaksikirjoittamisen avulla. Aineiston litteroinnin tarkkuudesta ei ole yksiselitteistä ohjetta. (Hirsjärvi ym. 2008, 217.) Kysyin yhdeltä haastateltavalta jälkikäteen täsmennystä erääseen yksityiskohtaan. Litteroin aineiston sanasanaisesti heti haastattelujen jälkeen. Laadullisen aineiston analyysin tarkoi-

tuksena on selkeyttää aineistoa ja kasvattaa sen informaatioarvoa (Eskola & Suoranta 1999, 138). Aineiston analysointi tapahtui tutkimusprosessin edetessä, ei siis vain yhdessä tietyssä vaiheessa. Aloitin sen heti kun olin kerännyt aineistoa. Analyysitavoista käytin ymmärtämiseen pyrkivää lähestymistapaa, jota käytetään tavallisesti laadullisessa tutkimuksessa (ks. Hirsjärvi ym 2008, 219). Tarkoitukseni oli löytää aineistosta yhtäläisyyksiä ja eroja käsittelemäni tutkimuskirjallisuuteen verrattuna. Lisäksi etsin yhtäläisyyksiä ja eroja fanien kesken. Tavoitteenani oli keskustelun käyminen tutkimuskirjallisuuden ja keräämäni aineiston välillä.

Siirtyminen haastatteluaineistosta sen tulkintaan tapahtui siis karkeasti jaoteltuna niin, että ensin litteroin aineiston, sitten analysoin ja lopuksi tulkitsin sitä. Analysointi tarkoittaa tässä yhteydessä sitä, että tarkastelin aineistoa aiemmista tutkimuksista keräämieni teoreettisten näkemysten ja omien kokemusteni pohjalta. Tällöin päättely tapahtuu abduktiivisesti, jolloin tutkija pyrkii todentamaan teoreettisia johtoeitoja aineiston avulla (Hirsjärvi & Hurme 2001, 136). Teemahaastattelurunko (Liite 1) toimi analysoinnin apuvälineenä. Sen avulla seuloin aineistosta esille sellaisia tekstikohtia, jotka kertoivat edellä mainituista asioista. (ks. Eskola & Suoranta 1999, 151, 153.) Analysointi alkaa usein jo haastattelutilanteessa (Hirsjärvi & Hurme 2001, 136). Analysoin aineistoa koko tutkimusprosessin ajan, vaikka sen päävaihe olikin aineiston keräämisen ja järjestämisen jälkeen.

Tutkijan on tulkittava aineistoaan eli pohdittava analysoinnin tuloksia ja tehtävä niistä omia johtopäätöksiä. Tulkinta onkin analyysivaiheessa esiin nousevien merkitysten selkiyttämistä. Tutkimukseen ja tutkimusselosteeseen kytkeytyy moninkertaisia tulkintoja, koska tutkija, tutkittava ja tutkimusselosteen lukija tulkitsevat tutkimusta omalla tavallaan. Tosiasioistakin voi tällöin syntyä tulkintaerimielisyyksiä. Tutkimustuloksista on pyrittävä laatimaan synteesejä, jotka kokoavat yhteen pääseikat ja antavat tutkimusongelmiin selkeät vastaukset. Lisäksi tutkijan on tehtävä synteisien pohjalta johtopäätökset siitä, mikä on saatujen tulosten merkitys tutkimusalueella ja mikä laajempi merkitys tuloksilla voisi olla. (Hirsjärvi ym. 2008, 224, 225.) Kvalitatiivisessa tutkimuksessa käytetään usein merkitysten tulkintaa, jolla tarkoitetaan sitä, että tutkija ei tyydy näkyvässä olevan tarkasteluun vaan pyrkii löytämään piirteitä, joita ei suoranaisesti ole tekstissä lausuttu. Tällöin tulkinta on ainakin jossain määrin spekulatiivista. (Hirsjärvi &

Hurme 2001, 137.) Olen pyrkinyt löytämään keräämästäni aineistosta tärkeimmät asiat ja tulkitsemaan niitä. Tulkinta on paikoin spekulatiivista.

3.4 Tutkijan asema

”Olen fani edelleenkin ja kirjoitan vain harvoin sellaisesta, minkä fani en ole, koska en ymmärrä, miksi kajoaisin itselleni yhdentekeviin aiheisiin. En kuitenkaan kirjoita oikeuttaakseni omia mieltymyksiäni tai mieltymysteni kytkeytymisestä elämääni.” (Grossberg 1995, 26.)

Näihin Grossbergin sanoihin on helppo yhtyä. Tiedän, mitä on olla fani, eikä fanius aiheena ole minulle yhdentekevä. Tarkoitukseni ei ole kuitenkaan tässä työssä analysoida omaa faniuttani. Tuon lukijalle lyhyesti esiin seuraavat lähtökohdat, joista olen JYP-faniutta tutkinut. Olen seurannut jääkiekon SM-liigaa 1990-luvun alkuvuosista lähtien. Jääkiekko on aina viehättänyt minua lajina nopeasti vaihtuvien tilanteiden, pelinopeuden, taitavien yksilöiden, taktisten ulottuvuuksien ja myös herättämänsä yleisen kiinnostuksen vuoksi. En kuulu minkään SM-liigajoukkueen Fan Clubiin, vaikkakin olen seurannut Oulun Kärppiä noin 15 vuotta. Ensiponnistus Kärppiä kohtaan tuntemalleni kiinnostukselle tapahtui kaudella 1994–95, kun lähdimme isäni kanssa kotipaikkakunnaltani Taivalkoskelta Kuusamoon katsomaan jääkiekko-ottelua, jossa pelasivat kotijoukkue Kuusamon Pallo-Karhut ja konkurssinsa jälkeen kakkosdivisioonasta uutta vauhtia hakenut Oulun Kärpät. Ottelu päättyi maalein 0-12. Kyseinen hetki syöpyi syvälle kymmenvuotiaan pojan mieleen ja on noista vuosista kantanut jääkiekkoinnostustani omalta osaltaan.

Olen pelannut jääkiekkoa juniorijoukkueissa noin kymmenen kautta ja valmentanut JYP junioreissa kaksi kautta, joten olen kokenut pelin myös kaukalon sisältä ja vaihtoaitios- ta. Vaikka en ole JYPin fani, olen käynyt kausien 2008–09, 2009–10 ja 2010–11 aikana katsomassa noin 45 JYPin kotiottelua. Näinä vuosina olen myös muodostanut käsitystäni JYPistä joukkueena ja sen kannattajista eli tehnyt eräänlaista tiedostamatonta havainnointia tutkimustani varten. En koe ongelmaksi sitä, että olen itse toisen jääkiekon SM-liigajoukkueen kannattaja. Mielestäni se takaa tietyn objektiivisuuden tutkimusta ajatellen erityisesti siksi, että en ole tunnetasolla sitoutunut JYPin kannattamiseen. Toisaalta on myös myönnettävä se, että kuuluminen JYPin faniyhteisöön, JYPin Fan Clubiin tai

huutosakkiin ja aktiivinen osallistuminen niiden toimintaan olisi voinut tuoda tutkimukseeni lisää syvyyttä. Edellä mainitun pohjalta todettakoon, että jääkiekko lajina, mutta myös jääkiekkofanius ovat itselleni sillä tavoin omakohtaisesti tuttuja, että voidaan puhua kokemusmaailmojen yhtenevyydestä, mikä osaltaan voi lisätä tutkimuksen todentuntuisuutta (ks. Eskola & Suoranta 1999, 211).

4 FANIUDEN KÄSITTEESTÄ

Sanaa ”fani” käytetään viittaamaan hyvin erilaisiin asioihin ja se onkin epämääräisyytensä vuoksi varsin haastava tutkimuskohde. Yleensä faniudella tarkoitetaan kuitenkin voimakasta ja kiihkeää ihailua, joka liittyy populaarikulttuuriin. (Nikunen 2005, 18.)

Urheilun seuraaminen on nähty kansan ”syvien rivien” harrastuksena, jolla on suhteellisen alhainen status kulttuurin muotona. Tämän näkemyksen mukaan urheilun seuraaminen ei vaadi kovinkaan paljon kulttuurista kompetenssia, toisin kuin korkeakulttuurin, kuten taiteen seuraaminen. Kaikkien on katsottu ymmärtävän urheilun kieltä, jossa paras, nopein tai voimakkain voittaa. Urheilu on pyrkinyt erottautumaan populaarikulttuurista. (Heinonen 2005, 23.) Erottautuminen on tapahtunut muun muassa niin, että urheiluun on yhdistetty yleisiä tavoitteita. Erityisesti Suomessa urheilun, liikunnan ja urheilu-seuratoiminnan on katsottu edustavan ”kaikkea hyvää”. Esimerkiksi reippaus, rehtiys ja sankaruus ovat osa sitä sosiaalisen kontrollin hyvää kertomusta, jonka urheilujärjestelmä on tuottanut. (Itkonen 1996, 418; ks. Kokkonen 2008, 11.)

Suomen kielessä fanin käsitteellä tarkoitetaan niin harrastajaa kuin yleisöä. ”Fan” on lyhennys englannin kielen sanasta ”fanatic”, joka tarkoittaa innokasta ihailijaa ja intoilijaa. Kantasanana katsotaan yleisesti olevan latinan termi ”fanaticus”, joka merkitsi alkusi haltioitunutta ja raivokasta henkilöä sekä jonkinlaisen jumalallisen inspiraation vallassa olemista. Sittemmin fanaatikolla tarkoitettiin kaikkia jumalten palvonnan, uskonnon ja politiikan liiallisia muotoja ja suoranaista sosiaalista poikkeavuutta ja psykologista tasapainottomuutta. Kannattaja voidaan puolestaan ymmärtää fania laajempänä käsitteenä, joka viittaa yleisesti tiettyä asiaa kohtaan osoitettuun kiinnostukseen ja pitämiseen. (Heinonen 2005, 28–29.)

Urheilun seuraamisen ja urheiluun osallistumisen taustalla voidaan nähdä motivaationäkökulmasta neljä tekijää. Nämä tekijät ovat henkinen hyvinvointi, sosiaalisuus, urheilu itsessään sekä henkilökohtaiset tarpeet. Useat urheiluun liittymättömät aktiviteetit pystyvät täyttämään ihmisen henkiseen hyvinvointiin ja sosiaalisuuteen liittyvät sekä henkilökohtaiset tarpeet. Urheilu itsessään on ainutlaatuinen ja arvokas keino vastata sellaisiin tarpeisiin, jotka muuten voisivat jäädä täyttymättä. Tällaisia ovat esimerkiksi

kokemukset aggressiivisuudesta, kilpailusta, riskien ottamisesta ja saavutuksista. Nämä kokemukset ovat yhteydessä sekä urheiluun että sen seuraamiseen. (McDonald, Milne & Hong 2002.) Motivaationäkökulmaan liittyviä tekijöitä tuli esille myös haastatteluisissa. Ne olivat fanien kohdalla merkityksellisiä asioita urheilun seuraamista ja faniutta ajatellen. Esimerkiksi haastateltava 1 luonnehti asiaa tähän tapaan:

”On peleissä hienoja hetkiä muutenki (kuin itse peli), esimerkiksi että on erätaukoa pari minuuttia jäljellä, jää on valmis ja odotetaan, että erä alkaa, joku tuttu musiikki soi ja se tunnelmaksi siinä. Ei pelkästään peli oo tärkeä vaan siinä tapahtumassa pienetki yksityiskohdat muodostaa sen kokonaisuuden. Mut pelissä on kuitenkin voittamisesta loppujen lopuksi kyse, että kyllä hän se määrittää aika paljon sitä, että oliko hyvä peli vai ei.”

Hänen mielestään pienet yksityiskohdat tekevät urheilutapahtumasta kokemuksen arvoisen. Pelillä on tietysti oma tärkeä roolinsa, mutta kokonaisuus sen ympärillä rakentuu pienistä palasista, kuten ”fiilistelystä” juuri ennen erän alkua. Kilpaurheilun perimmäisenä tavoitteena on kuitenkin voittaminen eli jonkin suuren saavuttaminen. JYPin voittama Suomen mestaruus kaudella 2008–09 olikin jäänyt joidenkin fanien mieleen erityisen hienona saavutuksena:

”Mestaruus oli sellanen kruunu, että kun pitkään on seurannu ja katellu sitä kyntämistä, niin pikkuhiljaa ku sieltä nousiin ylemmäs ja miten koko kaupunki sekos siinä mukana, ni kyllä se on asia, jonka aina muistaa ja se on todellakin jääny mieleen tosi hyvin.” (Haastateltava 2)

”Varmastikin se kun pääs Kanada-maljaa nostelee kauden päättäjäsissä muutama vuosi sitten, ni kyllä ne on varmaan koko joukkueen, mutta myös fanin tähtihetkiä.” (Haastateltava 7)

Aggressiivisuuden osalta muutamat fanit mainitsivat taklaukset sellaisena elementtinä, joka heidän mielestään vaikuttaa ottelutapahtuman kokemuksen mielekkyyteen:

”Mikä on kaikista hienointa niin ku on halli täynnä ja yleisö on heti alusta asti hyvin mukana ja eläytyy peliin, peli on sellanen nopeatemponen, paljon taklauksia ja hyviä tilanteita, mielellään vielä kuuma ottelu, et pikkusikailuja tulee, että kaikki lämpee katsomossakin otteluun.” (Haastateltava 2)

”Hienointa on ehkä, jos joku oma suosikki tekee maalin ja sit rajut taklaukset, ni kyl ne sytyttää ja on hienoo kattoo. Ne on ehkä hienoimpia hetkiä.” (Haastateltava 6)

”Kyllä ne on ne komeet maalit ja hyvät taklaukset ja sitte se tunnelma. Hyvä tunnelma on kokonaisvaltanen juttu, että jos on hyvää peliä ja tulee taklauksia, välttämättä ei tarvi tulla ees paljoa maaleja, että on hyvä tunnelma.” (Haastateltava 7)

Näiden kommenttien pohjalta on luettavissa se, että jääkiekon seuraamiseen liittyvät tapahtumat tyydyttävät monipuolisesti haastattelemieni fanien tarpeita, niin henkilökohtaisia kuin sosiaalisuuteenkin liittyviä. Esimerkiksi rajut taklaukset, hienot maalit, vauhdikas peli ja täysi jäähalli ovat asioita, jotka fanien mukaan määrittävät hyvää otelua. Grossbergin (1995) mukaan populaarikulttuurin muotoihin osallistutaankin, koska ne ovat tavalla tai toisella viihdyttäviä ja tarjoavat osallistujille nautintoa ja mielihyvää. Fanin suhde kulttuuriin teksteihin toimii affektin tai mielialan eli elämän tunneiloutuveden alueella. (Grossberg 1995, 40–46.) Fanius voidaan yleisenä ilmiönä liittää populaarikulttuuriin ja myös urheilun maailmaan (Heinonen 2005, 29). Populaarikulttuurilla on eri yhteyksissä tarkoitettu eri asioita. Sillä on viitattu esimerkiksi laajan yleisön tai suosion saamaan kulttuuriin erotukseksi pienen yleisön korkeakulttuurista tai taiteesta. Se on toisaalta nähty alempiarvoiseksi kuin korkeakulttuuri, mutta toisaalta arvokkaaksi kansankulttuuriksi, joka nousee kansan omista tarpeista, toisin kuin korkeakulttuuri, joka on eliitin ylhäältä päin määrittelemä insituutio. Populaarikulttuurin merkitykset ovatkin ristiriitaisia. (Herkman 2007, 23.)

Faniuteen liittyy tietty kaksijakoisuus. Fanius voi olla keveää, vain jostain tietystä populaarikulttuurin ilmiöstä pitämistä. Toisaalta se voi olla jopa identiteettiä määräävä piirre, joka määrittyy arjen kohtuullisuuden ylittävänä innostuksena. Stereotyyppisen ajatuksen mukaan fani on pakkomielteen ajama ihminen, joka ei pysty tarkastelemaan toimintaansa kriittisesti, vaan toimii tunteiden pohjalta. (Heinonen 2005, 29.) Jokin urheiluun liittyvä tapahtuma ja sen kokeminen edesauttavat fanin itsestä irtautumista, mikä on seurausta uskonnollisen ja esteettisen yhtymisestä (Maffesoli 1995, 128). Toisaalta, vaikka fanius näyttäytyykin usein hyödyn ja arki ajattelun vastaisena, se sisältää jotakin toiveikasta ja eheyttävää, joita voidaan kokea panostamisen ja elämyksellisyyden kautta (Heinonen 2007, 137). Kuten haastateltava 7 edellä totesi, jääkiekko-ottelun tunnelmaan

ja elämyksellisyyteen vaikuttavat monet tekijät. Myös haastateltava 5 toi tunnelman ja tunteiden kokemisen esiin:

”No tunnelma ja ne tunteet, mitä siinä pelissä on, että tykkään käydä paikan päällä kattomassa, kun se on ihan eri asia ku radion tai teeveen äärestä seurata. Siinä saa niin täysillä elää mukana. Hyvän tunnelman rakentuminen riippuu pelistä, että joskus se voi olla ne yksilösuoritukset, mitkä nostattaa, välillä se voi olla puusilmänen tuomari, mikä saa sen tunnelman siellä aikaan.”

Ottelutapahtuman tunnelma rakentuukin esimerkiksi sosiaalisuudesta ja vuorovaikutuksesta, itse pelistä, huippusuorituksista kentällä, voittamisesta, mutta myös monista pienistä osatekijöistä, kuten musiikista. Osallistumismotivaation näkökulmasta ajateltuna monipuolisuus lieneekin hyvä sana kuvaamaan jääkiekkotapahtumaa, sen seuraamista sekä tunnelman kokemista. Kukin fani kokee asiat omalla tavallaan ja etsii sellaisia asioita, jotka ovat hänelle itselleen merkityksellisiä ja joiden vuoksi hän haluaa tulla jäähallille yhä uudelleen. On muistettava, että jääkiekkoon liittyvät kokemukset voivat joskus olla huonojakin. Parhaimmillaan paikan päällä koetun jääkiekkotapahtuman tunnelma on ainutlaatuinen kokemus katsojalle. Kokemus on ainutlaatuinen erityisesti silloin, kun se on rakentunut sellaisista elementeistä, joita katsoja itse arvostaa.

Fani voidaan ymmärtää vain historiallisesti ja erilaisten kulttuuristen suhteiden, kuten työn, uskonnon, moraalien tai politiikan, mutta myös urheilun yhteydessä. Jokainen on jatkuvasti useiden erilaisten asioiden fani, koska on mahdotonta elää maailmassa, jossa millään ei ole mitään väliä. (Grossberg 1995, 49–50.) Se, määrittelee henkilö itsensä jonkin asian faniksi, on kiinni hänestä itsestään. Rock-faniutta tutkinut Grossberg näkee rockin asiana, joka tarjoaa fanien elämään sisältöä ja mielekkyyttä muun muassa merkityksellisten tunteiden ja yhteisöllisyyden kokemisen kautta. Aikamme kulttuurisista suhteista esimerkiksi markkinatalous ja kulutuskulttuuri ovat merkittävässä asemassa faniuden näkökulmasta tarkasteltuna.

Fanius voi olla myös kapinallisuutta auktoriteetteja ja yhteiskuntaa vastaan, kuten entisessä Neuvostoliitossa, jossa jalkapallokentän laidalla oli mahdollista ilmaista vapaasti itseään. Yhteiskuntarakenteita ei suoranaisesti uhata tai kyseenalaisteta, vaan ilmaistaan turhautuneisuutta esimerkiksi epäasiallisella käytöksellä järjestyksenvalvojia tai viranomaisia kohtaan. (Heinonen 2007, 140–141.) Faniuden kaltainen toiminta ei tähtää yh-

teiskunnallisten epäkohtien korjaamiseen ja muutokseen, mutta saattaa sisältää muutoksen potentiaalin (Nikunen 2005, 335).

Faniuden suhde uskontoon on mielenkiintoinen. Esimerkiksi jalkapallon vertaaminen uskontoon tarjoaa mielikuvan siitä, miten merkittävä asia jonkin urheilulajin fanius voi olla. Maffesolin (1995) mukaan urheilu voidaankin nähdä analogisena uskontona. Kyseessä ei siis ole uskonnollinen maailma, vaan uskonnon kaltaisia piirteitä sisältävä asia. (Maffesoli 1995, 123.) Ajatus implisiittisestä uskonnosta on eräs mahdollisuus yhdistää uskonnon ja faniuden tutkimusta. Implisiittisellä uskonnolla tarkoitetaan ”uskonnollisuutta”, joka ei paikannu perinteisiin uskonnoiksi nimettyihin instituutioihin tai selkeästi artikuloituihin uskontunnustuksiin. Implisiittisen uskonnollisuuden tutkimuksen kohteena ovat olleet populaarikulttuuri ja arkielämä, jotka ovat myös keskeisiä fanitutkimuksen konteksteja. Myös rituaalisuus voidaan nähdä faniutta ja uskonnollisuutta yhdistävänä piirteenä. (Taira 2008, 125–128.) Faniuden erottaa kuitenkin uskonnosta se, että uskonnon määrittävänä perustana ovat uskomukset tai usko (Jenkins 2006, 17).

Kun keskustelimme siitä, miten JYP-fanit itse määrittelevät faniuden, kaikki toivat esille sen, että fanius on sitoutumista joukkueen kannattamiseen. Haastateltavien mielestä fanius on joukkueen mukana elämistä niin hyvinä kuin huonoinakin hetkinä. Heidän vastauksistaan tuli ilmi myös se, että he eivät arvosta, eivätkä pidä faneina sellaisia henkilöitä, jotka jättävät kannattamansa joukkueen silloin kun sillä menee huonosti. Tällaisesta henkilöstä käytetään faniuden piirissä termiä ”Glory hunter”, joka merkitsee tietyn joukkueen tai urheilijan menestyksen loisteessa paistattelevaa katsojaa, jonka kiinnostus kestää ainoastaan menestyksen ja voiton hetkien ajan (Heinonen 2005, 75–76). Esimerkiksi haastateltava 5 puki tämän sanoiksi näin:

”Fanius on sitä, että elää joukkueen mukana, ei vaan niinä hyvinä hetkinä, vaan niinä huonoinakin. Se tavallaan erottaa fanin ja rivikatsojan.”

Hänen mukaansa fanius näkyy niin, että tappioiden koetellessa todelliset kannattajat eivät jätä joukkuetta. Sitoutuminen joukkueeseen näkyy JYP-fanien mukaan lisäksi siten, että ainakin kotipelejä mennään seuraamaan paikan päälle aina kun se vain on mahdollista. Fanit toivat esille kuitenkin myös sen, että faneja on erilaisia ja he toimivat eri tavoin:

”Faneja on monenlaisia ja osa on sellasia, jotka ehkä seuraa maltillisemmin. Tietysti kritiikkiä pitää antaa omille sillon, jos on aihetta, mutta se ei oo sellasta takinkääntämistä, että yks peli ku hävitään ni joukkue on ihan p####a.” (Haastateltava 2)

”Jos otetaan joku tavallinen katsoja, jolla on kausikortti JYPin peliin, ni kyllä mää sen luokittelun jo faniksi. Kyllä se osottaa sitoutumista, jos sää ostat kausikortin ja tuut suurimpaan osaan peleistä hallille. Sen jälkeen on jokaisen oma valinta, millä tavalla kannattaa ja kannustaa. Suurin osa faneista on ehkä hieman äänekkäämpiä ja innokkaampia kannattaa, mutta on myös faneja, jotka tulee kattoo peliä ja välttämättä ei niin tunteella elä, mutta kumminki kannattaa seuraa ja joukkuetta.” (Haastateltava 7)

On luonnollista, että kaikki fanit eivät ole samanlaisia. On myös huomattava se, että fanien itsensä esittämät fani-määritelmät poikkeavat toisistaan. Jonkun mielestä faniuteen kuuluu äänekkäs kannustaminen, toisen mielestä faniuden voi näyttää muutenkin, esimerkiksi ostamalla kausikortin ja käymällä aktiivisesti otteluissa. Vaikka kausikortin hankkiminen istumapaikalle olisi osoitus iän mukanaan tuomasta mukavuudenhalusta, fani sitoutuu sillä tavoin yhä syvemmin joukkueen kannattamiseen, koska hän ikään kuin hankkii ”omistukseensa” pienen osan katsomosta (Hornby 2000, 308). Todellisen ja syvällisen faniuden, josta englantilaiset jalkapallofanit käyttävät esimerkiksi termejä ”Hard core” tai ”Die hard”, määrittelemisen on kuitenkin ongelmallista (Heinonen 2005, 79).

Haastateltava 6 määritteli faniutta kannustamisen näkökulmasta siten, että hänen mielestään kannustamisen tulisi tapahtua aina positiivisessa hengessä:

”Se on myös positiivinen asenne omaa joukkuetta kohtaan. Totta kai mäkin huudan jossain yyyveellä, et lauo tai syötä, mut ei silleen ku joku huus yhdes pelis, et ”Makkonen, mee v#####n sielt jäältä”. Menee vähän aikaa, et Makkonen tekee maalin, niin kyl mä siin vaihees tuuletin hirveesti. Ei oman joukkueen pelaajille pidä huutaa sellasta. En myöskään sanos sellasta ihmistä faniks, joka ei keskity kannustamiseen, vaan vastustajan haukkumiseen.”

Haastateltava 2 nosti lisäksi esille faniuden yhteisöllisen ulottuvuuden määritellesään faniutta:

”Fanius on sellasta, että tuntee kuuluvansa johonkin. Ei tarvi olla mikään faniryhmä tai tällanen, vaan sitä tuntee olevansa osa Jyppiä tai Jyp-faneja, vaikkei mitään tiettyä jäsenkorttia oo. Se on ehkä enemmän se henkinen pääoma mikä mulle tulee faniudesta mieleen. Vähä niinku avioliitossa, että (hymähtää) vaikka hommat kusee, niin silti pidetään yhtä. Se tulee päällimmäisenä mieleen tai mitä pidän tärkeänä.”

Yhteisöllisyys onkin tärkeä jääkiekkofaniuden osatekijä. Faniuden yhteisölliseen ulottuvuuteen palaan tämän työn osalta myöhemmin. Kuten edeltä on mahdollista havaita, on fanius varsin moniulotteinen ilmiö, jonka määrittäminen on haasteellista erityisesti sen vuoksi, että se merkitsee eri ihmisille erilaisia asioita. Fanit haluavat kokea faniuden kohteen nautinnollisena ja itselleen tavalla tai toisella mielihyvää tuottavana. Näiden asioiden kokeminen on henkilökohtaista ja riippuu fanin omista arvostuksista sekä odotuksista. Olennaista on kuitenkin se, että henkilö itse tuntee itsensä kyseisen asian faniksi.

5 FANIURA

5.1 Sosialisatio ja faniuteen sosiaalistuminen

Yhteiskunta muotoutuu rakenteellisen ehtojen mukaan. Näitä rakenteellisia ehtoja ovat kulloinkin vallitsevat arvot, normit ja tavat sekä taloudelliset, poliittiset ja sosiaaliset toimintamallit. Sosiologisesta näkökulmasta tarkasteltuna kasvatus on ihmisen sosiaalistumista fyysiseen, henkiseen ja kulttuuriseen elinympäristöön. (Antikainen, Rinne & Koski 2006, 35.)

Sosialisatio on arvojen ja normien siirtämistä uudelle sukupolvelle. Sen myötä yksilöt omaksuvat tarjolla olevat roolimallit ja oppivat pitämään vallitsevaa sosiaalisten instituutioiden muodostamaa järjestelmää luonnollisena. Roolien siirtäminen sukupolvelta toiselle ja niiden ylläpitäminen kuitenkin edellyttävät, että uuden sukupolven yksilöt hyväksyvät rooleja määrittävät normatiiviset odotukset. Rakenteet eivät siis pysy itsessään yllä, vaan tarvitaan aktiivista toimintaa eli normien ja arvojen opettamista järjestelmän ylläpitämiseksi. Jokainen uusi sukupolvi on sosiaalistettava omaksumaan yhteisössä hyväksyttävänä pidetyt käyttäytymistavat. Näin uuden sukupolven jäsenet oppivat tavoittelemaan vallitsevien arvojen ja normien kanssa sopusoinnussa olevia asioita. Lapsuus ja nuoruus ovat sosialisatation kannalta erityisen tärkeää aikaa, koska tuolloin yksilöt oppivat, mitä heiltä sosiaalisessa elämässä odotetaan. (Saaristo & Jokinen 2004, 78.) Sosialisatioprosessi jatkuu läpi koko ihmisen eliniän. Meidän on jatkuvasti pohdittava suhdettamme toisiin ihmisiin, ympäröivään maailmaan sekä arvoihimme ja ajattelutapoihimme. (Antikainen ym. 2006, 38.)

Urheilufaniuteen liittyvien arvojen, uskomusten, asenteiden ja normien opettajina toimivat sosialisatioagentit, joita voivat olla vanhemmat, ystävät, koulu tai yhteisö (Wann, Melnick, Russell & Pease 2001, 24). Urheilussa tietyn joukkueen uudet kannattajat omaksuvat seuran identiteetin ja kulttuurihistorian vanhempien kannattajien välityksellä. He siis sosiaalistuvat seuran kannattamiseen. (Giulianotti 2002, 34.) Tämä sosialisatio voi olla niin luonnollinen, että kannattajat kertovat syntyneensä joukkueen kannattajiksi. Englantilaisessa jalkapallokulttuurissa jo pienet lapset tempaistaan sosiaa-

listumisprosessiin, yleensä isän toimesta. Useiden seurojen fanituotemyymälöissä myydään muun muassa vauvojen potkukousuja ja helistimiä, joiden avulla faniksi sosiaalistaminen voidaan aloittaa heti syntymän jälkeen. Englannissa perhetaustan merkitys tietyn joukkueen faniksi sosiaalistumiselle onkin suuri. Suosikkijoukkueen valinta on ikään kuin mahdotonta, koska se on valittu yksilölle jo ennen hänen syntymäänsä. (Heinonen 2005, 55–56.) Kodin ja kasvatuksen merkitys olikin monen haastateltavan mielestä asia, josta heidän oma JYP-faniutensa oli saanut ensiponnistuksensa. Moni mainitsi tässä yhteydessä merkittävänä henkilönä nimenomaan isän. Esimerkiksi haastateltava 5 toi asian esille näin:

”Isä aikoinaan radiosta kuunteli pelejä ja niitä kuunneltiin sitte yhdessä. Hallille pääsin vasta ku sain ajokortin, sitten sieltä ei oo mikään pois pitänykkää. Kaveripiirissä ei kukaan silloin aikemmin juurikaan seurannu, että kait se isän syyks on laitettava (hymähtää).”

Yksi haastateltavista totesi muun aikuisen, miespuolisen henkilön toimineen hänen JYP-faniuttaan ajatellen merkittäväällä tavalla:

”Meiän koulutaksin kuljettaja oli Pappisen Ilmo (MT: 2010-11 joukkueenjohtaja, JYP A-juniorit.), sen kans silloin ekoja kertoja kuljin JYPin peleihin ku se asu samalla suunnalla ja tuli kattoon oikeestaan jokaisen kotipelin. Siitä se silloin lähti ja sitä vaan huomasi, että on ihan mukavaa touhua olla kattomassa pelejä. Ensimmäinen muistikuva varsinaisesti pelistä on se pronssiottelu Ässiä vastaan, tais olla vuonna 93.” (Haastateltava 7)

Tiihonen (1994) esittääkin hieman karrikoiden, että urheilu on elämänalueena hypermaskuliininen, eivätkä naisellisuus tai epämiehekkyyks kuulu urheilukentille tai urheilujournalismin viljelemään urheilun suureen kertomukseen. Urheilulla ja hegemonisella maskuliinisuudella on selvä yhteys. (Tiihonen 1994, 229, 242–243.) Hegemonisella maskuliinisuudella tarkoitetaan yhteiskunnallisiin rakenteisiin liittyvää valtasuhdetta, johon kiteytyvät länsimaisen miesideaalin vaatimukset. Näitä vaatimuksia ovat valta, voima, menestys, tunteiden hallinta ja heteroseksuaalisuus. Väkivaltalla on keino päämäärien saavuttamiseen. Sitä se voi olla myös urheilussa, jossa se on hyväksytty keinona, muttei päämääränä. (Heinonen 2005, 107.) Jääkiekko on varmastikin lajina yksi maskuliinisimmista esimerkiksi kovien fyysisten kontaktien vuoksi. Isän merkitys jääkiekkofaniuteen sosiaalistumisessa ei liene sattumaa. Palataksemme henkilöihin, jotka olivat

vaikuttaneet haastateltavien faniuden synnyn taustatekijöinä, eräs haastateltavista mainitsi nimenomaan äidin vaikuttaneen hänen faniuteensa:

”Tää on aika noloa myöntää, mutta oon kannattanu aiemmin Tepsii. Oon aina ollu äidin tyttö ja äiti tykkäs Saku Koivusta ja Tepsistä ku ne meni aika lailla suomalaisilla eteenpäin aikoinaan, niin se jäi siitä. Myöhemmin tuli sellanen ku Simon Backman, sitä seurasi Tepsin pelejä ja luuli olevansa tosi kova Tepsi-fani, mut sit ku Backman lähti sieltä pois, mä huomasin, et ei mua Tepsi kiinnosta, se on vaan toi JYPpi.” (Haastateltava 6)

Henkilön, jonka kautta sosiaalistuminen faniuteen on tapahtunut, ei siis välttämättä tarvitse olla mies. Äiti tai yleensä naispuoleinen henkilö voi toimia faniuteen sosiaalistumisen kannalta merkityksellisesti, kuten haastateltava 6 edellä ilmaisi. On vaikea sanoa, miten yleistä äidin toiminta faniuden kannalta merkittävässä roolissa on. Tämä voisi olla esimerkki siitä, että urheiluun liittyvä maskuliinisuus on nykyisin ainakin monimuotoistumassa.

Haastateltavan 6 kohdalla joukkueen valinnan taustalla oli se, että hänen faniutensa kohdistui voimakkaasti yksilöihin, ei joukkueeseen. Hän kertoi olevansa Simon Backmanin fani. Kun Backman, joka tuolloin pelasi Turun Palloseurassa, vaihtoi seuraa, haastateltava 6 huomasi, ettei TPS joukkueena kiinnostanut häntä. Hän kuvasi itse yksilöihin kohdistuvaa faniuttaan näin:

”Mun on pakko sanoa, et mä oon ehkä enemmän yksilö- ku joukkuekannattaja, tai silleen JYPpi on JYPpi, mutta mulle on yksilöt tosi tärkeitä. Mulle merkitsee aika paljon pelaajissa se, et minkälaisia ne on kaukalon ulkopuolella. Ja yksilöön saa paremmin kontaktin ku joukkueeseen. Sitte myös se, että ku ei oo kasvanu JYPpi-faniks pienestä pitäen, ni joukkue ei oo se suurin juttu.”

Tässä kohden voidaan todeta se, että kaksi haastateltavista ilmoitti yksilöfaniuden olevan heille tärkeämpää kuin joukkuefaniuden. Muiden osalta seuraaminen ja kiinnostus painottui JYPiin joukkueena, ei niinkään yksilöihin. Haastateltava 6 kertoi kiinnostuneensa alun alkaen JYPistä siten, että hän oli mennyt jäähallille katsomaan JYPin peliä ja löytänyt sieltä itselleen seuraa toisesta naispuolisesta JYPin kannattajasta. Seuraavalla kerralla hän oli mennyt tämän kannattajan kaveriporukkaan. Porukka on sittemmin

vaihtunut, mutta kavereiden myötävaikutuksella hän on kasvanut hiljalleen ”kovemmaks faniks”. Voitaneen siis todeta, että myös kaverit olivat vaikuttaneet hänen osaltaan sekä JYP-faniuden syntyyn että sen syvenemiseen.

Kodin ja kasvatuksen merkitys muutamien haastateltavien yleisen urheilua kohtaan tunteen kiinnostuksen synnyssä oli ollut suuri. Kotona oli seurattu urheilua vanhempien toimesta ja tämä oli tietyllä tavoin tarttunut kannattajiin. Asiaa ilmaistiin esimerkiksi seuraavasti:

”Yleisesti koti on sen verran urheilullinen ollu aina. Kun on niitä perheitä, joissa on tietokonein-sinöörejä ja osa rassailee autoja, mulla on pienestä asti urheilu ollu aika suuri osa elämää. En tiää, johtuuko se geeneistä vai kasvatuksesta vai mistä, veikkaan, että kyllä niinku kasvatuksella ja kaveripiirilläki on aika suuri merkitys siinä.” (Haastateltava 2)

”Ainahan kasvatuksella on vaikutusta, että mun isä on ollu kans aikamoinen penkkiurheilija, mutta ei ehkä niin kova kun minä oon nykysin. Muistan kun aina piti Urheiluruutu kattoo ja isä opetti mulle sillon, että ”Tappara on terästä” ja minä pienenä apinana toistin tietysti, en mä niistä mitään ymmärtäny. Mut nytte kun on ymmärtäny, ni se on ollu, et ei mitään Tapparaa (hymähtää).” (Haastateltava 3)

”Meillä on aina katottu perheessä kaikki urheilu laidasta laitaan. Sitä on aina tullu teeveestä kotona, et se on niinku jääny siitä. Perheeltä tää on kaikki lähteny, et meillä on niinku äitin vanhemmatki aina kattonu urheilua.” (Haastateltava 6)

Vanhempien osoittama kiinnostus urheilua kohtaan oli siis ”altistanut” haastattelemani faneja urheilun seuraamiseen. Viestintävälineiden näkökulmasta tarkasteltuna erityinen merkitys näyttäisi olevan televisiolla, joka välittää urheilun kotisohville. Suomessa faniksi sosiaalistuminen tapahtuukin usein oman harrastustaustan lisäksi median välityksellä (Heinonen 2005, 61). Myös lajin tai urheilun omakohtainen harrastus oli joidenkin haastateltavien mielestä tärkeä tekijä faniuden taustalla tai ainakin faniuden syventäjänä:

”On pienestä pitäen ollu liikunnallisesti silleen, että on pelailtu kaikkea, oon pelannu jalkapalloa kymmenisen vuotta ja jääkiekkoa kymmenisen vuotta ja valmentanu jääkiekkoa, että on koko

elämänsä oikeastaan ollu joukkueurheilussa mukana. Liikunta aika tärkeä juttu ollu aina, että on harrastuksena. Ite tullu tehtyä ja sitte seurattuaki samalla.” (Haastateltava 1)

”No sitä tulee ite sen verran harrastettua kumminkin, että tavallaan sitä kautta on syntyny se kiinnostus. Jotenki se on vaan tuolta lapsuudesta asti ollu toi jääkiekko sydäntä lähellä, nii ehkä sitä kautta ja muutenki urheilua tulee seurattua. Tunteitahan sitä tavallaan haetaan siitä urheilusta, haetaan niitä hyviä ja huonoja kokemuksia, niin sen takia ehkä.” (Haastateltava 7)

Urheilun seuraaminen perustuu pitkälti omaan harrastuspohjaan (Heinilä 1985, 81). Esimerkiksi pohjoismaiset jalkapallofanit ovat usein itse pelanneet jalkapalloa (Andersson & Radmann 1998, 153). Näin oli siis muutamien haastattemieni fanien kohdalla, mutta kaikilla harrastustaustaa ei ollut. Jääkiekko on yleisesti ottaen ollut suhteellisen kallis harrastus moniin muihin lajeihin verrattuna, mikä on varmasti rajoittanut harrastajamääriä. Lisäksi naisten osalta jääkiekon harrastajamäärä on yleisesti vähäinen.

Myös jääkiekko lajina oli toiminut faniuteen sosiaalistavana tekijänä. Kuten edellä on todettu, jääkiekko-ottelussa on useita erilaisia ulottuvuuksia, jotka myös ylläpitävät fanien lajia kohtaan tuntemaa mielenkiintoa. Haastateltava 3 ilmaisi asian näin:

”Jostain syystä jääkiekko on mulle ollu kuitenkin aina se ykköslaji, mitä mä oon tykänny seurata. Muistan ala-asteikäisenä katsoneeni Calgaryn olympiakisojen Suomi-USA -matsia, se alko yöllä joskus kolmen-neljän aikaan, samana aamuna kouluun...Se on se laji itsessään niin intensiivinen, tempaa mukaansa.”

”Intensiivinen” onkin hyvä sana kuvaamaan jääkiekkoa lajina. Peli on usein nopeatempoista ja tilanteet vaihtelevat koko ajan. Myös fyysisyydellä on tärkeä rooli jääkiekossa. Katsojan on herkeämättä seurattava peliä, ettei häneltä jäisi jokin tärkeä tapahtuma huomaamatta.

Faniuden syntyyn oli haastateltavan 7 kohdalla vaikuttanut otteluissa käymisen lisäksi jääkiekkokorttien keräilyharrastus:

”Ja ala-asteella rupes tuleen noita keräilykortteja sillon, niin niitä tuli keräiltyä ja peleissä käytä. Sitä kautta se sitte syntyi tavallaan se fanius.”

Haastateltavan 7 edellä esittämä kommentti siitä, että jääkiekkoon liittyvät keräilykortit ovat olleet faniutta synnyttävänä tekijänä, on mielenkiintoinen. Näin ollen on huomattava, että myös jääkiekkoon liittyvällä rekvisiitalla voi olla faniuteen sosiaalistava vaikutus. Englantilaisen jalkapallokulttuurin osalta fanituotemyymälöissä on vauvoille sopivia vaatteita, jolloin sosiaalistaminen voidaan aloittaa heti lapsen syntymän jälkeen. Haastatteluissa ei tullut ilmi, että vanhemmat olisivat ostaneet kenellekään haastattelemistani faneista JYPin fanituotteita vauvaiässä. On kuitenkin merkillepantavaa, että fanirekvisiitalla voi olla tärkeä, osin tiedostamaton rooli faniuteen sosiaalistajana.

Kuten edeltä voidaan havaita, haastattelemini JYP-fanien faniuteen sosiaalistuminen on tapahtunut useiden asioiden kautta. Kotoa saadut vaikutteet eivät ole olleet vähäisimpiä. Jos kotona seurataan aktiivisesti urheilua, lienee suuri mahdollisuus sille, että urheilu kiinnostaa myös jälkikasvua. Mielenkiintoista oli lisäksi se, että isä mainittiin henkilönä useissa vastauksissa, näkökulmat tosin vaihtelivat. Kaksi faneista muisteli, että isä oli vienyt heidät aikoinaan ensimmäistä kertaa katsomaan JYPin ottelua. Eräs fani kertoi puolestaan, että hän ei nykyisin mahdu isänsä kanssa samaan katsomoon, koska isä ei voi sietää hänen äänekkästä kannustamisestaan. Kodin ja kasvatuksen lisäksi esimerkiksi sosiaalisuuteen liittyvillä tekijöillä, fanirekvisiitalla ja jääkiekolla lajina on faniksi sosiaalistumisen kannalta omat tärkeät merkityksensä. Kuten Bourdieu (1985, 159–160) on jo aiemmin havainnut, yksilöllisen fani-identiteetin rakentumisen taustalla voi olla myös jonkin urheilulajin aiempi omakohtainen harrastaminen.

Mielenkiintoista oli havaita myös se, että toisin kuten englantilaisessa jalkapallokulttuurissa, haastattelemini fanien suosikkijoukkueen valinta ei välttämättä ollut tapahtunutkaan isän suosikin mukaan. Haastateltavan 6 äiti kannatti TPS:aa, mutta hän itse valitsi varsinaiseksi suosikikseen JYPin. Sosialisatioon vaikuttavat tekijät voivat olla merkitykseltään eritasoisia. Esimerkiksi kodin merkitys joukkueen valinnan kannalta ei välttämättä ole ratkaiseva. Haastateltavan 6 kohdalla kaverit olivat toimineet joukkueen valinnan kannalta merkityksellisenä tekijänä.

5.2 Fanius ja identiteetti

Identiteetti on nykyisin sanana muodikas. Erilaisista identiteettimuodoista, kuten yksilöllisestä, paikallisesta, kansallisesta, etnisestä ja sukupuoli-identiteetistä kirjoitetaan ja käydään paljon keskustelua. Yksilötasolla identiteetillä tarkoitetaan yleisesti ottaen sitä, kuka ihminen ajattelee olevansa, miten ja millaiseksi hän itsensä kokee, mihin hän uskoo ja mitä hän tekee. Yksilötason identiteettiin vaikuttavat kuitenkin kollektiiviset identiteetit, kuten paikalliset tai kansalliset identiteetit. (Saaristo & Jokinen 2004, 136–137.) Urheilun yhteydessä voidaan puhua myös laji-identiteetistä, mikä tarkoittaa niitä tietyn urheilulajin ominais- ja erityispiirteitä, jotka erottavat sen muusta lajitarjonnasta (Heinilä 2001, 183). Kuten edellä on mainittu, jääkiekon osalta esimerkiksi rajut taklaukset ovat ominaispiirre, joka erottaa sen monista muista lajeista. Tämä ominaispiirre on myös yksi niistä syistä, joiden vuoksi osa faneista saapuu jääkiekkoa seuraamaan.

Identiteettimuotojen rakentumiseen ja muokkautumiseen vaikuttavat useat eri tekijät, kuten perhe, ympäristö, ystävät, media ja kulutus. Identiteettiä määrittelevät tekijät voidaan jakaa myös yksilöllisiin ja sosiaalisiin tekijöihin (Ruonavaara 2001, 21). Identiteettiä ei pidetä sisäisenä ja synnynnäisenä ominaisuutena, vaan se muodostuu ihmisten, instituutioiden ja erilaisten käytäntöjen vuorovaikutuksessa. (Saaristo & Jokinen 2004, 137.) Yksilöllinen identiteetti on suuressa määrin tietoisuutta siitä, millaisia eroja yksilö näkee itsensä ja muiden ihmisten välillä. Sosiaalinen identiteetti perustuu puolestaan samanlaisuuden kokemiseen. Tällöin yksilö samastuu muihin samoissa sosiaalisissa verkostoissa ja samanlaisessa sosiaalisissa asemissa sekä tilanteissa oleviin ihmisiin. Samanlaisuutta ei voida kokea tekemättä eroa oman ryhmän (Me) ja muiden (Ne) välillä. (Ruonavaara 2001, 22.) Toisen paikkakunnan jääkiekkjoukkue ja sen kannattajat muodostavat eräänlaisen vihollisen, josta erottaudutaan sekä konkreettisella että symbolisella tasolla (Anttila 2001, 63).

Ryhmien väliset suhteet ja niiden tuottama tyydytys ovatkin osasyynä joukkuepelien suosioon myös katsojien keskuudessa. Ihminen voi samastua omaan joukkueeseensa tai yhteisönsä, maansa tai alueensa edustajiin (Liebkind 1988, 11–12.) Globalisoituvassa maailmassa voitaisiinkin identiteettien sijasta puhua myös samastumisesta erilaisiin ilmiöihin. Tämä samastumisprosessi jatkuu läpi koko elämän ja on loppumaton, epätäydellinen ja avoin. (Bauman 2001, 152.) Yksilöllisen fani-identiteetin osalta voi myös

olla kyse samastumisesta, kun fani samastuu seuraamaansa henkilöön sisäisellä, henkiselä tasolla (Nikunen 2005, 235–239). Haastateltavista kaksi puhui samastumisesta, molemmat eri näkökulmista. Toisella samastuminen oli ollut tärkeässä roolissa erityisesti joukkueen valinnan näkökulmasta.

”Minkä takia sit loppujen lopuks valitsin JYPin, niin johtu täysin siitä, että mähän oon ite pienikokonen kaveri ja JYPpi oli silloin pikkuseura, niin siihen oli helpompi samaistua. Pelaajat joutu siellä kaukalossa taistelemaan isompia vastaan, niin se oli sama, mitä minä oon aikasemmin joutunu kokemaan oikeassa elämässä, niin siihen oli helppo samaistua siihen joukkueeseen. Että siitä se (fanius) on lähteny.” (Haastateltava 3)

Haastateltavalle 4 joukkueeseen samastuminen näyttäytyi alueellisuuden kautta.

”Ehdottomasti siis alueellisuus, että pystyy niin sanotusti samaistumaan siihen joukkueeseen, että se on Keski-Suomen joukkue. Ja kun JYPpi pärjää, niin Jyväskylä on hyvä kaupunki.” (Haastateltava 4)

Molempien kohdalla samastuminen liittyi siis joukkueeseen. Samastuminen suosikkijoukkueeseen on varmasti helpompaa, jos fanilla on kokemusmaailmassaan jokin tavalla tai toisella yhteinen asia joukkueen kanssa. Sosiaalisen identiteetin rakentuminen perustuukin samanlaisuuden kokemiseen. Haastateltava 3 oli kokenut samastumisen fyysisen kokonsa kautta. Hän oli pienikokoisena joutunut ”taistelemaan” isompiaan vastaan, kuten JYP joukkueena silloin, kun haastateltava 3 valitsi suosikkijoukkueensa. Haastateltava 4 puolestaan koki JYPin edustavan Keski-Suomea, siis samaa aluetta, jossa hän oli itse koko ikänsä asunut. Alueellisuus voi myös näyttäytyä joukkueessa esimerkiksi ”oman kylän poikien” pelatessa ja edustaessa paikallista urheiluseuraa.

Paikallisidentiteetti on sosiaalinen identiteetti, jonka määrittävänä tekijänä on yksilön asuinpaikka. Kun ihminen tuntee yhteenkuuluvuutta asuinpaikkaansa, samastuu hän suuressa määrin siihen yhteisöön ja ympäristöön, jossa elää. Paikallisidentiteetin merkitystaso voi vaihdella yksilökohtaisesti. Esimerkiksi jonkin tietyn jääkiekkjoukkueen kannatus ei vain ilmaise paikallisidentiteettiä, vaan myös rakentaa sitä. Mitä enemmän paikallisia joukkueita on eri urheilulajeissa, sitä vaikeampaa tietyllä lajilla on nousta symboliasemaan. On tietysti myös huomioitava, että esimerkiksi seura- tai lajihistorialla

voi olla oma merkityksensä symboliasemaa pohdittaessa. Jääkiekko on Suomessa siinä määrin suosittu urheilulaji, että sille tuskin löytyy kilpailijoita, ainakaan lyhyellä aikavälillä. Jääkiekon tarjonta on lisääntynyt, esimerkiksi SM-liigan pelimäärät ovat nousseet. Toisaalta jääkiekon kaupallistuminen ja ammattimaistuminen voivat johtaa paikallisidentiteetin kannalta ongelmalliseen tilanteeseen, kun oman paikkakunnan kasvattaja voi olla joukkueessa vain muutamia. (Ruonavaara 2001, 24, 26, 29, 31–33.)

Paikallisuuteen kiinnittyminen onkin problemaattista erityisesti siitä syystä, että moderni urheilu on suurelta osin osa viihdeteollisuutta. Hyödyn tavoittelun ja kaupallisuuden myötä erityisesti länsimainen urheilu ja urheilujoukkueet ovat olleet pakotettuja useisiin maantieteellisen uudelleensopeutumisen muotoihin. Tällaisia muotoja ovat esimerkiksi muutto kannattavammalle alueelle tai värväysalueiden laajentaminen. (Bale 2003, 107.) Esimerkiksi NHL:ssa muutamat joukkueet ovat viimeisten viidentoista vuoden aikana muuttaneet taloudellisesti kannattavammille alueille. Suomessa jääkiekon kannalta ajateltuna kannattavia talousalueita ovat lähinnä suurimmat kaupungit. Yleisesti ottaen maamme suurimmissa kaupungeissa pelataan jääkiekkoa joko SM-liiga- tai Mestistasolla. Jääkiekkjoukkueen muutto kannattavammalle alueelle onkin meillä epätodennäköistä. Ainakin osa joukkueista on mielestäni vakiintunut selkeästi alueellisuuden symboleiksi, kuten JYP Keski-Suomen tai Oulun Kärpät Pohjois-Suomen. Haastateltavista moni näki paikallisuuden ja yleensä alueellisuuden vaikuttaneen vahvasti oman fani-identiteettinsä rakentumiseen. Haastateltavat 2 ja 7 toivat asian esille näin:

”Kun on oman kylän seura ja sen verran pienessä mittakaavassa kaupunki on, että kylä koulussa ki ois nuorempana katottu aika oudosti, jos ois vaikka Kalpaa kannattanu tai Kärppiä. Kyllä se lähtee siitä, että kun on Jyväskylästä, niin on ylpee siitä oman kylän seurasta. Että kyllä alueellisuudella on suuri merkitys.” (Haastateltava 2)

”Kyllä se (alueellisuus) ainaki omalla kohalla on siinä mielessä ihan merkittävä tekijä, että en mä vois kuvitella, että sitä pystys vaikka Jokereita kannattaa. Kun on nuoresta pitäen käynyt noita pelejä kattoon, ni on tavallaan tullu se henki, että se on tän Keski-Suomen alueen joukkue ja oman kylän joukkue, että siellä oman kylän poikia pelaa, ni tavallaan sitä kautta.” (Haastateltava 7)

Ylipäättään mahdollisuus seurata paikallisen, korkeimmalla sarjatasolla eli SM-liigassa pelaavaan jääkiekkoyoukkueen otteluita paikan päällä oli alueellisuuden ohessa muutamille haastateltaville merkittävä tekijä joukkueen valinnassa. Se mahdollisti joukkueen tiiviin seuraamisen. Näin asiasta kertoivat haastateltavat 1 ja 5:

”Tuli tosiaan muutettua tänne Jyväskylään ja sitten on ollu mahdollisuus käyä seuraamassa noita JYPin pelejä. Kyllähän sitä on tietysti seurannu ja aina ollu tämmösten pikkuseurojen puolella, mutta muutosta lähtien sitte, alussa ehkä vähemmän ja nyt sitten pikkusen intensiivisemmin on ruennu olemaan JYPin puolella noissa peleissä.” (Haastateltava 1)

”Tietysti se (JYP) on ollu helpoiten lähestyttävissä oleva ja se on aina ollu just se, niin ei sitten osaa niinku muita enää miettiikkää. Se on vaan jotenki ollu automaattisesti se vaihtoehto, et ku on ollu vaa yks joukkue, ni se on ollu helppo valita.” (Haastateltava 5)

Haastateltava 5 on asunut koko ikänsä Jyväskylän seudulla ja tarkoitti edellä alueellisuutta ja sen merkitystä. JYP on ollut ainoa jääkiekkoyoukkue, joka on pelannut Jyväskylässä pääsarjatasolla ja näin sen valinta oli ollut hänelle helppoa. Haastateltavan 1 edellä esittämää mielipidettä puolestaan tuki osaltaan haastateltavan 6 havainto:

”Jos ei oo omas kaupungis, missä on syntyny ja näin, sellasta SM-tason seuraa, ni kyl se aika lailla ratkasee mun mielestä, et mihin sit muuttaa ja näin. Et kyl mä tiän täältäki ihmisiä, jotka on muualta ja niistä on tullu JYPpi-faneja sit täällä.”

Haastateltava 1 oli aiemmin asunut paikkakunnalla, jonka jääkiekkoyoukkue oli pelannut miesten pääsarjatasolla hänen ensimmäisinä elinvuosinaan ja sittemmin pudonnut Mestikseen eli silloiseen jääkiekon ykkösdivisioonaan. Hän oli seurannut tiiviisti paikallista kiekkoseuraa, mutta vasta muutto Jyväskylään mahdollisti pääsarjatason joukkueen aktiivisen seuraamisen paikan päältä.

Alueellisuudella ja paikallisuudella näyttäisi siis olevan vahva vaikutus fani-identiteetin rakentumisen kannalta. Mahdollisuus samastua oman kylän joukkueeseen ja sen pelaajiin tarjoaa keinon kokea suosikkijoukkue ”pintaa syvemältä”. Vaikka faniuden merkitys yksilöille ja sen julkinen osoittaminen vaihtelevat, faniuden edellytys on fani-identiteetin omaksuminen. Keskeistä on se, että henkilö itse määrittää itsensä faniksi. (Nikunen 2005, 52.)

On hyvä tiedostaa, että urheilun vaikutus myös suomalaiseen kansallisidentiteettiin on ollut suuri. Liikuntakulttuurin kehitys on liittynyt suomalaisen yhteiskunnan merkittäviin tapahtumiin; 1800-luvun yhteiskuntamurrokseen ja uudistusliikkeisiin, itsenäisyysliikkeeseen ja suojeluskuntatoimintaan sekä nuoren kansakunnan ”kansalaiskunnan” osoittamiseen. Nykyisin liikuntakulttuurin merkitys näkyy muun muassa kansalaisten panostuksena terveyteen ja hyvinvointiin sekä kilpa- ja huippu-urheilun seuraamiseen. Liikunta on kehittynyt kulttuurituotteeksi, jota yhteiskunta hyödyntää omien ja kansalaistensa hyvinvointitarpeiden mukaisesti. (Heinilä 2001, 54–57; ks. Itkonen 2002, 3.)

Suomalainen urheilunationalismi näyttää rakentuneen neljän kulmakiven varaan. Suomalaiset on nähty vertaansa vailla olevana urheilukansana, jolle sopivat erityisesti yksilölajit. Urheilun merkitys kansallisen identiteetin kannalta on korvaamaton, kansa vaatii menestystä huippu-urheilussa. Lisäksi urheilumenestys on Suomelle paras tapa näkyä maailmalla. (Kokkonen 2003, 4.) Globalisoituvassa maailmassa onkin mielenkiintoista huomata, että kansallisuus näkyy urheilussa edelleen selvästi. Tarkasteltaessa urheilun kulttuurista merkityksenantoa huomataankin, että kansalliset symbolit lippuineen ja kansallislauluineen ovat säilyttäneet asemansa kansainvälisillä kilpailuilla (Itkonen 2000, 157). Yksi merkittävimmistä jääkiekkoon ja kansallisidentiteettiin liittyneistä tapahtumista on varmastikin ollut Suomen jääkiekkomaajoukkueen voittama maailmanmestaruus vuonna 1995.

Lisäksi suomalaisen urheilu- ja paikallisidentiteetin erityispiirteenä voidaan nähdä jakautunut urheilukulttuuri. Työläis- ja porvarieurheilun edustajat olivat pitkään jakautuneina omiin leireihinsä. Turkulaisessa jääkiekkokulttuurissa Turun Toverit (TuTo) edusti työläisurheiluliikettä, kun taas Turun Palloseura (TPS) edusti alun perin porvarillista urheiluliikettä. Luokkapohjainen organisoituminen on kuitenkin hiljalleen murentunut. (Ruonavaara 2001, 23, 36–38.) Turun Palloseuran menestys on nähty Turussa yhtenä myönteistä paikallista imagoa luovana tekijänä. TPS näkyy turkulaisessa katukuvassa, kuten paikallislehdissä ja -radiossa, mutta on myös muodostunut osaksi turkulaista mentaliteettia. TPS kytkeytyy turkulaisuuteen ja paikalliseen identiteettiin erityisesti 1990-luvun menestyksen nostamana yrittäjyyden ja paikallisen aktiivisen junioritoiminnan kautta. Nykyiseen huippujääkiekkoon liittyy lisäksi kaupallinen toiminta, joka näkyy eri tavoin muun muassa ottelutapahtumissa. (Anttila 2001, 45–47.) Kulttuurisessa identitee-

tissä on kyse sekä ”jonakin olemisesta” että ”joksikin tulemisesta”. Se ei ole valmiiksi olemassa. Kulttuurisilla identiteeteillä on historiansa, mutta ne käyvät läpi jatkuvia muutoksia. Ne eivät kiinnity ikuisesti johonkin olennaisena pidettyyn menneisyyteen, vaan ovat vallan, historian ja kulttuurin jatkuvan ”leikin” kohteena. (Hall 1999, 227.)

Haastatteluissa ei tullut esille asioita, jotka olisivat selkeästi olleet liitettävissä esimerkiksi liikuntaan ja ihmisten hyvinvointiin tai suomalaiseen urheilunationalismiin. Mielestäni on kuitenkin hyvä tiedostaa niitä urheiluun liittyviä asioita, jotka laajemmassa mittakaavassa ovat vaikuttaneet tai vaikuttavat kansallisidentiteettiin ja voivat siten olla myös jääkiekkofaniuden rakentumisen taustatekijöinä.

5.3 Fanin moraalinen ura

Crawfordin (2004) mukaan urheilua aktiivisesti seuraavista ihmisistä osa on erittäin sitoutuneita kannattajia, kun osa puolestaan on vähemmän sitoutuneita katsojia. Crawford esittää urheilufanin moraalisen uran, joka on hahmotelma siitä, miten fani voi olla aluksi osa suurta yleisöä ja edetä jopa ”koneistoon” kuuluvaksi toimijaksi. Eteneminen voi tapahtua kiinnostuksen, sitoutumisen ja innostumisen kautta kiintymyksen ja lopulta omistautumisen vaiheeseen. Tässä vaiheessa oleva fani on yleensä miespuolinen henkilö, joka on seurannut lajiaan tai joukkuettaan jo suhteellisen pitkään ja seuraamisella on merkittävä asema hänen jokapäiväisessä elämässään. Hänellä on myös hyvä tietämys ja ymmärrys seuraamansa lajin tai joukkueen historiasta ja säännöistä. Seuraavan, eli ammattilaisvaiheen fanit muodostavat eräänlaisen eliittiryhmän. He ovat kannattajaryhmien johtajia ja voivat toimittaa esimerkiksi joukkueensa omaa fanilehteä. Heidän tietämyksensä on hyvin yksityiskohtaista ja he ovat olleet faneja huomattavan pitkän ajan. Viimeinen vaihe on kuuluminen ”koneistoon”, mikä tarkoittaa toimimista seuran palveluksessa, esimerkiksi markkinointijohtajana. Tähän vaiheeseen ei kuitenkaan yleensä nousta faniuraa pitkin, vaan seuratehtävissä toimivat lähinnä koulutetut ja kokeneet asiantuntijat. Faniuralla voidaan liikkua myös taaksepäin. Lisäksi kiinnostuksen ja osallistumisen aste voivat vaihdella ajan myötä. (Crawford 2004, 42–49.)

Esitin faneille Crawfordin fanin moraalista uraa mukailevan faniuran (Liite 2) ja tiedustelin, missä kohdassa sitä fanit oman näkemyksensä mukaan tällä hetkellä ovat. Kysyin

myös, mitä mieltä he ovat faniurasta. Haastateltavat 1 ja 6 näkivät oman tilanteensa näin:

”Ehkä toi innostuminen, että on hyvä tietämys lajista ja joukkueesta ja historiasta. Aika paljon piirteitä on myös omistautumisesta. Se on merkittävä osa arkea, mutta ei nyt mitään yksityiskoh-tasia tietoja pelaajista. Kyl toi vaikuttaa aika loogiselta, mut osalla voi tulla tosi nopeestikin fani-ilmiö, että muutamassa vuodessa voit tulla tuolta kiinnostuksesta tonne ammattilaisuuteen. Mutta sitten on semmosia, että oikeesti suuresta yleisöstä omistautumiseenki saattaa viedä kau-an. Ainaki et täällä innostautumisessa ja omistautumisessa ollaan tosi kauan, sinne varmaan moni jääki.” (Haastateltava 1)

”Ehkä mä oon aika sitoutunu hommaan tai omistautunu. Historiaa en niin hirveesti, et muutama kaveri on sellassii, jotka puhuu jostain pelaajasta, jota mä en oikeasti tiä yhtään, et on pelannu JYPissä. Mut aika monen kaa ku puhuu ni aina välillä tietää ite paljo enemmän ku ne. Mut siis toi ois tuo ”omistautuminen” sillai. On mulla aika suuri innostuminenki lajia kohtaan, et tuolla välillä jossain. Sen mä tiän, et tohon ammattilaisuuteen se ei oo menossa.” (Haastateltava 6)

Haastateltavat 1 ja 6 kertoivat olevansa innostumisen ja omistautumisen välimaastossa. Haastateltava 1 oli seurannut aktiivisesti JYPiä vasta kaksi kautta ja ei ehkä kokenut olevansa vielä kovin syvällä JYP-faniudessa. Haastateltava 6 puolestaan sijoitti itsensä faniuralle vertaamalla itseään esimerkiksi tietämyksen osalta kavereihinsa. Tällöin on huomattava, että kaveripiirin tietämyksen taso saattaa vaihdella. Jos joku toinen olisi tehnyt saman vertailun omaan kaveripiiriinsä, olisi hän saattanut sijoittaa itsenä eri koh-taan faniuralla, vaikka tietämyksen taso olisikin ollut todellisuudessa suurin piirtein sama. Haastateltavan 1 huomio siitä, että faniuralla etenemisen nopeus voi vaihdella, oli tarkkanäköistä analysointia. On varmasti totta, että joillakin ihmisillä fanius ”kehittyy” nopeammin kuin toisilla. Haastateltavat 2 ja 4 kuvasivat itseään seuraavasti:

”Varmaan toi omistautumiskohta, noi kaikki kohat (kriteerit) sopii itse asiassa erittäin hyvin muhun. Täällä ammattilaisuudessa on nää faniryhmän johtajat, ni niillä voi olla innostuneisuus joukkuetta kohtaan suurempi kun esimerkiksi mulla, mutta tietämys lajista tai pelaajista, niin luulisin, että mulla on suurempi ku näillä.” (Haastateltava 2)

”Se on jossain omistautumisen kohilla, että täällä aika oikeassa reunassa, mutta ei ehkä ihan tuohon ammattilaisuuteen kuitenkaan, eikä ainakaan koneisto. Jos mä en ois tuomariuralle läh-teny, ni varmaan oisin jo edenny tuohon ”ammattilaisuus” -kohtaan kuitenkin.” (Haastateltava 4)

Haastateltavat 2 ja 4 totesivat siis olevansa omistautumisen vaiheessa. Fanit tulkitsivat uraa omista lähtökohdistaan ja käsityksistään nähden, mistä hyvänä esimerkkinä toimii haastateltavan 2 esittämä ajatus siitä, että hänen tietämyksensä voisi ehkä olla suurempi ja innostuminen taas ei niin suurta kuin ammattilaisiksi itsensä luokittelevilla faneilla. Tämä väite saattoi ainakin osin perustua siihen, että hän oli seurannut JYPIä suhteellisen kauan eli noin viidentoista vuoden ajan. Hänen seuraamisensa olikin aikajaksoltaan selvästi pidempi kuin esimerkiksi kahdella itsensä ammattilaiseksi luokitelleella fanilla. Faniuden luonne ei olekaan vain historiallisesti ja kulttuurisesti spesifistä vaan siihen vaikuttavat myös yksilölliset määritelmät ja erityiset sosiaaliset tilat (Crawford 2004, 49). Omistautuneet kannattajat saattavat esimerkiksi ilmaista vastenmielisyyttä joitain kannattajia tai tietynlaista katsomokäytöstä, kuten tanssimista kohtaan (Crawford 2003, 232). Tällaisia piirteitä en edellä mainittujen haastateltavien kohdalla aineistosta löytänyt.

Mielenkiintoista oli myös se, että edellä kaksi haastateltavaa totesi selkeästi, että he eivät halua edetä faniurallaan. Haastateltavan 6 kohdalla kävi myöhemmin haastattelun aikana ilmi, että ainakin yksi syy, miksi hän ei halua olla ”ammattilainen”, liittyi kriteeriin ”faniryhmän johtaja”. Faniryhmän johtajan tehtäviin voi kuulua vieraspelireissujen järjestäminen ja haastateltavalla 6 oli kielteinen käsitys vieraspelireissuista ja hän ilmaisi selkeästi sen, että ei haluaisi niitä järjestää. Haastateltava 4 totesi tuomariuran toimineen esteenä hänen faniuralla etenemiselleen. ”Ammattilaisuus” -vaihetta määrittää osaltaan selkeä näkyvyys faniyhteisössä ja näin ollen urakehityksen estyminen hänen kohdallaan on ymmärrettävää, koska hän halusi säilyttää tietyn ”objektiivisuuden” JYPin kannatuksessaan ja toiminnassaan, eikä halunnut esimerkiksi pukeutua kotiotteluisa JYPin pelipaitaan.

Yksi faneista määritteli olevansa omistautumisen ja ammattilaisuuden välimaastossa:

”No ehkä sekotus, ”omistautuminen” ja ”ammattilaisuus”, mää oon ollu faniryhmän johtajana, matkanjohtajana, tehny JYPille valokuvaushommia, fanituotteiden kuvia räpsiny, ollu nettisivujen toimituksessa joskus ja ylläpitäny JYPin omien sivujen keskustelupalstaa. Et seuran eteen oon tehny töitäkin, mutta eniten koen, et oon seuralle omistautunu kannattaja. Ura on siinä määrin ymmärrettävä, että ensin ollaan yleisössä ja kun kiinnostus kasvaa, niin sitten tulee innostu-

neisuutta, sitoutumista ja sen jälkeen omistautumista. Tietysti joissakin tapauksissa pääsee koneistoon mukaan, mutta se on oikeestaan aika ääritapaus. Tosin esimerkiksi JYPin nykyinen huoltaja on ollut lajista ja seurasta erittäin kiinnostunut ja oli radiohommissakin haastattelemassa JYPin pelaajia, ja nyt hän on joukkueen huoltajana, unelmahommassaan.” (Haastateltava 3)

Haastateltavan 3 kertoma esimerkki tukee omalta osaltaan sitä, että myös koneistoon eli seuran palvelukseen on mahdollista päästä suuren kiinnostuksen ja kannattamalleen joukkueelle omistautumisen kautta. Kuten hän mainitsee, voi seuran palkkalistalla oleminen olla omistautuneelle fanille unelmatyö, koska tällöin fani saa itse olla osa joukkuetta. Voi myös olla niin, että jokin tietty osa-alue, josta fani on erityisen kiinnostunut, on uraa ajatellen jossain muussa kohdassa kuin mihin hän itsensä varsinaisesti luokittelee. Esimerkiksi haastateltava 3 kertoi toimineensa seuran palveluksessa, mutta hän koki silti olevansa ennen kaikkea omistautunut fani. Haastateltavat 5 ja 7 määrittivät omaa sijoittumistaan faniuralle näin:

”Kyllä se ”ammattilaisuus” -kohtaan menee, ku on Fan Clubin toiminnassa mukana ja on ollut niin kauan. Ja kauan seurannu, et se on noista selkeesti se, mihin itteni kategorioisin. Itellä on edenny suurin piirtein tän mukaan, että kyllä se pitkälle tota noudattaa.” (Haastateltava 5)

”Mää luulen, että oon tuolla ammattilaisuudessa menossa. Suuresta yleisöstä on lähteny ja nyt ollaan ammattilaisuudessa, että seuraavaks varmaan sitte ollaan seuran puolella (naurua). Vaikka se ei mikään tavote oo, mutta tän mukaanhan se sinnepäin ois menossa. Tän pohjalta se on hyvin pitkälti menny.” (Haastateltava 7)

Haastateltavat 5 ja 7 siis sijoittivat itsensä kohtaan ”ammattilaisuus”. Tämä oli äärimmäisen mielenkiintoista siinä mielessä, että toinen henkilöistä kuuluu JYPin Fan Clubin johtohenkilöihin ja toinen puolestaan JYPin huutosakin johtohenkilöihin. Molemmat olivat erittäin aktiivisia toimijoita yhteisöissään. Myös kolmas johtohenkilöihin kuuluva luokitteli itsensä lähelle tätä uravaihetta, nimittäin omistautumisen ja ammattilaisuuden välimaastoon. Tässä kohden oli siis huomattavissa jonkinasteinen ero niin sanottujen rivikannattajien ja johtohenkilöiden välillä. Ammattilaisvaiheessa olevilla brittiläisillä jääkiekkofaneilla on usein kausikortti kannattamansa joukkueen otteluihin, mutta he eivät välttämättä kuulu mihinkään kannattajayhdistykseen (Crawford 2003, 233). Haastateltavilla 5 ja 7 oli kausikortit JYPin peleihin, mutta toisaalta he myös kuuluivat joukkueen kannattajayhdistykseen.

Sosiaalinen vuorovaikutus näyttäisi olevan ratkaisevassa roolissa jääkiekkoon ”johdattelemisen” kannalta. Se myös tekee faniurakehityksestä helpompaa. Esimerkiksi sääntöjen ja pelin taktisten ulottuvuuksien oppiminen näyttäisi liittyvän siihen, että kauemmin faneina olleet opastavat aloittelevia kannattajia. Tämä ”opetus” ei kuitenkaan rajoitu vain vanhempien kannattajien kanssa käytyihin keskusteluihin ja lajiymmärrykseen, vaan siihen sisältyvät myös esimerkiksi erilaiset kulutuksen muodot, kuten massamedia ja fanituotteet. Uudet kannattajat oppivat jääkiekon seuraamiseen ja tietyn joukkueen kannattamiseen liittyvät normit. Näin heidän faniurakehityksensä on mahdollista. Oppimisen kautta saavutettu tietämys ja ymmärrys saatetaan myöhemmin nähdä ikään kuin luonnollisena kykynä ymmärtää peliä tai ylempänä tietämyksenä ja kokemuksena. (Crawford 2003, 228–229.)

5.4 Faniuden muuttuminen

Keskustelimme myös siitä, miten fanit itse näkivät muuttuneensa kannatusvuosiensa aikana. Kaikkien haastateltavien osalta voidaan todeta, että heidän tietämyksensä JYPistä oli lisääntynyt faniuden aikana, mikä lieneekin varsin luonnollista. Haastateltava 1 kertoi seuraavaa:

”Tietämys JYPistä on lisääntynyt, että tietää aika hyvin pelaajat, tietää minkälaisia ne on ja tuntee ulkonäöltä. Ja tunneskaala peleissä, että aluks se oli lähinnä katsojana olemista, mutta sitte on enemmän ja enemmän ruennu toivoo JYPin voittoa.”

Haastateltavan 1 vastauksesta on luettavissa se, että hän oli kahden vuoden aikana hiljalleen kiinnostunut JYPistä enemmän ja myös tunteiden kokeminen JYPin otteita seurattessa oli lisääntynyt eli fanius oli syventynyt. Toisaalta esimerkiksi pelaajien tunteminen ulkonäöltä tai pelitaidoilta ei ole vielä kovin syvällistä tietämystä verrattuna esimerkiksi siihen, että osa faneista kertoi tietävänsä niin sanottuja sisäpiirin asioita pelaajien yksityiselämästä. Esimerkiksi haastateltava 3 ilmaisi asian näin:

”Tietämys jääkiekosta yleensä ja JYPistä on kasvanu ja kasvaa koko ajan, että sitä niinkun haluaa ottaa enemmän selville ja kun on jutellu pelaajien kanssa, niin tietää jotain niitä sisäpiirin juttujakin.”

Osa haastateltavista toi esille myös sen, että fanius on heidän kohdallaan muuttunut ajan myötä tietyllä tapaa maltillisemmaksi. Maltillisuuden lisääntyminen näkyi fanien mukaan muun muassa niin, että peleissä ei olla niin suurella tunteella mukana, eikä huudella kentälle ”asiattomuuksia”.

”Se on muuttunu vähän analyttisemmaks, ei olla ehkä niin suurella tunteella mukana. Sitten se on tullu suvaitsevaisemmaks elikkä ei toisen joukkueen kannattajat oo niin sanottu punanen vaate, et mitä toi vääräuskonen tekee tossa noin. En mä tiää, johtuuko se siitä, että on tullu ikää lisää ja on rauhottunu itekki, mutta näin on päässy käymään.” (Haastateltava 3)

”Kyllähän sitä on itekin muuttunu, että on rauhottunu fanina, että osaa kattoo peliä kokonaisuutena, ehkä analyttisemmin. Että ei tarvi kattoo JYPin lasien läpите, että jos jotain ylilyöntiä sattuu, ni en ite silleen aattele, et JYPin jätkä ei tehny mitää, että se oli vaan toi toinen kaveri, joka siinä sikaili.” (Haastateltava 7)

Analyttisyyden lisääntyminen ja eräänlainen rauhoittuminen johtui useista eri tekijöistä. Haastateltavan 3 vastauksesta on luettavissa se, että hän on iän myötä muuttunut kyseiseen suuntaan. Haastateltavan 7 kohdalla voisi ehkä tulkita niin, että lisääntynyt faniaktiivisuus ja peleissä käynti oli tuonut hänelle uutta näkökulmaa jääkiekkoon, eikä vastustajan pelaaja hänen mielestään välttämättä ollutkaan enää ainoa vilpistelijä kauklossa. Tietynlaisen analyttisyyden lisääntymisestä kertoo myös haastateltavan 2 kommentti:

”Nykyään tulee seurattua enemmän ite peliä, miten joukkue pelaa tai millä taktiikoilla pelaa tai millasia yksilöitä siellä on. Ennen ei ymmärtäny pelistä niin paljoo, tuli vaan seurattua et teekkö JYPpi maalin vai ei. Kyl mää normaalin runkosarjaottelun aika tarkkaan seuraan, kaiken, mitä siellä kentällä tapahtuu.”

Haastateltava 2 oli toiminut jääkiekkovalmentajana ja sillä oli varmasti ollut oma merkityksensä siihen, että hänen seuraamisensa esimerkiksi joukkueen käyttämien taktiikoiden osalta oli lisääntynyt. Kaksi fania kertoi faniutensa muuttuneen selvästi ajankäytöllisestä näkökulmasta tarkasteltuna, tosin muutos oli ollut erisuuntainen.

”Parilla ensimmäisellä kaudella ei käyny lähellekään kaikkia pelejä kattomassa, mutta nyt tosiaan joskus helmikuussa 2003 viimeksi kotipeli jääny väliin, ni kyllä siihen aikaa tahtoo mennä. Ensimmäisillä kausilla ei juurikaan vieraspelejä tullu, et ihan yks-kaks kaudessa, mutta nyt on niitäki useempia.” (Haastateltava 5)

”Sillon ku aktiivisemmin rupesi seuraamaan, ni sit tuli vielä pelin jälkeen katottua kaikki maali-koosteet ja käytyä Jatkoajasta lukemassa otteluraportit sun muut, että se (ajankäyttö) on ehkä vähän vähentyny.” (Haastateltava 7)

Haastateltavan 5 kohdalla ajankäyttö oli lisääntynyt. Hän ilmaisi sen, että aikaa kuluu jääkiekon parissa paljon, erityisesti sen vuoksi, että hänen paikan päällä seuraamiensa otteluiden määrä oli lisääntynyt. Haastateltavan 7 osalta muutos ajankäytössä oli ollut toisensuuntainen, se oli vähentynyt. Ehkä tietynlainen alkuinnostus oli hänen kohdallaan laantunut ja kannattaminen sitä kautta muuttunut. Voi olla myös mahdollista, että hänen kannatuksensa oli vuosien kuluessa syventynyt ja keskittynyt tiettyihin asioihin, kuten otteluissa käymiseen.

Tiedustelin faneilta myös sitä, miten JYPin kausien 2008–09 ja 2009–10 menestys (mestaruus ja 3.sija) oli vaikuttanut heihin. JYP oli edellisen kerran ollut mitaleilla kaudella 1992–93, jolloin se voitti pronssia. Joukkueen nimi oli tuolloin JyP HT. Menestys ei siis ole Jyväskylässä ollut kovin tavallista, joten mielestäni tämä oli aiheellinen ja mielenkiintoinen kysymys myös faniuden muuttumisen kannalta.

”Haluisin olla sen pienen puolella ja että nousee ja taistellaan ja sitten kasvaa siihen ite mukaan, että nyt se oli vähän silleen, et kun tuli tänne ja heti menestyttiin, niin ei oikeastaan sitä ilmiötä oo päässy tulemaan. Et tietysti silleen toivonu, että kiva nähä pelejä ku mennään pitkälle, mutta en näe, että se menestys ois niinku lisänny miun kannatusta.” (Haastateltava 1)

Haastateltava 1 oli ehtinyt seurata JYPiä vain kaksi kautta ja toikin esiin sen, että ei ollut vielä ehtinyt juurtua ja kasvaa kunnolla JYP-faniuteen, eikä menestyksellä näin ollen ollut kovin suurta merkitystä hänen faniutensa kannalta ajateltuna. Ajatus siitä, että kannattajan on koettava tappion ja huonon menestyksen hetket ennen kuin osaa oikeasti arvostaa voittamista, näyttäisikin hänen kohdalla pitävän paikkansa. Kaksi haastateltavaa oli sitä mieltä, että kun JYPin otteet ovat viime kausina parantuneet, on yksittäinen

runkosarjaottelu menettänyt jonkin verran kiinnostavuuttaan. Esimerkiksi haastateltava 4 luonnehti asiaa näin:

”Ehkä nyt kun JYPi pärjää, niin enemmän kiinnostaa playoff-ottelut, että yksittäisellä runkosarjaottelulla ei oo niin paljoo väliä enää jotenki, että siellä ei syty enää samalla tavalla ku ennen ku JYPi oli surkee ja jokainen voitto oli hieno juttu.”

JYP voitti SM-liigan runkosarjan kausilla 2008–09 ja 2009–10. Fanit olivat ilmeisesti aika nopeasti tottuneet siihen, että joukkue menestyy runkosarjassa. JYPin suorittaminen ja pelaamisen rutiinitaso olivat niin korkealla, että voittaminen oli ehkä hieman menettänyt merkitystään. Siitä oli tullut rutiinia. Lisäksi JYPin vahvat otteet runkosarjassa takasivat sen, että vasta playoff-otteluilla oli fanien mielestä merkitystä. Niissä ratkaistaan loppujen lopuksi se, kuka suurimman palkinnon eli mestaruuden voittaa. Haastateltava 7 ilmaisi asian näin:

”Välttämättä hirveesti ei enää harmita runkosarjapelin jälkeen, jos JYPpi on hävinny, kun mitä se oli vaikka viis vuotta sitte. Nyt sen osaa jo aatella silleen, että joka peliä ei voi voittaa ja jos hyvällä pelillä hävitään ni silloin se toinen on vaan ollu parempi. Kyllähän se harmittaa, jos häviää huonolla pelillä. Mutta tää koski runkosarjaa, että playoffit on tietenki eri asia (naurua).”

Kaksi haastateltavaa kiinnitti puolestaan huomiota siihen, että menestys oli tuonut hallille henkilöitä, joiden sitoutumista ja aitoa innostusta he epäilivät.

”Oikeestaan oma suhtautuminen ei oo muuttunu, että ne on ne samat jätkät siellä, mitkä ennenki. Toisaalta muiden suhtautuminen ärsyttää, että menestys tuo tietysti näitä ”glory hunttereita” aina mukanaan. Sit jos hävitään pari peliä putkeen, ni yht’äkkiä ei väkee hallilla näykään. Että ku ite on tottunu, et siellä ollaan aina, meni hyvin tai huonosti. Jos pelkästään menestyksen vuoks olisin siellä, nii eihän tässä ois kauheemmin tarvinnu käyä (naurahtaa).” (Haastateltava 5)

”Kyl sitä on huomannu, et paljon on tullu menestyksen myötä uusia naamoja hallille, et on katonu pari viimestä kautta pelejä ja sit juhliitaan mestaruutta ihan täysin rinnoin ja ollaan eturivissä jossain juhlissa. Must ois toisaalt kiva nähdä, et sit ku menee huonosti, et kuinka moni siel hallilla oikeest on ja kuinka moni ei. Et ku tietää, et ainaki ite on. Se on mulle niin suuri elämäntapa ja mä saan siitä niin paljon.” (Haastateltava 6)

Haastateltava 6 toi esille sen, että fanius on hänelle elämäntapa ja hän kokee sen itselleen erittäin arvokkaana asiana. Tätä taustaa vasten on helppo ymmärtää, että hän ei arvostanut tietyllä tavalla kevyemmin jääkiekkoon ja JYPiin suhtautuvia jäähallilla kävijöitä. Kannattamisvuosien määrällä näyttäisi myös olevan merkitystä faneille, sillä uusilla faneilla ei ikään kuin ole oikeutta juhlistaa mestaruutta, koska he eivät ole kannattaneet joukkuetta tarpeeksi kauan (ks. Hornby 2000, 227). Osa faneista toi esille myös sen, että yleisesti ottaen JYPin fanina olo oli muuttunut tietyllä tapaa joukkueen viime kausina kasvaneen menestyksen myötä. Haastateltava 4 kertoi asiasta näin:

”JYPin fanina olo on muuttunu silleen, että nuorempana ku kannatti JYPiä ja JYPi ei pärjänny, ni jos sano, et kannattaa JYPiä, niin sulle yleensä naurettiin. Nyt kun JYPi on alkanu pärjäämään, niin jos ei sano, et kannattaa JYPiä ni sulle nauretaan. Et se on muuttunu sillä tavalla, että nyt on niin sanotusti siisti kannattaa JYPiä.”

Faniuden muuttuminen näyttäisi siis kaiken kaikkiaan olevan monenlaisista tekijöistä johtuvaa. Vaikka fanius, fanina oleminen ja kannattamisen muodot sekä merkitykset saattavat ajan saatossa muuttua, oli fanius merkittävä asia haastattelemilleni faneille, ainakin tällä hetkellä.

5.5 Fanien luokittelu tutkimuskirjallisuudessa

Faneja on luokiteltu tutkimuskirjallisuudessa eri tavoin. Esimerkiksi Giulianotti (2002) tarkastelee jalkapallon kaupallistumisen vaikutuksia katsojaidentiteetteihin. Hän myös luokittelee huippujalkapallojoukkueiden seuraajien identiteettimuotoja. Katsojien identiteetit voidaan jakaa neljään erilaiseen ideaalityyppiin. Näitä ideaalityyppejä ovat kannattajat, seuraajat, fanit ja flaneurit. (Giulianotti 2002, 25.)

Kannattaja on perinteinen, sitoutunut katsoja, jolla on pitkä henkilökohtainen ja tunteikas suhde kannattamaansa joukkueeseen. Perinteinen tarkoittaa tässä yhteydessä sitä, että markkinat eivät ole kannattajalle kovinkaan tärkeässä asemassa, sen sijaan hänellä on syvä suhde suosikkijoukkueeseensa ja hän on vahvasti sitoutunut siihen. Seuraaja on myös perinteinen, mutta ei niin ”joukkuesitoutunut” katsoja. Hän seuraa myös pelaajia, managereita ja muita jalkapalloihmisiä. Fani taas on moderni kuluttaja, joka voi olla kiinnostunut niin joukkueesta kuin tietystä pelaajastakin. Fani kokee joukkueen, sen

perinteet ja tähtipelaajat markkinakeskeisen suhteen kautta. Flaneur on katsoja, jonka postmoderni katsojaidentiteetti syntyy persoonattomien, markkinoiden hallitsemien virtuaalisten suhteiden välityksellä. Hänen vuorovaikutuksensa tapahtuu television ja internetin kautta. Giulianottin mukaan urheilun identiteeteissä on havaittavissa muutostrendi perinteisestä kannattajaidentiteetistä kohti kuluttajaorientoitunutta flaneuria. (Giulianotti 2002, 33–38.)

Anttila (2001) on jaotellut TPS:n jääkiekkokannattajat neljään katsojatyyppiin, joita ovat kiihkokannattaja, kestokannattaja, pistäytyjä ja satunnainen kävijä. Kiihkokannattajilla on pitkäaikainen suhde TPS:aan, ja tepsiläisyys on muodostunut merkittäväksi osaksi heidän identiteettiään. Kiihkokannattaja on noin kolmekymppinen mies- tai naiskatsoja, joka saapuu katsomaan lähes jokaisen suosikkijoukkueensa ottelun, ei pukeudu fanituotteisiin, mutta elää ottelutapahtumissa mukana täysillä, äänekkäästi ja elehtien. Hän saapuu peleihin joko samaa sukupuolta olevien ystäviensä seurassa tai yksin. Kestokannattajien selvä enemmistö on keski-ikäinen, yli 40-vuotias mies, jolla on vahva suhde sekä TPS:aan että turkulaisuuteen. Otteluissa käynti on kestokannattajalle osa arkea rytmittävää toimintaa. Kestokannattajia yhdistää joukkueen kannattamisen lisäksi aktiivinen urheilun harrastaminen seuran tarjoamissa liikuntalajeissa. Heidän kannatusensa on jatkunut vuosia ja on käyttäytymispiirteiltään maltillista. Pistäytyjät seuraavat TPS:n jääkiekkoa enimmäkseen lehdistä, radiosta ja televisiosta, ja käyvät otteluissa harvemmin kuin viisi kertaa vuodessa. Pistäytyjä ei käy yksin peleissä, tyypillisesti hän onkin noin 30-vuotias aviomiehensä tai poikaystävänsä kanssa peleissä käyvä nainen. Pistäytyjä saattaa seurata pelejä myös työnsä puolesta, kokien asian kuitenkin mielekkäänä. Satunnaiselle kävijälle puolestaan suosikkijoukkueen kotiottelu on karnevalistinen tapahtuma, joka erottuu selvästi arjesta. Hän käy peleissä sattumanvaraisesti, eikä hänellä ole selkeää suhdetta TPS:n jääkiekkoon. Satunnainen kävijä voi innostua pelitilanteista kovastikin ja reagoida spontaanisti yleisömassasta lähteviin signaaleihin, kuten aaltoon. (Anttila 2001, 67–71.)

Edellä esitellyistä luokitteluista voidaan löytää yhtymäkohtia. Esimerkiksi Giulianottin kannattaja, Anttilan kestokannattaja ja Crawfordin kiintymyksen ja omistautumisen vaiheessa oleva fani muistuttavat paljolti toisiaan. Heitä yhdistävät muun muassa vahva sitoutuminen joukkueeseen ja se, että fanius on merkittävä osa heidän arkista, jokapäiväistä elämäänsä. Luokitteluista on löydettävissä myös eroja. Giulianottin luokittelu on

selvästi markkinaorientoitunein. Lisäksi Giulianottin ja Anttilan määritelmät vaikuttavat olevan enemmänkin fanien jaottelua erilaisiin luokkiin, kun taas Crawfordin faniura voidaan nähdä jatkumona.

Katsojaluokitteluja voidaan pitää ongelmallisina siksi, että katsojaidentiteettien rajojen tarkka määrittely on hankalaa. Giulianottin määrittelemät katsojaidentiteetit ovat ideaalityyppisiä, ja onkin hyvä muistaa, että yksittäinen ihminen ei välttämättä todellisuudessa sovi tiettyyn muottiin. Yksittäisen fanin kiinnostuksen kohteet ja toimintamallit voivatkin muodostua useamman katsojaidentiteetin ominaisuuksista. Lisäksi on huomioitava se, että eri lajien ja joukkueiden kannattajaryhmät voivat poiketa huomattavasti toisistaan, joten yhden yleisen faniluokittelun muodostaminen on mahdotonta. Crawfordin fanin moraalisen uran ansioksi voi lukea sen, että se sallii faniuralla liikkumisen molempiin suuntiin.

Keskustelimme haastateltavieni kanssa myös faniluokitteluista. Vastaukset olivat suurelta osin niin hajanaisia, että katsoin järkevämmäksi keskittyä faniuran perusteelliseen analysointiin. Mielestäni katsojaluokittelut kuitenkin liittyvät olennaisesti aiheeseen ja näin ollen halusin tuoda ne tutkimuskirjallisuuden tasolla esiin.

6 FANITOIMINTA

6.1 Fanit aktiivisina merkitysten tuottajina

Ihminen elää itse kutomissaan merkitysverkostoissa, joissa kielen ja symbolien rooli korostuu. Hän tarvitsee jo perusturvallisuutensa vuoksi jotain pysyvää, johon voi ankkuroida identiteettinsä. Meidän aikanamme yksilöllä on edessään laaja mahdollisuuksien kirjo, josta hän voi merkitysverkostonsa itse rakentaa. (Saaristo & Jokinen 2004, 137–138.) Urheilusta kiinnostuneella yksilöllä on mahdollisuus rakentaa identiteettiään kannattamansa lajin tai joukkueen varaan.

Heinonen (2007) luonnehtii jalkapallofania aktiiviseksi toimijaksi, joka tekstin vastaanottajana tuottaa viestin uudelleen. Heinonen viittaa tekstin käsitteellä kaikkiin inhimillisen merkityksellistämisen muotoihin, ei vain kirjoitettuun kieleen. Esimerkiksi fanipuhe, pukeutuminen, fanirekvisiitta, kirjalliset esitykset, televisiolähettykset tai välittömät kokemukset ovat tekstin erilaisia muotoja (Heinonen 2007, 132). Hän haastaa perinteisen penkkiurheiluun liitetyn kuvan, jossa kannattaja nähdään passiivisena sohvaperunana ja rakentaa kuvaa fanista merkitysten tuottajana ja aktiivisena toimijana. Perusajatukseksi on kulttuuritutkimuksen ideaa hyödyntäen tutkia sitä, millaisia merkityksiä ihmiset itse antavat arkisille ja kulttuurisille käytännöilleen. (Heinonen 2005, 26, 34.) Monenlaiset henkilökohtaiset ja sosiaaliset tekijät vaikuttavat siihen, millaisia merkityksiä millekin kulttuurituotteelle annetaan. Tällaisia tekijöitä ovat esimerkiksi ikä, sukupuoli, yhteiskunnallinen asema, yhteisö sekä arvot ja asenteet. Median ja populaarikulttuurin kulutus ei koskaan ole pelkkää kulttuurituotteiden passiivista vastaanottoa, vaan merkitykset syntyvät aina erilaisten kognitiivisten prosessien ja aktiivisen tulkintatyön tuloksena. (Herkman 2007, 22.)

Myös Grossberg (1995) tulkitsee populaarikulttuurin ilmiöiden rakentuvan tekstien tulkinnalle. Hänen mukaansa yleisön ja populaarien tekstien välinen suhde on yleensä aktiivinen ja hedelmällinen. Tekstin merkitys ei sisälly valmiina siihen itseensä vaan sama teksti voi tulkinnasta riippuen merkitä eri asioita eri ihmisille. Rock-fanit tulkitsevat samaa musiikkia erilaisilla, toisilleen vastakkaisilla tavoilla. Grossbergin mukaan yk-

sinkertainen syy siihen, mikä tekee rockista joillekin hyväksytyä ja välttämättömän panostuksen kohteen, on se, että rockilla on väliä. Rockin kulutus luo ja ilmaisee yhteisyyttä. (Grossberg 1995, 34–37, 40–46.)

Heinosen (2005) jalkapallofaniutta ja Grossbergin (1995) rock-faniutta koskevat tutkimukset ponnistavat ainakin osin samalta pohjalta. Molemmat näkevät fanin aktiivisena tekstien tuottajana ja muokkaajana, joka myös tulkitsee niitä. Fanius tuo elämään merkitystä. Molemmat tuovat lisäksi esille sen, että faniuden kautta on mahdollista päästä kokemaan yhteisöllisyyden tunne. Jalkapalloa ja rock-musiikkia yhdistää myös se, että molemmat ovat kaupallistuneet viime vuosikymmenten aikana.

Keskustelimme JYP-fanien kanssa siitä, miten fanius näkyy haastateltavien arjessa ja mikä merkitys faniudella on heille. Fanius mainittiin ensinnäkin jokapäiväisenä, arkea rytmittävänä tekijänä. Erityisesti otteluilla näytti olevan arjen rytmittämisessä tärkeä asema, kuten haastateltavat 2 ja 7 totesivat:

”On sillä suuri merkitys, että jos Jyp-faniuden ottas pois, niin kyllä aika iso tyhjiö jäis ihan jokapäiväiseen tekemiseen. Et se on kumminki se, mikä yleensä tuottaa aina piristystä harmaisiin iltoihin, et vaikka turpaan tuliski kentällä, niin se ite pelitapahtuma aina piristää ihan kummas-ti.” (Haastateltava 2)

”Pelipäivä on juhlapäivä ja silloin mennään hallille (hymähtää). Kyllä kotipelit aika lailla sitä arkea rytmittää. Se on aika lailla elämäntapa tavallaan, että rytmittää arkea omalta osin.” (Haastateltava 7)

Yksi haastateltavista toi faniuden esille omaa vuodenkiertoaan rytmittävänä tekijänä.

”Mä en missään tapauksessa oo talvi-ihminen ja mä en tykkää kylmästä, niin JYPpi auttaa niinkun kestämään sen talven kunnolla, että on jotain hyvää talvessa: alkaa jääkiekkokausi (hymähtää). Talvet ois muuten tosi pitkiä, pimeitä ja synkkiä, pää hajois (naurahtaa).” (Haastateltava 3)

On mielestäni erittäin merkittävää, että fanius voi näyttäytyä niin suuria tunteita herättävänä asiana, kuten haastateltava 3 edellä kertoi. Jääkiekko toi hänelle iloa sekä virkistystä pitkään talveen parantaen elämänlaatua ja auttaen näin jaksamaan. Faniuden ja erityisesti ottelutapahtuman merkitys arkea rytmittävänä tekijänä näyttäisi olevan suuri

haastattelemieni fanien kohdalla. Ottelutapahtuma erottuu arjesta juhlanä, pelipäivä on juhlapäivä. Pelipäivä itsessään nostaa fiiliksiä ja valmistautuminen otteluun on mentaalista psyykkaamista ottelun tunnelmaan (Heinonen 2005, 139). Bovellan (2007) on tehnyt samansuuntaisia havaintoja tutkiessaan SM-liigajoukkue Hämeenlinnan Pallokerhon faneja. Hänen mukaansa fanius oli muun muassa HPK-fanien elämää rytmittävää toimintaa, joka näkyi arjessa pieninä rituaaleina ja antoi mahdollisuuden paeta arjesta. Toisaalta joukkueen heikko menestys näkyi väsymyksenä ja negatiivisina tunnetiloina. (Bovellan 2007, 89–90.) Myös se, että kaksi faneista mainitsi faniuden olevan heille jo elämäntapa, tuo hyvin esiin sen, miten merkittävä asia on kyseessä. On kuitenkin muistettava, että fanius ei kaikille ole yhtä merkityksellistä.

”Ei nyt voi sanoa, että elämä ihan tyhjältäkään tuntuis ilman faniutta, (naurua) mutta kun rupee kattoo jotain urheilua, niin kyllähän siinä aina suosikin valitsee. Että sillä on sen urheilukokemuksen seuraamisen kannalta iso merkitys. Kyllä sitä päivittäin miettii omia suosikkijoukkueita, mutta ei nyt ehkä liian tärkeä.” (Haastateltava 1)

Kuten edellä on todettu, osa faneista luonnehti JYP-faniutta elämäntavaksi. Haastateltava 1 puolestaan koki JYP-faniuden olevan hänelle merkityksellinen jääkiekkoon liittyvien tapahtumien kannalta. Suosikin valinta lisäsi urheilutapahtuman seuraamisen mielekkyyttä. Hän ei kuitenkaan suoraan sanonut, että fanius olisi ollut hänelle merkityksellään elämäntapaan verrattavissa oleva asia.

Toiminta on eräs faniutta määrittävistä kriteereistä. Jenkins (1992) on erottanut neljä faniuteen liittyvää toiminnallisuuden tasoa. Ensinnäkin fanit omaksuvat erityisen tavan valita ja vastaanottaa juuri heitä kiinnostavia tekstejä. Faneilla on esimerkiksi halu keskustella kannatuksensa kohteesta muiden fanien kanssa. Toiseksi fanit muodostavat tulkintayhteisön, jonka ulkoisia ilmenemismuotoja ovat fani-tapaamiset ja fanilehdet. Kolmanneksi fanit rakentavat erityisen ”taiteellisen maailman”, johon sisältyvät muun muassa erilaisten tuotteiden tuottaminen ja niiden esteettisen normiston luominen. ”Taiteelliseen maailmaan” kuuluvat niin massakulttuurin valmiit tuotteet kuin fanien omat tuotokset. (Jenkins 1992, 209–214.) ”Taiteellista maailmaa” ilmaiseviksi voitaneen luokitella esimerkiksi haastateltavien 3 ja 6 kommentit:

”No aina kun näkyy JYPin logo, niin mä oon niinkun harakka kiiltävän perään. Jos ihan konkreettisesti ajattelee, ni lompakossa mulla on aina Fan Clubin kortti mukana ja JYP-avaimenperälöytyy ja JYP-tatuointi.” (Haastateltava 3)

”No kyl mun vaatteist näkee, et on noita (MT: Itse suunniteltuja.) paitoja päällä, huppareita, et kaupungilla huomaa, et ihmiset rupee tuijottaa, ”miks sil lukee Malmivaara tos paidas?” Ja koirani on saanu nimen jääkiekkoilijan mukaan, että koirapiireissä aika moni kysyy, et miten sä oot keksiny antaa sellasen nimen ku Simon. Ja on mulla JYPin logo ihossa.” (Haastateltava 6)

Koiran nimeäminen oman suosikkipelaajan mukaan ja JYP-tatuoinnin ottaminen osoittavat mielestäni faniuden monimuotoisuutta, omaperäisyyttä ja myös sitoutumista faniuden kohteeseen. Ne ovat erinomaisia esimerkkejä fanitoiminnasta. Neljänneksi fanit muodostavat vaihtoehdoisen sosiaalisen yhteisön, joka ei rajoitu maantieteellisten rajojen mukaan ja joka perustuu kasvokkain tapaamisen sijaan yhteisesti jaetuille tunteille ja intresseille. (Jenkins 1992, 209–214.) Esimerkiksi Hämeenlinnan Pallokerhon fanit koki erityisen tärkeäksi sen, että saivat olla osa HPK-fanien muodostamaa yhteisöä (Bovellan 2007, 90). Myös JYP-fanit toivat yhteisöllisyyden esiin faniuden kannalta merkityksellisenä tekijänä.

”Tuolla hallilla kun käy, ni on aika paljon tuttuja sieltä, jotka on JYPin faneja. Että vaikei ois peliä, ni kuitenkin tulee jossain vaiheessa puhuttua aina JYPistä. Jos on jotain uutisia JYPistä ni kaikki ympärillä kaverit on kiinnostuneita, että kyllä siitä tulee puhuttua päivittäin.” (Haastateltava 4)

Yhteisöllisyys painottuu haastateltavieni osalta paljolti ottelutapahtuman ympärille, mutta kuten haastateltava 4 totesi, JYP on keskusteluaiheena jokapäiväinen hänen kaverei- ja tuttavapiirissään. Vaikei JYPillä ole peliä, voidaan silti tavata kavereita ja tuttuja. Tällöin keskustelu kääntyy usein JYPiin liittyviin asioihin, esimerkiksi tuoreisiin joukkueetta koskeviin uutisiin. Aktiivisia merkityksiä tuotetaan siis usein myös jokapäiväisen kavereiden tai tuttujen kanssa tapahtuvan vuorovaikutuksen kautta.

Fanitoiminta alkaa usein niin, että fani ryhtyy aktiivisesti keräämään faniuden kohteeseen liittyvää aineistoa, kuten tietoa, kuvia tai kirjallisuutta. Tämä osa faniudesta on näkyvää ja se ilmenee esimerkiksi julisteina huoneen seinillä tai pukeutumisessa. Fani-

toiminta on usein selkeää, helposti tunnistettavaa ja tuo faniutta esiin aktiivisena toimintana tehden samalla eroa käsitykseen yleisön passiivisuudesta. (Nikunen 2005, 50–51.)

6.2 Fanirekvisiitta

Fanien käyttämä fanirekvisiitta voi olla esimerkiksi suosikkijoukkueen tunnuksilla varustettuja pelipaitoja, kaulaliinoja, pyyhkeitä, kosmetiikkaa, suklaata tai kehon sekä katsomon koristamista symboleilla (Heinonen 2005, 190). Faniuteen liittyvää aineistoa voidaan ostaa tai tuottaa itse. Useissa jäähalleissa on paikallisen jääkiekkjoukkueen fanituotteita tarjoava myymälä, esimerkiksi Turkuhallissa fanituotteita myy TPS shop. (Anttila 2001, 51). Myös JYPillä on Synergia-areenalla fanituotteita myyvä fanishop.

Millaisia fanituotteita haastattelemani JYP-fanit sitten omistavat? Milloin ja miksi he niitä käyttävät? Lähes kaikki fanit toivat esille pelipäivän merkityksen myös fanirekvisiitan käyttämiseen liittyen. Pelipaita ja ottelutapahtuma olivat näkyvin yhdistelmä fanirekvisiitan käytöstä. Tätä ilmaistiin esimerkiksi seuraavasti.

”Pelipaitaa löytyy, yleensä hallille mennessä pyrkii pukeutumaan silleen, et sopis fanipaitaan, on tummaa housua ja JYP-lippistä ja JYP-kaulaliinaa sit talvisin. Kyllä sitä pyrkii siihen, että pelipäivänä on joukkueen värit päällä. Vaikka ei meniskään kattomaan peliä, että jos on vieras-pelikin ja radiosta kuuntelee, niin laittaa jotain valkosta paitaa päälle.” (Haastateltava 3)

”Fanipaitaa tulee käytettyä nykyään lähinnä vieraspelireissuilla. Kotiotteluissa ei uskalla käyttää (hymähtää). (MT: Tuomaritoiminnan vuoks?) Niin.” (Haastateltava 4)

Mielenkiintoinen oli haastateltavan 3 ajatus siitä, että vaikka hän ei menisikään paikan päälle katsomaan ottelua, hänellä on joukkueen värien mukaista vaatetusta yllään. Heinosen (2005) mukaan pelipaita on faneille jonkinlainen rituaaliväline, jonka pukeminen voi vaikuttaa ottelun lopputulokseen. Osa suomalaisista Everton-faneista, jotka seurasiivat useimmat Evertonin otteluista kotisohvalta television välityksellä, pukeutuivat myös pelipaitoihin ottelutapahtuman ajaksi. Heinosen tulkinnan mukaan fanit tuskin tosissaan uskoivat siihen, että esimerkiksi pelipaidan käyttämisellä voisi vaikuttaa pelin kulkuun. Heillä on kuitenkin syy noudattaa rituaalia siksi, että jos pelipaitaa ”ei pidä päällä niin silloin hävitään”. (Heinonen 2005, 145.)

Haastateltava 4 ei halunnut tuoda liian näkyvästi esille sitä, että on JYP-fani. Hän toimii tuomarina, jolloin näkyvä JYPin kannattaminen voisi herättää epäilyksiä hänen tuomari-toimintansa puolueettomuudesta esimerkiksi JYPin juniorijoukkueen ja jonkin muun joukkueen välisessä ottelussa. Fanirekvisiitta saattoi olla myös JYP-fanien kotona selvästi esillä, kuten esimerkiksi seuraavasta vastauksesta ilmenee:

”Kotona mulla on pelaajien mailoja, Ossin (Louhivaara) mailaa ja Virtasen Antin mailaa ja sitten on yks maila, missä on koko joukkueen nimmarit. Se pahvikypärä, mikä silloin mestaruusvuonna jaettiin, niin se on vielä ja se on esilläki jopa (hymähtää).” (Haastateltava 3)

Fanirekvisiitta voi toimia tunnustuksellisenä merkinä joukkueeseen sitoutumisesta. Haastateltavan 1 kohdalla JYPin asuste ei ollut muille ihmisille tarkoitettu näkyvä tunnusmerkki vaan enemmänkin osoitus ja muistutus hänelle itselleen siitä, että hän on olennainen osa suurempaa kokonaisuutta. Haastateltavan 2 vastauksesta tulee puolestaan ilmi se, että fanirekvisiitan käyttö ei välttämättä tarvitse liittyä esimerkiksi ottelutapahtumaan vaan se voi olla osa jokapäiväistä arkea.

”Kyllä ne semmonen tunnus jypiläisyydestä on, että on se JYPin asu, verkkari tai pipo. Mulle ei oo tärkeätä näkyvyys, että miun tarvii tulla sillä esille, mutta että on osa sitä juttua ja on niinku jypiläinen.” (Haastateltava 1)

”Pipoja on ja huiveja, itse asiassa yht Jypin kengätki löytyy ja t-paitoja, collareita, kiekko, käytännössä kaikkee mahdollista löytyy. Osaa niistä tulee käytettyä ihan arkipäivinäkin, että ne ei liity mitenkään ottelutapahtumaan, ne on vaatteita siinä missä muutkin.” (Haastateltava 2)

Mielestäni haastateltavan 2 kommentti ilmentää ainakin sitä, että fanituoteteollisuus on onnistunut tuotteistamaan joukkueiden tunnukset hyvin. Fanirekvisiittaa on niin monenlaista, että se ei välttämättä ole vain juhlallinen rituaalisuuden väline, vaan osa jokapäiväistä elämää.

6.3 Ottelutapahtuma

Kun keskustelimme ottelutapahtumasta, fanien mielipiteet olivat kotiotteluiden osalta siinä mielessä yhteneviä, että kaikki kertoivat käyvänsä katsomassa niin monta kotiottelua kuin vain pystyvät. Asia tuotiin esille esimerkiksi seuraavasti:

”Oon aina paikalla kun JYP Jyväskylässä pelaa, että seittämään ja puoleen vuoteen ei oo ykskään JYPin peli jääny väliin niinku kotipeleistä.” (Haastateltava 5)

Vieraspelien osalta tilanne oli monimuotoisempi. Osa haastattelemistani faneista kertoi käyvänsä katsomassa muutamia vieraspelejä kaudessa. Muutama toi esille sen, ettei yleensä käy vieraspelejä katsomassa. Jos fanit eivät syystä tai toisesta mene vieraspeliin, seuraavat he niitä eri viestintävälineiden kautta. Viestintävälineistä mainittiin esimerkiksi radio, tv, matkapuhelin ja internet.

”Vieraspelejä nykyisin karkeest arvioituna viis kaudessa. Viime aikoina vieraspelit on jääny vähän vähiin kun tuli perheenisäystä. Jos en pääse, niin radiosta kuuntelen jonkin verran, jos pystyn telkkarista kattoon, ni aina parempi. Ja silloin tällön käyn Matsi-baarissa kattomassa myös.” (Haastateltava 3)

”Vierasmatsit kattelen yleensä Urho tv:sta ja paikan päällä kaikki Kuopion pelit tulee käytyä kattomassa, Tampereelle aika usein tulee lähettyä ja Lahteen. Oulussa pitää käydä kerran vuodessa ja Helsinki on myös semmonen paikka, missä normaalisti tulee käytyä kattomassa joitain pelejä.” (Haastateltava 4)

Mielenkiintoista oli havaita se, että moni faneista ilmoitti seuraavansa vieraspelejä radion välityksellä. Vaikka internet ja mobiiliteknologia ovat viime aikoina kehittyneet huikella vauhdilla, on myös perinteisellä mediavälitteisellä viestinnällä oma roolinsa. Mediateknologian tuomat muutokset faniuden käytäntöihin näyttäisivätkin olevan ennemmin monimuotoisuutta lisääviä kuin aiempia korvaavia (Nikunen 2005, 109). Olisi mielenkiintoista pohtia fanitoiminnan merkitystä SM-liigan tai yksittäisen liigajoukkueen kokonaistuotteen kannalta. Miten esimerkiksi mainonta vaikuttaa otteluiden seuraamiseen? Millainen on maksutelevisiokanavien, kuten Urho tv:n rooli jääkiekon seuraamisessa? Tuotteen laadukkuus on osa urheilusarjojen ja -seurojen välistä kilpailua. Laadukkaan tuotteen avulla pyritään hankkimaan lisää katsojia ja kiinnittämään heidät sarjan tai joukkueen pidempiaikaisiksi seuraajiksi.

Puhuessamme tarkemmin ottelutapahtumasta ja siihen liittyvistä rutiineista yhdistävänä tekijänä näytti fanien kesken olevan se, että he menevät yleensä hyvissä ajoin jäähallille ”fiilistelemään” ottelutapahtumaa ennen ottelun alkua.

”Hallille meen mielellään hyvissä ajoin ja siinä kavereitten kanssa vähän jutustelee ja kattelee alkulämpöjäättä ja fiilistelee sitä tunnelmaa, et se on aina kohokohtia se fiilis, minkä saa siitä tapahtumasta. Pysin oleen omalla paikallani siinä vaiheessa, kun tulee JYPin pelaajaesittely taululta, mut viimeistään silloin, kun pelaajat tulee jälle. Että aistii vähän tunnelmaa ja näkee, millä mielellä pelaajat on.” (Haastateltava 2)

”Pelirutiinien osalta ainaki se, että pelipaita tulee laitettua päälle ja yleensä siinä puol kuuen jälkeen hallille tultua, jos peli alkaa silloin puol seittämältä eli hyvissä ajoin hallille näkemään tuttuja ja juttelemaan.” (Haastateltava 7)

Se, että fanit totesivat menevänsä yleensä hyvissä ajoin ennen ottelun alkua jäähallille, on mielestäni erityinen tapa valmistautua otteluun. Pelaajat ottavat alkulämmön ulkona ja jäällä, fani puolestaan voi tehdä eräänlaisen mentaalisen alkulämmittelyn tarkkailemalla esimerkiksi pelaajien ”päivän kuntoa” tai jutustelemalla kavereiden kanssa. Mentaalisen alkulämmittelyn kautta rakennetaan ottelun merkitystä ja tunnelmaa. Faniien ottelutapahtumaan liittyviin rutiineihin kuului kavereiden ja tuttujen tapaaminen myös erätauoilla. Faniuden yhteisöllinen ulottuvuus tuli siis esiin tätäkin kautta:

”Käyään ostaa kuppi kahvia ja juuaan se sit siellä käytävillä ja jutellaan kavereitten kanssa, ja jossain vaiheessa mennään katsomoon. Sit se on se perinteinen, että erätauolla aina käy tupakkapaikalla tiettyjen tyyppien kans.” (Haastateltava 4)

”Ja seisomakatsomossa oon aina, et meitä on se tietty porukka siellä. Ja erätauot menee lähinnä siihen, et kavereitten kans siinä juttelee kaikesta mahdollisesta.” (Haastateltava 5)

Erätauoilla keskustelu painottunee pitkälti jääkiekkoon ja kyseiseen otteluun. Keskustelutavat asiat eivät välttämättä kuitenkaan aina liity jääkiekkoon, kuten haastateltava 5 edellä toteaa. Haastateltavan 3 rutiineihin puolestaan kuului ottelun kommentoiminen keskustelupalstalle:

”Ennen ottelua pitää kommentoida ennakoasetelmia keskustelupalstalle ja sitten lähteä peliin ja seurata peli omalla paikalla ja pelin jälkeen yleensä jään vähäks aikaa pelaajapäättyyn jutteleen joidenkin pelaajien kans ja kommentoin vähän peliä. Sitten tuun kotiin ja kirjottelen omia näkemyksiä keskustelupalstalle siitä pelistä.”

Internet voikin toimia ottelua koskevien esivalmistelujen ja jälkispekulaatioiden näyttämönä (Heinonen 2005, 157). Ottelun ennakoasetelmien kuvaaminen ja ottelun jälkipuinti olivat tapoja, joilla haastateltava 3 valmistautui otteluun ja ikään kuin reflektoi sen vielä jälkikäteen. Ennakkospekulointi ja jälkipuinnit ovatkin merkittävä osa urheilufaniutta. Tämä on nähtävissä esimerkiksi siinä, että usein televisiosta lähetettäviin urheilutapahtumiin kuuluvat olennaisena osana kisastudiot, joissa urheilutapahtumaa käydään läpi ennakkoon ja sen jälkeen.

Pelirutiinit näyttävätkin siis olevan monimuotoisia. Yksi faneista kertoi aina veikkaavansa ennen peliä. Moni mainitsi katsovansa ottelua aina seisomakatsomossa ja samassa paikassa. Yksi faneista kertoi, että hänellä on aina samantyyppiset vaatteet päällä, yksi mainitsi käyvänsä aina fanitapaamisissa ja yksi sanoi jäävänsä aina ottelun jälkeen jäähallille viettämään aikaa. Rutiinit ovat rituaaleja, joiden kautta fanit rakentavat ottelutapahtumasta sellaisen, että voivat nauttia siitä monipuolisesti. Kuten edeltä huomataan, nämä rituaalit ovat yksilöllisiä. Vaikka yhteisöllisyydellä on myös ottelutapahtumassa oma roolinsa, pyrkii jokainen yksilö tekemään omilla rituaaleillaan ottelutapahtumasta itselleen mahdollisimman mielekkään.

Urheilutapahtumaan osallistumisen taustalla voidaan nähdä useita tekijöitä, joita ovat koti- ja vierasjoukkueen menestyminen, joukkueiden menestykseen vaikuttaneet tekijät, tapahtuman saavutettavuus, mainonta ja erikoistapahtumat, tähtipelaajien paikallaolo sekä alueen ihmismäärä (Wann 1997, 337). Brittiläisten jääkiekkokannattajien lajia kohtaan tuntema viehtymys rakentuu viihteellisuuden, mutta myös jääkiekkoareenalla koetun ilmapiirin ympärille (Crawford 2001, 79). Hornbyn (2000) mukaan otteluissa käynti poikkeaa esimerkiksi elokuvissa käymisestä siinä, että fanit tuntevat syvää sitoutumista suosikkijoukkueeseensa. Faneilla on lisäksi ajatus siitä, että he voivat käydä katsomassa seuransa jokaisen ottelun elämänsä loppuun saakka. (Hornby 2000, 294.) Joukkueen seuraaminen muodostaakin eräänlaisen jatkumon. Jääkiekkosarjojen sarjamuotoisuus ja toinen toistaan seuraavat kaudet mahdollistavat joukkueen seuraamisen jatkuvuuden. Tämä jatkuvuus puolestaan mahdollistaa pitkäaikaisen ja syvällisen sitoutumisen joukkueeseen. Joukkueen toiminta voidaan nähdä eräänlaisena teatterina ja draamana, jossa jokainen ottelu on speaktaakkelinomainen, itsenäinen yleisoesitys. Joukkueen on pystyttävä viihdyttämään yleisöään ja fanejaan, jotta he tulisivat yhä uudelleen ja uudelleen

katsomaan otteluita. Otteluun ei ole kuitenkaan kirjoitettu selkeää juonta, eikä koskaan voi olla varma siitä, mikä on sen lopputulos.

6.4 Internet ja sosiaalinen media

Internet on tarjonnut uuden mahdollisuuden aktiiviseen fanitoimintaan ja osallistumiseen. Paperille painettujen fanilehtien lukijakunta on yleisesti ottaen ollut pieni ja sen jäsenet ovat olleet tiiviissä yhteydessä toisiinsa (Karpovich 2006, 172). Sosiaalista mediaa voi luonnehtia prosessiksi, jossa yksittäiset henkilöt ja ryhmät rakentavat yhteisiä merkityksiä sisältöjen, yhteisöjen ja verkkoteknologioiden avulla. Sisältöön liittyvät käyttäjien tuottama sisältö, vertaistuotanto ja käyttötuotanto, jolloin käyttö ja tuottaminen sekoittuvat. Ihminen ei ole vain kuluttaja vaan tuottajakuluttaja. Sosiaalisen median välineitä ovat esimerkiksi Facebook, IRC, MySpace, Skype ja Twitter. (Kalliala & Toikkanen 2009, 18, 131–151.)

Perinteiset faniuteen liittyvät tilat, kuten konsertti- ja esiintymispaikat ovat olleet avoimia muiden katseille, mutta internet mahdollistaa anonyymien osallistumisen. Internetissä on mahdollisuus muodostaa faniyhteisöjä, osallistua keskusteluryhmiin ja toteuttaa monenlaisia fanikäytäntöjä. Tällöin fanius näyttäytyykin erityisen fanilähtöisenä toimintana. Internet on myös helpottanut kansainvälistä vuorovaikutusta fanien kesken. (Nikunen 2005, 97–100.) Internetin merkityksen lisääntymisen yleisesti faniuden näkökulmasta ajateltuna mainitsi useampi haastateltava, esimerkiksi haastateltava 4 totesi asiasta seuraavasti:

”Nyt on huomattavasti helpompi seurata joukkuetta, ostaa fanituotteita, liittyä Fan Clubiin, et kaiken pystyy hoitamaan netin kautta.”

Internet onkin mahdollistanut uudenlaisen julkisen foorumin faniudelle ja entistä monipuolisemmat mahdollisuudet myös fanilähtöiseen tuotantoon. Osallistumisen helppous on yksi tärkeimmistä osallistumiseen rohkaisevista tekijöistä. Osallistua voi kotoa käsin. (Nikunen 2008, 184, 187.) Lisäksi internetissä on valtaisa määrä tietoa. Tieto voi olla joko uunituoretta tai aiemmin tapahtuneeseen liittyvää. Esimerkiksi seuraan saapuvan uuden pelaajan uratilastot on helppo selvittää internetin avulla.

Kulttuurintutkimus, median vastaanottotutkimus ja kulutustutkimus ovat tuoneet esille sen, että median käyttäminen on aktiivista merkitysten tuotantoa ja tulkintaa. Media- ja viestintäteknologia on keskeinen tekijä itseilmaisussa, vuorovaikutuksessa ja yhteisölli-

syyden rakentamisessa. (Herkman 2007, 32.) Sosiaalinen media on nyky-yhteiskunnassa tietynlainen tapa etsiä omaa yhteisöä ja yhteisöllisyyden tunnetta. Faniuden yhteenliittymissä merkittävänä osatekijöinä ovat muun muassa mediateknologia, intohimo ja osallistuva kulttuuri. Sosiaalisuutta ylläpitävät erilaiset yhteisöt, keskustelufoorumit ja verkostot. (Nikunen 2008, 7.) Ihminen elää ja toimii useissa erilaisissa sosiaalisissa maailmoissa. Tällaisen maailman sisällä toimivat kokevat sen kokonaisvaltaisesti ja ennustettavasti, he ovat siellä ”kotonaan”. He ovat omaksuneet kyseessä olevan sosiaalisen maailman merkitysrakenteet. He myös ymmärtävät sen käytännöt ja ajatteltavat. Sosiaalista maailmaa ei välttämättä voi määrittää muodollisin rajoin, jäsenlistoin tai alueellisesti. (Unruh 1979.) Tällainen sosiaalinen maailma voi olla esimerkiksi jääkiekkofanien muodostama internet-yhteisö. Fanit kertoivat käyttävänsä internetin keskustelufoorumeja, lähinnä Jatkoaikaa. Jatkoaika on monipuolinen jääkiekkosivusto, josta voi keskustelujen lisäksi lukea esimerkiksi jääkiekkoihmisia uutisia tai otteluraportteja.

”Kyl keskustelufoorumit on aika tärkeä paikka, missä fanit minun mielestä viestii tällä hetkellä. Et on noi jatkoajat ja seuroilla on monesti omat keskustelufoorumit vielä lisäksi, missä käydään aika paljon keskustelua. Kyllä se varmasti on aika lailla sitä ajankulua. Itellä tulee lähinnä seurattua, mutta eipä voi sanoa, että tulis kommentoitua.” (Haastateltava 1)

”Se (Jatkoaika) on oikeestaan ainoita isomman tahon ylläpitämiä, tai et niissä on paljon väkeä kertomassa juttuja. Monesti huhuja sun muita kuulee sieltä ennen ku ihan virallisesti muualta. Et on helppo ettii tietoa sieltä. Välillä tuntuu, että informaatio on paljon paremmin tarjolla Jatkoajassa ku SM-liigan omilla sivuilla.” (Haastateltava 5)

Haastateltava 6 näki Jatkoajan negatiivisessa valossa:

”No sitä mä en ees käy lukemassa. Et mä tiiän muutaman ihmisen, jotka on pahottanu mielensä ku ne on käyny sitä lukemassa, ihan just sillä ku niitten suosikit on haukuttu tyystin siellä, ni mä en, mä aina kuulen välillä kavereilta ja se riittää mulle.”

Jatkoajan merkitys keskustelufoorumina on tärkeä siksi, että siellä yksittäinen jääkiekkofani voi ilmaista mielipiteitään julkisesti. Voisi ajatella, että mielipiteiden esittäminen julkisesti on erityisen tärkeää fanille itselleen; hän voi ilmaista ajatuksiaan ja asiantuntijuuttaan muiden samasta asiasta kiinnostuneiden kanssa. On tietysti myös muistettava se

tosiasia, että keskustelufoorumeilla on paljon sellaistaakin tietoa ja asiaa, jolla ei ole mitään faktapohjaa. Kriittinen arviointi onkin tarpeen. Kaksi haastateltavista mainitsi käyttävänsä Facebookia jääkiekkofaniuteen liittyen.

”Facebookissa seuraa jonkin verran jääkiekkoon liittyviä uutisia tai keskustelee jonkun pelaajan kaa. Et ku mulki on niin paljo pelaajia kavereina ja sit tulee juteltuu. Sillon ku Tuomas Mikkonen pelas Ranskassa, ni sit aika paljon tuli sille Facebookin kautta laitettua viestiä.” (Haastateltava 6)

”Joo, se (Jatkoaika) on oikeastaan se, missä tulee seurattua. Sitten Facebookissa näitä huutosakin omia sivuja. Ja JYPin omia nettisivuja myös jonkun verran. Sinne huutosakin sivuille ni jonkun verran kirjottelen, mutta Jatkoaikaa vaan oikeastaan lueskelen.” (Haastateltava 7)

Facebookin merkitystä on vaikea arvioida, mutta on mahdollista esittää ennuste siitä, että sen merkitys kasvaa jatkossa. Esimerkiksi viime aikoina erilaiset ryhmät, kuten SM-liigajoukkueet ja musiikkiyhtyeet ovat ottaneet Facebookin yhdeksi tiedonjakelukanavakseen. Myös JYPillä on Facebookissa oma ryhmänsä, jonka virallistamisesta ilmoitettiin 17.11.2010. Uutuutena mainitaan esimerkiksi ”kysymystunnit”, jolloin ryhmän jäsenet voivat lähettää kysymyksiään ennakkoon ilmoitetun JYPin pelaajan vastattavaksi. (JYP 2010.)

6.5 Häiriökäyttäytyminen

Urheiluyleisö on olennainen osa urheilua ja suurimmat urheilutapahtumat keräävätkin katsomoon jopa kymmeniätuhansia elämyshakuisia kannattajia. Tällöin on olemassa mahdollisuus, että yleisömassan energialataus purkautuu katsojien turvallisuuden vaarantavalla tavalla. Ongelmia on odotettavissa erityisesti silloin, kun yleisön joukossa on henkilöitä tai ryhmiä, joiden tarkoituksena on käyttäytymisellään häiritä tai sabotoida tapahtumaa tai sen muuta yleisöä jollakin tavalla. (Paavola 2004, 230.) Jalkapalloon liittyvä huliganismi, jääkiekon aggressiivisuus sekä yleensä urheiluun liittyvät skandaalit, kuten doping, kiinnittävät ”suuren yleisön” huomion. Televisio on tuonut urheilun kaikkien ulottuville, jolloin urheilua seuraavat myös sellaiset henkilöt, joilla on riittämättömät erityistiedot lajin hienouksien seuraamiseksi. He kiinnittävätkin helposti

huomionsa tavallisesta selvästi poikkeaviin tapahtumiin. (Bourdieu 1985, 160.) Nykyisin urheilun seuraamista on lisäksi helpottanut muun muassa internet.

Jalkapallofanien sosiaalistuminen voi joissakin jalkapallokulttuureissa johtaa siihen, että yksilöt omaksuvat kulttuurisen kehyksen, jossa korostetaan erilaisia arvoja kuin normaalissa, jokapäiväisessä sosiaalisessa elämässä. Tällöin sekä pelaajat että kannattajat sosiaalistuvat näennäisväkivaltaiseen kulttuuriin, jossa aggression ja väkivallan keskeinen asema pelissä hyväksytään. (Finn 1994, 99.) Emme käsitelleet haastatteluissa jääkiekon väkivaltaisuutta ja siihen liittyviä merkitysverkostoja, mutta mielestäni edellä mainittu asia on hyvä tiedostaa yleisesti häiriökäyttäytymisen mahdollisena taustatekijänä.

Huliganismi on ikävä lieveilmiö, joka on tullut suurelle yleisölle tutuksi lähinnä jalkapallon kautta. Jalkapallohuliganismia on vaikea määrittää sen moniulotteisuuden vuoksi, mutta se voidaan nähdä kaikenlaisena häiriökäyttäytymisenä jalkapallo-ottelujen yhteydessä, tapahtuipa se sitten katsomossa tai stadionin ulkopuolella, ottelun yhteydessä tai sen jälkeen. Jalkapallohuliganismia on käsitelty kansainvälisessä tutkimuskirjallisuudessa laajasti ja useiden eri teorioiden avulla (Kujanpää 2007, 147–148). Aihe on erittäin mielenkiintoinen niin ilmiönä kuin yhteiskunnallisestikin. Vaikka huliganismin ja häiriökäyttäytymisen tarkka määrittäminen on vaikeaa, voitaneen kuitenkin sanoa, että Suomessa järjestäytyntä ja laajamittaista huliganismia ei ole esiintynyt jalkapallo- tai jääkiekkoyleisöjen joukossa.

Jalkapallo on nykyisin bisnestä, jossa liikkuvat suuret rahamäärät. Tiukentuneen katso-movalvonnan taustalla voidaankin nähdä huoli jalkapallon imagosta. (Armstrong 1998, 135.) Organisoitu huliganismi on uusin ja vaarallisimpana pidetty jalkapalloväkivallan muoto. Stadionien turvatoimet ovat nykyisin erittäin tiukkoja, eikä todella vakavia yhteenottoja pääse yleensä syntymään stadionien sisäpuolella. Järjestyshäiriöitä esiintyy edelleen, mutta ne ovat vähäisiä ja poliisi pystyy keskeyttämään ne melko nopeasti. Vä-kivalta onkin siirtynyt stadioneilta niiden ulkopuolelle ja tappelut ovat usein etukäteen sovittuja. Kehittynyt teknologia mahdollistaa tältä osin poliisin valvonnan kiertämisen. Esimerkiksi matkapuhelimilla voidaan helposti sopia kahden kannattajajoukon tappelupaikasta. (Kujanpää 2007, 153–154.)

Jalkapallo-otteluiden valvontaa on huliganismin vuoksi lisätty huomattavasti. Esimerkiksi Englannissa seisomakatsomoita on muutettu istumakatsomoiksi ja katsomoihin on asennettu tallentavia turvakameroita. Videotallenteita voidaan käyttää todisteena häiriökäyttäytymiseen liittyvissä rikostutkinnoissa. (Armstrong & Young 1997, 188–189.) Muita valvonnan muotoja ja turvatoimia ovat olleet muun muassa poliisien määrän lisääminen sekä koti- ja vierasjoukkueen kannattajien erottaminen eri katsomonosiin (Spaaij 2007, 158; Goig 2007, 172). Englannissa valioliigajoukkueet ovat lisäksi palkanneet yksityisiä turvamiehiä valvomaan stadionien turvallisuutta (Armstrong 1998, 132).

Myös Suomessa tehdään käytännön toimenpiteitä katsomoturvallisuuden edistämiseksi. Esimerkiksi urheiluareenoita rakennettaessa tai peruskorjattaessa kiinnitetään huomiota turvallisuuden ylläpidon kannalta olennaisiin rakenteisiin ja varustukseen. Lisäksi päteviä järjestyksenvalvoja koulutetaan turvallisuuden kannalta riittävä määrä. (Paavola 2004, 234.) Haastatteluissa tulikin esille katsojien turvallisuuteen ja järjestyksenvalvontaan liittyviä asioita. Haastattelemani fanit kertoivat, että vierasjoukkueen kannattajat ovat yleensä vieraspeleissä omassa katsomonosassaan. Turvallisuutta oli heidän mukaansa lisätty myös niin, että vieraskatsomon läheisyydessä oli enemmän järjestyksenvalvoja kuin muualla katsomossa. Järjestyksenvalvojen tehtävänä oli tällöin taata vierasjoukkueen kannattajille rauha kannattaa omaa joukkuettaan. Esimerkiksi haastateltava 4 kertoi asiasta näin:

”Lahdessahan se on aika hyvin järjestetty, et jos on paljon vierasjoukkueen kannattajia ni siellä ei päästetäkään vierasjoukkueen kannattajia pois sieltä katsomosta ennen ku kaikki muut on poistunu. Että silleen se pitäs melkein tehdä. Ja varsinki se, että vierasjoukkueen kannattajat on rajattu jollekin tietylle alueelle, niin sillähän sitä ehkästään.”

Haastateltava 5 kertoi, että joskus vierasjoukkueen kannattajien turvallisuuden takaaminen oli viety vieläkin pidemmälle:

”Siihen on joissain paikoissa varauduttu, että Porissa tulee ottelun lopussa järjestyksenvalvoja sanomaan, et ”jääkää tänne oottamaan” ja ootetaan katsomossa niin kauan, kun muu halli tyhjenee ja puolentusinaa järkkäriä saattaa meidät ulos, jossa bussi on ajettu oven eteen. Bussin oven

vieressä seisoo pari poliisia ihan vaan meidän oman turvallisuuden takia, ni siinä vaiheessa vähä mieltii, että onkohan jollakin menny liian innokkaaks tuo meininki.”

Mielenkiintoista on se, että fanit puhuivat tässä yhteydessä lähinnä vierasotteluista. Eri-tyishuomion kohdistaminen vierasjoukkueen kannattajien turvallisuuteen johtunee siitä yksinkertaisesta syystä, että heitä on lukumääräisesti selvästi vähemmän kuin kotijoukkueen kannattajia ja näin ollen vakava häiriökäyttäytyminen lienee mahdollista lähinnä kotijoukkueen kannattajien taholta. Vierasjoukkueen kannattajien sijoittaminen omiin katsomonosiinsa lienee yksinkertaisin keino häiriökäyttäytymisten ehkäisemiseksi. Sitä on Suomessa toteutettukin. Valvonnassa on tietysti omat ongelmansa, esimerkiksi yksittäisten fanien jäähalliin pääsy on lähes mahdotonta estää.

Jalkapallon osalta yksi organisoidun jalkapallohuliganismin taustalla olevista syistä onkin paradoksaalisesti ollut lisääntynyt valvonta. Jalkapallohuligaanien on ollut pakko organisoitua voidakseen jatkaa tappelujen harrastamista. Valvonta on osin rajoittanut huliganismia, mutta toisaalta huliganismi on suunnittelun vuoksi muuttunut väkivaltaisemmaksi ja vaarallisemmaksi. Organisoituna huliganismi johtaa usein vakaviin seurauksiin, jopa kuolonuhreihin. Jalkapallohuliganismin kitkeminen kokonaan on luultavasti mahdotonta. Olennaista olisikin löytää sen taustalla olevat syyt, ei vain hoitaa seurauksia. (Kujanpää 2007, 154.) Jonkinasteista järjestäytymistä on ollut havaittavissa myös suomalaisen jääkiekkofaniuden piirissä, mutta sen mittasuhteet ovat toistaiseksi olleet pienet. Tämä kävi ilmi myös haastatteluissa:

”On se siinä mielessä nostanu päätään, että muutamien joukkueitten osalta on tullu tämmösiä ryhmittymiä, mistä voi aina hyvin suurella todennäköisyydellä sanoa, että kun ne reissuun lähtee, siellä jotain sattuu ja tapahtuu. Mutta ei se kovin laajamittasta kumminkaa ole. Jokereiltahan löytyy ainakin tää Ultrasin porukka ja Pelicansilta Ääri-liike. Eniten ehkä on esillä ollu mediassa se Jokereitten porukka.” (Haastateltava 7)

Haastatteleman fanit eivät kuitenkaan nähneet järjestäytynyttä jääkiekkohuliganismia lähitulevaisuuden uhkakuvana. Perusteluna tähän oli se, että järjestäytyminen oli lähinnä muutamien henkilöiden aikaansaannosta. Vaikka jääkiekko on Suomessa lajina suosittu, yksittäisten joukkueiden kannattajaryhmät ovat kooltaan suhteellisen pieniä verrattuna esimerkiksi kansainvälisesti suosituimpien jalkapallojoukkueiden kannattajaryh-

miin. Yksi luonnollinen selitys tälle lienee se, että meillä väestöpohja on vain noin viisi miljoonaa ihmistä. Kansainvälisesti ajatellen jääkiekko on myös rajoittunut maantieteellisesti pienemmälle alueelle kuin jalkapallo. Näin ollen jääkiekkoa seuraavien ihmisten määrä on pienempi kuin jalkapalloa seuraavien, mikä voi osaltaan vaikuttaa myös huliganismin esiintymiseen. Näin järjestäytyneen jääkiekkohuliganismin mahdollisuutta Suomessa kommentoivat haastateltavat 2 ja 4:

”En niinku esimerkiksi tällasta turkkilais-kreikkalais -tyylistä, että heitellään kiviä tai tuoleja katsomosta toiseen tai brittifaneilla just tää jalkapallohuliganismi ni tällaseen en oo törmänny kyllä missään, että sekin on ehkä ihan hyvä asia, että huliganismi on vielä lastenkengissä. En oo ainakaan sellaseen niinkun järjestäytyneeseen väkivaltaan törmänny.” (Haastateltava 2)

”En mä oikein usko, että järjestäytyneeseen huliganismiin ois aineksia. Niitä hulluja on kuitenkin verran vähän verrattuna esimerkiksi johonki brittijalkapalloon, ni en mä oikein jaksa uskoa, että se vois lähteä karkaamaan käsistä.” (Haastateltava 4)

Näihin havaintoihin yhdistyy mielenkiintoisesti sellainen ajankohtainen havainto, että Ultras Jokerit lopetti toimintansa 29.10.2010 (Ultras Jokerit 2010). Osasyynä toiminnan loppumiseen on ehkä ollut se, että aktiivisia toimijoita on luultavasti ollut suhteellisen vähän. Lisäksi pääkaupunkiseudulla fanitoiminta on ainakin osittain jakautunut useampiin pieniin ryhmittymiin, joita ovat esimerkiksi Eteläpääty, Young Boys, Ultras ja Old Chiefs. Kokonaisuutena kaikkien edellä mainittujen ryhmittymien analysointi on vaikeaa, koska esimerkiksi selviä jäsenmääriä ei ole saatavilla. Kotisivujen tekstit ovat monin paikoin vihjailevia, eikä kaikkia asioita tuoda avoimesti esille. Lisäksi on vaikeaa tehdä eroa siihen, kuka kuuluu mihinkin kannattajaryhmään.

Kiviä tai tuoleja ei kukaan faneista ollut nähnyt lentävän katsomossa, mutta jonkinlaista tavaraa yksi haastatelluista kertoi lentäneen:

Haastateltava 6: ”Olen itse saanut nuuskaa päähän ja kolikoita ja purkkaa ja limasia karkkeja oon muun muassa kaverin hiuksista repiny irti. Tää oli Tampereella. Suurin tavara, minkä oon saanu niskaan, oli tollasen kyynärsauvan puolikas Turussa 2009 keväällä.”

Kovin suurten esineiden kuljettaminen katsomoon on lähes mahdotonta tarkentuneiden turvatarkastusten vuoksi. Esimerkiksi JYPin kotiotteluissa katsojille tehdään turvatar-

kastus, kun he tulevat sisälle jäähalliin. Nämä turvatarkastukset ovat omien kokemusteni mukaan muuttuneet Jyväskylässä säännöllisiksi muutaman viimeisen kauden aikana. Tarkastusten tiukentumiseen ovat johtaneet esimerkiksi Jokeri-fanien ainakin kahteen otteeseen paukuttamat savupommit, jotka ovat aiheuttaneet palohälytyksiä Synergia-areenalla. Toinen pommeista pamautettiin ennen ottelun alkua ja toinen kesken ottelun. Kyseisistä otteluista poistettiin vierasjoukkueen katsomosta sellaiset henkilöt, joilla oli yllään Jokereiden fanirekvisiittaa. On myös huomattava, että aina silloin tällöin katsomosta heitetään jälle pientä tavaraa, kuten kolikkoja. Tämä vaarantaa pelaajien turvallisuuden ja on siksi kiellettyä.

Goigin (2007) mukaan jalkapallokannattajien järjestäytyneiden ääriryhmien ja väkivallan määrä lisääntyivät Espanjassa 1980-luvun jälkipuoliskolla. Syinä olivat ääriryhmien sisäinen vahvistuminen ja organisoituminen sekä skinheadien ilmaantuminen katsomoihin. Ääriryhmillä oli lisäksi yhteyksiä jalkapallomaailman ulkopuolisiin poliittisiin aineksiin. Esimerkiksi Frente Atlético -niminen ryhmittymä oli militaarisine piirteineen ja äärioikeistoyhteyksineen yksi espanjalaisen jalkapallon ongelmallisimmista kannattajaryhmistä. 1990-luvulla jalkapalloväkivaltaa onnistuttiin vähentämään perustamalla kansallinen komitea, jonka tehtävänä oli väkivallan kitkeminen urheilutapahtumista, erityisesti jalkapallo-otteluista. Lisäksi muodostui uusia rauhanomaisia kannattajaryhmiä, jotka kannattivat joukkueitaan vastustaen kaikkia väkivallan muotoja. (Goig 2007, 169–172.)

Jalkapalloa, jalkapallofaniutta ja jalkapallohuliganismia on kansainvälisessä tutkimuskirjallisuudessa käsitelty paljon. Suomalainen jalkapallotutkimus on kuitenkin toistaiseksi ollut vähäistä. (Itkonen & Nevala 2007, 244.) Jalkapallohuliganismia on mahdotonta sivuuttaa faniutta koskevaan tutkimuskirjallisuuteen perehdyttäessä. Huliganismi aiheuttaa yhteiskunnalle huomattavia kustannuksia lisääntyneen valvonnan vuoksi. Suomessa on kuitenkin toistaiseksi välttytty mittavilta järjestyshäiriöiltä. Osin tähän lieinee syynä ainakin se, että esimerkiksi Veikkausliigan otteluissa katsojamäärät eivät ole kovin suuria verrattuna huippusarjojen katsojamääriin. Vahva suomalainen jalkapallofanikulttuuri on vasta kehittymässä.

Maantieteellisesti ajateltuna huliganismi ei kuitenkaan ole kovin kaukana Suomesta, sillä esimerkiksi Ruotsissa sitä on jalkapallo-otteluiden yhteydessä esiintynyt. Jääkiek-

ko-otteluiden yhteydessä tapahtuva häiriökäyttäytyminen lienee meillä lähinnä pieni-muotoista ilkivaltaa (vrt. World News 2010). Fanit itse määrittivätkin asiaa niin, että yleensä heidän havaitsemaansa häiriökäyttäytymiseen liittyi vahva alkoholin vaikutuksen alaisena oleminen ja se oli lähinnä yksittäisten henkilöiden uhoa. Väkivaltaakin oli tönimisen ja tappeluiden muodossa havaittu, mutta sekin määriteltiin yksittäisten henkilöiden välienselvittelyksi. Häiriökäyttäytymiseksi määriteltiin lisäksi muun muassa kolkoiden heittäminen jälle. Häiriökäyttäytymisen ehkäisyssä fanit mainitsivat esimerkiksi seuraavia asioita:

”Tehdään selkeet pelisäännöt ajoissa, mitä saa tehdä, mitä ei saa tehdä ja toimitaan niiden sääntöjen mukaan ja valvotaan, että ne toimii. Se vaatii jokaisen kannatusjärjestön osallistumista ja niitten sääntöjen mukaan elämistä, että saadaan heti alussa kitkettyä mahdollinen huligaanikulttuuri pois.” (Haastateltava 3)

”Yleensä jos ite käyttäytyy hyvin, ni ei muilla oo syytä käyttäytyä huonosti.” (Haastateltava 5)

7 FANIUDEN YHTEISÖLLINEN ULOTTUVUUS

7.1 Yhteisö ja yhteisöllisyys

Ryhmät ovat ihmisten välittömiä yhteenliittymiä ja muodostavat yhteiskunnan sosiaalisen järjestyksen ja yksilön sosialisoinnin perustan. Ryhmällä tarkoitetaan ihmisiä, jotka ovat säännöllisesti kasvoistusten tapahtuvassa vuorovaikutuksessa keskenään. Ihmisille, jotka tapaavat toisiaan säännöllisesti ja toimivat yhdessä saavuttaakseen jonkin päämäärän, syntyy yhteisiä tapoja, keskinäistä kiintymystä, solidaarisuutta ja pyrkimystä tukea toisiaan. (Antikainen ym. 2006, 18.) Liebkind (1988) jakaa ryhmätietoisuuden kolmeen eri tasoon. Ensimmäisellä tasolla tapahtuu samastuminen ryhmään eli syntyy tietoisuus tai tunne siitä, että yksilö kuuluu johonkin ryhmään. Toisella tasolla yksilö muodostaa käsityksiä ryhmänsä luonteesta, historiasta, nykytilanteesta, tulevaisuudesta ja suhteista muihin ryhmiin. Kolmas taso on ideologinen, koska se sisältää keinoja, joilla yksilö uskoo ryhmänsä voivan saavuttaa toisella ryhmätietoisuuden tasolla määriteltyjä asioita. (Liebkind 1988, 39–40.)

Sosiologinen yhteisötutkimus määrittelee yhteisön alueellisesti rajattavissa olevaksi, sosiaalisen vuorovaikutuksen ja yhteenkuuluvuuden tunteiden sekä muiden symbolista yhteisyyttä osoittavien ilmiöiden yksiköksi. Yhteisöllisyyden muodot voivat olla joko toiminnallisia tai symbolisia. Toiminnallisessa yhteisössä yhteisyys on vuorovaikutuksessa kehittyvä ilmiö. Symbolisessa yhteisössä olennaista on yhteenkuuluvuuden tunne. Symbolinen yhteisöllisyys ei välttämättä rajoitu alueellisesti. (Lehtonen 1990, 14–28.) Molemmat yhteisöllisyyden muodot voidaan löytää urheilufanien toimintamalleista.

Ihmisten yhteisöllinen toiminta tapahtuu sosiaalisten rakenteiden luomissa puitteissa. Sosiaaliset rakenteet ovat kokonaisuuksia, jotka rakentuvat yhteiskunnan instituutioiden ja ryhmien yhdistelmästä sekä tavoista, joilla maailmaa tehdään yhteisesti ymmärrettäväksi. Yksi tällaisista tavoista on kieli. Ihmisten keskinäisen toiminnan ja käytäntöjen tavat sekä ihmisten välillä vallitsevien suhteiden säännönmukaisuudet rakentuvat sosiaalisten rakenteiden varaan. Yhteisöt ja yhteisöllinen elämä ovat ihmisen olemassaolon ja toiminnan edellytyksiä. (Antikainen ym. 2006, 12–13.) Durkheimin (1985, 1980) mukaan yhteisö on yksilön tärkein voimallisuus. Ihminen on fyysisen ihmisen lisäksi

myös sosiaalinen ihminen. Sosiaalisuus antaa jokaisen olemassaololle arvon ja yhteydentunne on keskeisin tekijä, joka pitää yhteiskunnan koossa. (Durkheim 1985, 245–247; 1980, 192–199.) On myös huomattava, että yksilön vastuullisuus ja moraalisuus alkavat yhteisöllisyydestä (Durkheim 1961, 64). Meidän siis oletetaan toimivan yhteisön ja yhteiskunnan pelisääntöjen mukaisesti.

Maffesoli (1995) kirjoittaa, että mitä enemmän korostetaan työn tärkeyttä, rajoitetaan vapaata ajattelua ja ohjataan koulutusta eli tuetaan ”käyttöesineistä” käsitystä elämästä sitä enemmän korostuu sosiaalisuus, joka perustuu muun muassa hedonismiin eli mielihyvän tavoitteluun ja jaettuun elämäniloon. Yhteisöllisyys voi olla itsessään päämäärä. Maffesolin esiintuoman käsityksen mukaan yksilöllisellä onnellisuudella on arvokkuutta vain silloin, kun se saavutetaan kollektiivisen onnellisuuden puitteissa. (Maffesoli 1995, 69, 73.) Yhteisöllinen onnellisuuden kokeminen tuo yksilön onnellisuuden tunteeseen huomattavan lisäulottuvuuden. Tällaisen tunteen kokeminen on mahdollista esimerkiksi faniyhteisössä.

Faniuden kokemisessa on merkityksellistä se, että fani voi kiinnittyä osaksi kuvitteellista yleisöä tai todellista yhteisöä. Faniyhteisöjen tuottamat määritelmät auttavat fania kiinnittymään yhteisöön, mikä edistää myös fani-identiteetin pysyvyyttä. (Nikunen 2005, 330–331.) Tämä tarkoittaa siis sitä, että yhteisöön kuulumisen vahvistaa fani-identiteettiä ja lisää faniuden intensiteettiä sekä jatkuvuutta.

Toisaalta on huomattava se, että yhteiskunnassa on havaittavissa myös yksilöllistymiseen viittaavia piirteitä. Yksilön valittavissa olevien vaihtoehtojen ja elämismaailmojen määrä on lisääntynyt ja eriytynyt. Voimme hakea kokemuksia ja sisältöä elämäämme yhä suuremmasta mahdollisuusvalikoimasta. Universaaliksi julistettuun totuuteen ei voi enää luottaa, koska joustavuus ja valinnanmahdollisuuksien suuri määrä ovat tärkeämpiä kuin pikkutarkoiksi muokatut ohjeet. Median kyllästäjän todellisuuden kautta jokaisen on mahdollista pysyä maailmanmenossa mukana kotisohvallaan istuen tai seurata sellaisia asioita, jotka häntä henkilökohtaisesti kiinnostavat. (Giddens 1991, 82–86.)

7.2 JYP-fanien sosiaalinen verkosto

Tiedustelin haastattelemiltani JYP-faneilta, millainen heidän kaveripiirinsä on ja mikä merkitys JYP-faneilla siinä on. Kaikki fanit kertoivat tutustuneensa uusiin ihmisiin faniuden kautta. Ystävystymisen taso kuitenkin vaihteli. Osa uusista tuttavista oli pelkkiä hyvän päivän tuttuja, joiden kanssa vaihdetaan muutama sana tavattaessa. Tuttujen kanssa kommunikointi tapahtuu lisäksi usein jäähallilla. Osa puolestaan oli hyviä kaveriteita, joiden kanssa vietetään aikaa niin jäähallilla kuin vapaa-ajallakin. Ajanviettoon ei välttämättä liity tällöin jääkiekko:

”Välillä vietetään iltaa yhdessä, esimerkiks kävin vasta kattomassa stand up-komiikkaa yhden semmosen henkilön kanssa, jonka kanssa oon tutustunu tuolla katsomossa. Käydään yhdessä jossain (painottaa), että semmosta lähinnä. Sitten on ihan tämmösiä tuttuja, joiden kanssa katsomossa jutellaan ja muuten ohimennen moikataan.” (Haastateltava 3)

”No ihan paria parhainta kaveria lukuun ottamatta kaikki on niinkun kohtuullisen aktiivisia JYP-faneja. Muutaman oon tuntenu ihan lapsuudesta asti ja sitten muissa yhteyksissä tavannu, mutta että aika osa tähetkisestä kaveriporukasta on nimenomaan just sitte tuolta hallilta. Samanhenkiset ihmiset aina kerääntyy yhteen.” (Haastateltava 5)

Yhden haastateltavan osalta JYP-faniudella oli ollut merkittävä rooli parisuhteen syntymisessä ja toisaalta taas parisuhde oli ollut iso tekijä JYP-faniuden kehittymisessä:

”Itse asiassa mulla oli parisuhdekin, mihin JYP-fanius vaikutti aika paljon. Se kesti kakstoista vuotta. JYP-fanius oli silleen merkittävässä roolissa, että mä menin hänen kanssaan sinne siihen ensimmäiseen JYPin peliin, että hän oli jo fani ennen mua ja mä oon sanonukin, että se on niinkun hänen vikansa, et mä oon niin kova JYPin fani nykyisin.” (Haastateltava 3)

Fanit kokivatkin faniuden sosiaalisen ulottuvuuden tärkeänä. Keskustelu ja tietojen jakaminen yhteisestä suosikkijoukkueesta voivat toimia terapeuttisena toimenpiteenä. Keskustelujen ja yhteisten pohdintojen eli vuorovaikutuksen kautta saadaan myös vertaisryhmän hyväksyntää. Jokaisella on tarve tulla kuulluksi ja hyväksytyksi. Näiden keskustelujen aikana arjen huolet unohdetaan ja keskitytään itselle merkittävään ja miellyttävään asiaan. Sosiaalisen ulottuvuuden tärkeyttä kuvasi haastateltava 5 näin:

”Onhan se tärkeä, että ihan ensimmäisellä kaudella ku ei vielä ollu semmosta porukkaa, kenen kanssa kävi kattoon, ni on se nyt paljon tymeempää yksin seurata, ku ei ollu ketään, kenen kanssa keskustella tilanteista ja näin. Kyllä se on niinku ihan erilainen asia kattoo porukassa ku yksin.”

Vaikka keskustelu- ja tapaamispaikat voivat vaihdella kahvilasta virtuaalisiin, näyttäytyi ottelutapahtuma erityisen merkityksellisenä faniuden sosiaalisen ulottuvuuden näkökulmasta. On huomattava, että esimerkiksi vaikka keskustelupalstojen merkitys olisikin lisääntynyt, kasvokkain tapahtuva vuorovaikutus on faneille tärkeää. Ottelutapahtuma on sosiaalinen tapahtuma siitä huolimatta, että fani rakentaa sitä yksilöllisten rituaalien kautta. Sen aikana fanit voivat keskustella ottelun tapahtumista ja kertoa mielipiteitään toisille faneille. Tämä on myös faniuden merkitysten rakentamista sosiaalisten suhteiden kautta. Samanhenkisten ihmisten kanssa käyty jääkiekkokeskustelu on syvällisempää ja näin mielekkäämpää kuin keskustelu sellaisten henkilöiden kanssa, jotka eivät ole jääkiekosta kiinnostuneita, eivätkä tiedä siitä kovinkaan paljon. Samanhenkisyys voi myös johtaa avoimempaan kanssakäymiseen. Jääkiekkofanit ovat jääkiekon ja suosikkijoukkueensa asiantuntijoita. Asiantuntijuus voi perustua oman harrastustaan kautta kehittyneen ”pelisilmän” ja erityisen suosikkijoukkuetta käsittelevän tiedon keräämisen varaan (Heinonen 2005, 154). Faniuden sosiaalinen ulottuvuus näyttäytyi siis erityisesti otteluiden kautta merkittävänä tekijänä siten, että fanit kertoivat katsovansa otteluita lähes aina kavereidensa kanssa.

”Käyn kattomassa pelejä joko valmennuskavereiden kanssa, sit voi pohdiskella vähän analyttisemmin, tai sitten noitten opiskelukavereitten kans, ketkä on kans kiinnostuneita jääkiekosta.” (Haastateltava 1)

”Kotipeleissä on aika usein se sama porukka, että kaveripiirissä on silleen, että seisomakatsomossa käy kattomassa viis-kuus kaveria aina, kenen kans yleensä kattoo ne pelit siellä sitte. Joka kaus aina joku tietty paikka katsomossa, mutta se on yleensä just siinä maalin yläpuolella seisomakatsomossa, missä me ollaan. Se on aika lailla semmonen sosiaalinen tapahtuma tuo peli.” (Haastateltava 4)

Haastateltava 1 kertoi käyvänsä otteluissa valmennuskavereidensa kanssa, jolloin jääkiekon pohdiskelu saattoi olla yleisempää ja analyttisempää kuin vain oman suosikkijoukkueen edesottamuksien seuraamista ja tunteella eläytymistä. Keskustelu joukkueen

pelitaktiikoista tai jääkiekon lainalaisuuksista voi olla myös jääkiekkovalmentajan tietämystä ja osaamista kehittävää toimintaa. Pohdiskeluun liittyy usein vahva spekulointi ottelutilanteista, mitä valmentajan olisi missäkin tilanteessa kannattanut tehdä.

Haastateltavat kertoivat käyvänsä katsomassa otteluita lähinnä kavereiden, mutta myös sukulaisten tai vastakkaista sukupuolta olevien henkilöiden kanssa. He myös mainitsivat, että ottelut seurataan lähes aina samojen kavereidensa kanssa. Näihin kaveripiireihin kuului yleensä sekä lapsuudenystäviä että myös JYP-faniuden mukanaan tuomia kavereita. Ottelun seuraaminen tiettyjen ihmisten kanssa voidaan nähdä rituaalina, joka toistuu ottelusta toiseen.

Seisomakatsomon merkityksen mainitsi muutama fani. JYPin varsinainen fanikatsomo sijaitsee jäähallissa päädyn seisomakatsomossa. Se, miksi seisomakatsomo koetaan paremmaksi, ikään kuin oikeaksi paikaksi kannustaa, voi johtua muun muassa siitä, että JYPin fanikatsomossa ihmiset ovat vierä vieressä, tyhjää tilaa ei ole. Usein puhutaankin tiiviistä tunnelmasta. Mielestäni seisomakatsomossa fyysinen tiiviiden tunne vaikuttaa omalta osaltaan yhteisöllisyyden tunnetta lisäävästi. Mitä enemmän ihmisillä on kokemuksia tietystä paikasta, sitä vahvemmin paikka ja nuo kokemukset vaikuttavat yksilön rakentumiseen (Gaffney & Bale 2004, 25). Monet faneista olivatkin tottuneet katsomaan ottelut juuri seisomakatsomosta, eivätkä olisi edes halunneet istumakatsomoon.

7.3 JYPin faniyhteisön hierarkia

Kun keskustelimme fanien kanssa siitä, millainen JYPin faniyhteisö on, esitin kysymyksen faniyhteisön hierarkiasta. Kysyin faneilta, millaisena he näkevät JYPin faniyhteisön, onko sillä hierarkiaa ja jos on, niin millainen se on? Esimerkiksi haastateltavat 2 ja 5 ilmaisivat asian näin:

”En nyt tiää, onko sellasta mitään hierarkiaa, minun mielestä kaikki, jotka tuntee olevansa JYP-faneja tai osa JYPpiä, kuuluu ihan samalla tavalla siihen ku kuka tahansa muukin, ne rummunsoittajat sun muut lippujenheiluttajat. Ehkä tää Fan Club, ne vaan näyttää faniuden vielä räikeemmin kun ehkä joku tavallisempi katsoja, joka on vaikka seisomakatsomossa ja saattaa maa-leista taputtaa.” (Haastateltava 2)

”Jos on kauan seurannut, niin kyllä siinä vaiheessa varmaan vähän ylempänä on ku ihan satunnainen kävijä. Jotenki vois ite kuvitella, että mitä aktiivisempi fani ni sitä tärkeempi se joukkueelle on, että satunnaisia ja katsojia nyt on aina, tulee ja menee, mutta ne on tärkeintä ne pitkäaikaiset. (Haastateltava 5)

Haastateltava 5 uskoi, että pitkäaikaiset ja sitoutuneet kannattajat ovat tärkeitä joukkueelle. Hän toivoi joukkueelta vastavuoroista arvostusta faneja kohtaan. Voisi ehkä olla niin, että jotkut fanit haluavat saavuttaa hierarkiassa tietyn aseman saadakseen joukkueelta erityistä arvostusta. Mielipiteet faniyhteisön hierarkiasta näyttäisivät hieman vaihtelevan, mutta yleisesti ottaen haastattelemani fanit olivat sitä mieltä, että faniyhteisössä on jonkinlainen hierarkia, joka ilmenee niin, että faniyhteisön aktiivisimpia ja pisimpään mukana olleita jäseniä kunnioitetaan. Hierarkia ei kuitenkaan ole merkitykseltään kovin suuri. Esimerkiksi haastateltava 5 ilmaisi merkityksen näin:

”Mutta ei minun mielestä sillä oo kovin suurta merkitystä, koska sehän on kaikkien etu, että ei jaotella mitenkään, koska siinä taas joku voi jo sen takia lakata olemasta fani.”

Hierarkinen luokittelu tapahtunee ainakin osittain hiljaisesti; sitä ei sanota ääneen. Vaarana olisi tällöin, että joku voisi kokea, ettei hänen faniuttaan arvosteta ja lopettaa JYPin seuraamisen tai jopa siirtyä jonkin toisen joukkueen faniksi. Kannattamisen aktiivisuudella on kuitenkin mahdollista ansaita kunnioitusta, mutta tämäkin ilmenee ja tiedostetaan lähinnä aktiivisten fanien keskuudessa, kuten haastateltava 3 asiasta kertoi:

”Siellä on muutamia henkilöitä, joita kunnioitetaan siitä syystä, että he on pitkän linjan JYPin kannattajia. Se kunnioitus on enemmänkin meidän aktiivien puolella, ei semmonen rivikatsoja välttämättä silleen niitä kunnioita.”

Aktiivisten kannattajien kunnioittaminen ilmenee muun muassa siten, että heidän mielipiteitään kuunnellaan ainakin joissain asioissa enemmän kuin niin sanottujen rivikannattajien. Jos tiettyyn rooliin kohdistuu erityisiä vaatimuksia, vastuuta ja odotuksia, statusasema on tällöin korkeampi. Tietty rooli tai asema voi vaatia aktiivisempaa vuorovaikutusta ja niihin voi liittyä muita enemmän näkyvyyttä. (Carron, Hausenblas & Eys 2005, 130–133.) Nikusen (2005) mukaan faniyhteisöjen hierarkiat rakentuvatkin erilaisien linjojen mukaan, joita määrittävät muun muassa tiedon ja osallistumisen kompetenssit. Fanius järjestyy hierarkkisesti sen mukaan, kuinka aktiivinen ja tiedoiltaan kompe-

tentti fani on. Tämän näyttäisi olevan totta myös JYP-fanien kohdalla. Esimerkiksi haastateltava 7 ilmaisi asian seuraavasti:

”Ehkä se korkeintaan tulee sitä kautta, että mitä aktiivisempi oot, ni sitä kautta voi syntyä. Tavallaan, että varmaan joissain tapauksissa sen mielipidettä voidaan ehkä kuunnella vähän enemmän ku semmosen, joka on vähemmän käyny kattoon pelejä.”

Lisäksi faniyhteisössä muodostuu ajan kuluessa käsitys siitä, keneltä kannattaa mitäkin asiaa kysyä. (Nikunen 2005, 131–132.) Tästä hyvänä esimerkkinä toimii haastateltava 4, joka näki, että hänen laji- ja sääntötuntemukseensa luotetaan, koska hän toimii tuomarina.

”No ainaki semmonen rooli, että vähän tuntuu et hallilla suurin osa tietää, kuka mä oon, moikkaa ja ehkä johtuen siitä et mä oon tuomarina, ni ne luottaa mun lajitietämykseen, että jos on jotain epäselvyyksiä, mitä pelissä tapahtuu, niin yleensä multa kysytään siitä sitte, että minkä takia tehtiin noin eikä noin.”

Eräs fanien keskuudessa ilmeisen tunnettu aktiivikannattaja mainittiin kahdessa haastattelussa, hieman erilaisista näkökulmista:

”Tuohisen Kari, joka tunnetaan JYP-kannattajien kesken Kapona, on pitkän linjan JYPin kannattaja, hänellä on JYPin pelejä katsottuna päälle 1200 ja hän on vieraspelireissujakin heittäny päälle 300. Hänethän palkittiinkin JYPin toimesta tässä pari kautta sitten. Mutta aktiivien keskuudessa joo on semmonen pieni hierarkia.” (Haastateltava 3)

”En mä ainakaa kato Kapoo ylöspäin, sitä joka on käyny kattomassa älyttömästi pelejä ja saa ilmaseks kausikortinki vissiin JYPiltä. En mä kato ylöspäin ainakaan ite, että mä en tiedä sitten, et miten niitten keskuudessa (Fan Club), et onks sit siellä jotenki.” (Haastateltava 6)

Edellä mainitut kommentit tukevat ajatusta siitä, että hierarkia tiedostetaan lähinnä aktiivisimpien fanien keskuudessa. Niin sanotut rivijäsenet olivat enemmänkin sitä mieltä, että hierarkiaa ei sen kummemmin ole. On tietysti muistettava se, että on olemassa erilaisia näkökulmia. Faniyhteisössä vasta vähän aikaa ollut fani voi hyvinkin ihailia niitä, jotka ovat olleet faneja pidemmän aikaa. Eräs faneista mainitsi myös, että hänen mielestään kannattamisen motiiveilla on merkitystä hierarkian kannalta:

”Jos on pakko johonki hierarkiaan laittaa, niin ainaki omasta mielestä siinä alimpana on nää pissisteinit, mitä siellä välillä pyörii, ketkä on ihan yksittäisen hyvännäkösen pelaajan takia siellä. Ne nyt ei ainakaan mun mielestä hierarkiassa kovin ylös pääse.” (Haastateltava 5)

Joukkuetta pitkään kannattaneen fanin mielestä pelaajan ulkonäön vuoksi jäähallille saapuminen ei ollut aitoa faniutta. Hän myös mainitsi, että kun kyseinen pelaaja vaihtaa joukkuetta, voi olla, että pelaajaa ulkonäön vuoksi fanittanutta katsojaa ei enää sen jälkeen hallilla näy. Keskustelimme fanien kanssa myös siitä, millaisina he kokivat omat asemansa faniyhteisössä. Osa sanoi olevansa rivijäseniä, osa puolestaan koki, että he ovat hieman ylempänä kuin muut. Muutaman fanin mielestä oli vaikea määritellä, mikä heidän asemansa faniyhteisössä on. Aktiiviset kannattajat näyttäisivät muodostavan eräänlaisen ydinryhmän. Esimerkiksi haastateltavat 2 ja 3 puhuivat asiasta näin:

”Ehkä jo luonteen takia oon, en nyt sivustaseuraaja, mutta et en oo siellä ydinryhmässä. Et siellä on ne tietyt kaverit, ketkä sitä juttua pyörittää. En koe omaa rooliani kovin suureksi.” (Haastateltava 2)

”Mulla on tavallaan oma paikka seisomakatsomossa. Kyllä jotkut tuntuu mua kattovan ylöspäin. Sit siellä tuntemattomatkin moikkailee, he tuntevat mut kun mä oon ollu niin paljon esillä. Ja sit multa tullaan kysymään, että mitä mieltä mä oon jostakin asiasta. Semmonen kunnioitus on tullu kerättyä myöskin noiden muiden aktiivisten kannattajien keskuudessa, et on ollu joukkueen tukena sillon kun on ollu hankalaa, ja muut samanhenkiset kyllä arvostaa sitä.” (Haastateltava 3)

Nostin esille myös kysymyksen siitä, tarvitaanko faniyhteisöön pääsemiseksi jotain erityistä tekoa. Haastattelemani fanit olivat yleisesti ottaen sitä mieltä, että mitään sen erityisempää tekoa ei tarvita. Muutamat kuitenkin mainitsivat faniaktiivisuuden sellaisena tekijänä, joka voi vaikuttaa myönteisesti faniyhteisön sisälle pääsemiseen. Esimerkiksi haastateltava 3 kertoi asiasta näin:

”Se on se tekeminen siellä, että kannustaa joukkuetta positiivisella tavalla, että sitten osallistuu (painottaa) siihen toiminnan kehittämiseen. Ehkä se mullakin tietyllä tavalla tuli siinä niin, että mä oon suunnitellu meidän kaikki fanirekvisiitat ja tehny omalla ajalla töitä sen eteen. Esimerkiksi sillä tavalla sen voi saada, että jos joku päättää, että hän tekee JYPille jonkun ison kannatusaiheisen jutun, positiivisen semmosen, niin kyllä semmosta kunnioitetaan. Mutta en mä osaa

sanoa, että oisko mitään tekoa tai muuta semmosta. Enemmän sieltä niinkun oman faniaktiivisuuden kautta sitä voi saada.”

Haastateltava 3 tarkoitti käsitykseni mukaan sitä, miten todellisen fanin asema yhteisössä saavutetaan. Hänen mielestään joukkueen positiivinen kannustaminen ja faniaktiivisuus ikään kuin takaavat tosifanin aseman. Haastateltavista kolme nosti esille huutosakin (rumpuryhmän) ja sen aseman JYPin faniyhteisössä. Rumpuryhmä nähtiin perinteenä, jolla on faniyhteisössä oma asemansa ja jolla on tärkeä merkitys faniyhteisön kannalta. Rumpuryhmällä on oma paikkansa JYPin fanikatsomossa. Muut katsojat eivät voi sinne mennä. Esimerkiksi haastateltavat 6 ja 7 ilmaisivat asian näin:

”Musta tuntuu, on aina tuntunu, et rumpuryhmä on ylitse muiden, että kuulut Fan Clubiin tai miten vaan, niin se on vaan se rumpuryhmä.” (Haastateltava 6)

”Huutosakki on siinä mielessä tärkeässä asemassa, että se tavallaan on tämmönen selkee ryhmittymä, joka sitä tunnelmaa pyrkii pitämään yllä, meillä on tavallaan velvollisuus jo luoda ja tuoda sitä tunnelmaa. Ja aika pitkä perinne on kuitenkin tää rumpujuttu ja huutosakki, että siitä on haluttu pitää kiinni ja seura on halunnut pitää siitä kiinni, ni kyllä se on siinä mielessä erityinen juttu.” (Haastateltava 7)

Tässä kohden on huomioitava se, että haastateltava 7 kuuluu itse huutosakkiin. Tietynlainen ylpeys huutosakkiin kuulumisesta ja huutosakin vastuusta on luettavissa hänen kommenteistaan. Tämä ylpeys ei mielestäni ollut kuitenkaan ylimielisyyttä. Jatkokysymykseen siitä, ovatko huutosakki ja Fan Club samassa asemassa, haastateltava 7 vastasi näin:

”Aika pitkälti ne on samalla viivalla, että jos aatellaan Fan Clubin näitä niin sanottuja johtohenkilöitä, niin niitten kanssa hyvin pitkälti samalla viivalla ollaan. Niitten ja meidän keskinäisessä asemassa ei varmasti suurta eroa ole. Mutta rivijäsenten puolella verrattuna Fan Clubin johtoon tai meihin, ni siinä on tiettyä eroa, koska Fan Clubiin voi liittyä kuka tahansa, ja toisekseen Fan Clubin johtohenkilöillä on tietynlainen vastuu sen touhun pyörittämisessä, niinku meillä on meidän touhun pyörittämisessä.”

Haastateltava 7 ei siis nähnyt huutosakin jäsenten ja Fan Clubin hallituksen jäsenten asemassa suurta eroa. Ero rivijäseniin syntyy hänen mukaansa siitä, että valta tuo mu-

kanaan vastuuta esimerkiksi tunnelman luomisesta, joka taas näkyy siinä, että edellä mainittujen ryhmien jäseniä kunnioitetaan.

7.4 JYPin faniyhteisön erityispiirteet

JYPin faniyhteisössä ja jyvaskyläläisessä fanikulttuurissa on nähtävissä muutamia erityispiirteitä. Kaikkien haastateltavien mielestä JYPin fanikulttuurin erityispiirre on rummut. Vastauksista tuli ilmi myös se, että rummut ja rumpuryhmä ovat perinne, joka kuuluu JYPin fanikulttuuriin. Vastaajat toivat esille myös sen, että kaikki eivät rummuista pidä, eivät muualla eivätkä JYPinkään fanien keskuudessa. Moni mainitsi myös, että jos rumpuja ei olisi, tunnelman olennainen osatekijä puuttuisi ja kannustus olisi selvästi hiljaisempaa. Näin asiaa luonnehti haastateltava 5:

”Rummuista. Se on ehkä se ainoa, ne kuuluu asiaan, ne on niin kauan ollu, että halli ois huomattavasti hiljaisempi, jos niitä ei olisi. Porukka on montaa mieltä, mutta sen on huomannu, että jos rumpupojilla on ollu huonompi päivä ja ei oo rummuttaminen niin kiinnostanu, ni se on hyvin, hyvin hiljanen halli siinä vaiheessa. Ne on perinne ja ihmiset on niin tottunu siihen, että en mä tiää, osaisko siellä mikään suurempi porukka ees pitää meteliä. On helppo taputtaa ku on valmis rytmi.”

Fanitoiminnan nähtiin olevan vielä tietyllä tapaa alkutaipaleella. Fanit olivat sitä mieltä, että fanitoimintaan pitäisi saada enemmän aktiivisia henkilöitä mukaan. Fan Club on toiminut vasta suhteellisen lyhyen ajan. Sen toimintaa kehitetään eteenpäin koko ajan. Perinteitä fanitoimintaan ja -kulttuuriin toi huutosakki.

”Jyvaskylässä tietyllä tapaa fanitoiminta on vähän lapsenkengissä vielä, että vaikka nyt on tää rumpuryhmä sun muut ni ei oo ehkä pystytty rekrytoimaan tarpeeks ihmisiä mukaan tähän ite fanitoimintaan. Sitä kautta sais ehkä halliinki enemmän tunnelmaa ja muuta, jos ois jotenki paremmin organisoitu tää homma.” (Haastateltava 2)

”No sinällään kulttuuria varmasti on JYP-faneilla enemmän ku millään muulla, muilla faneilla ehkä koko Suomessa. Tavallaan toi huutosakki ku on sieltä 80-luvun puolivälistä asti samalla periaatteella tullu tähän päivään asti, ni siinä mielessä sitä fanikulttuuria on. Mutta sitte taas toi muu fanitoiminta ei hirmu suuressa osassa vielä ole.” (Haastateltava 7)

Haastateltava 2 nosti esille organisoinnin faniyhteisön toiminnan ja esimerkiksi ottelun tunnelman kannalta tarpeellisena tekijänä. Hyvin ja selkeästi järjestäytynyt tavoitteellinen faniyhteisö toisi luultavasti toimintaan pitkäjänteisyyttä ja sitouttaisi faneja syvemmin joukkueeseen. Haastateltava 3 toi esille myös sen, että jäähallin koko rajoittaa joiltakin osin fanitoiminnan ja -kulttuurin kehittämistä:

”Meillä tulee hallin pienuus ja rakenteellisuus vastaan, se rajoittaa meidän toimintaa aika hemmetin paljon verrattuna esimerkiksi jonnekin Hartwall Areenaan. Mutta me yritetään kehittää fanikulttuuria positiivisessa hengessä eteenpäin.”

Vaikka ympäristö toimintaa rajoittaisikin, on jokaisella faniyhteisöllä hyödynnettävä niitä mahdollisuuksia, jotka sillä on. Osa haastattelemistani faneista toi esille sen, että Suomessakin muutamien faniryhmien harrastamat laulut ja hyppiminen on kopioitu suoraan jalkapallosta, eivätkä ne kuulu heidän mielestään jääkiekkofanikulttuuriin. Kuiten edellä on todettu, erityisesti rummut ovat JYPin fanikulttuurin kulmakivi. Lisäksi JYP-fanit kannustavat joukkuetta ja luovat tunnelmaa yhteisesti huudetuilla kannustus-huudoilla.

Toisena erityispiirteenä esille nousi faniyhteisön jonkinasteinen jakautuminen. JYPin huutosakin ja JYP Fan Clubin tietynlainen vastakkainasettelu ilmeni minulle haastatteluprosessin aikana. Jonkinasteista toimintaa Fan Clubilla oli tietojeni mukaan ollut jo aiemmin, mutta se oli hiipunut ja niinpä nykyinen Fan Club perustettiin uusien puuhamiesten toimesta 2000-luvun alkupuolella. Tämä ilmeisesti koettiin huutosakin puolella ainakin osin niin, että heidän varpailleen astuttiin. Nykyisin nämä kaksi ryhmää toimivat yhteistyössä, mutta eivät ole yhdistyneet. Tästä on ehkä pääteltävissä se, että kaikilta osin mielipiteet eivät ole vielä samoilta linjoilla. Kysyessäni eräältä Fan Clubin johtohenkilöltä, miksi ryhmät eivät ole yhdistyneet, toi hän esille sen, että Fan Clubilla on säännöt, koska se on virallinen yhdistys. Hän näki asian niin, että osa huutosakin jäsenistä ei halua sitoutua sääntöihin. Tässä kohden on muistettava, että tämä oli vain yksittäisen henkilön näkemys ja asiaan vaikuttavat luultavasti monet muutkin seikat.

Edellä kerrotun ja haastatteluissa ilmitulleiden seikkojen pohjalta esitin kahdelle viimeiselle haastateltavalle väittämän, jonka mukaan JYPin faniyhteisön rakenne koostuu pienemmistä kaveriporukoista. Kysyin lisäksi, onko heidän mielestään yhtä suurta JYPin

faniyhteisöä olemassa. Haastateltavat 6 ja 7 myönsivät, että faniyhteisö rakentuu pienistä kaveriporukoista. Esimerkiksi haastateltava 6 luonnehti asiaa näin:

”Joo, rakentuu pienistä porukoista. Et kyl meilki on se pien porukka, mis meil on hyvä fiilis ja meki puhutaan keskenämme, et meiän porukka..”

He olivat yhtä mieltä siitä, että koko faniyhteisö ei ehkä toimi parhaalla mahdollisella tavalla.

”Kyl se varmaan vaikuttaa sillai ku kaikki kuitenkin kannustaa yhtä aikaa ja muuta, mut kyl mää enempi nään silleen, et siellä on niitä kaveriporukoita. Mut sit se, että onks se välttämättä kokonaisuudessaan, niin sit se ei oo. Mun mielestä voi ihan suoraan sanoa, et Jyväskylässä on jakautunu kahteen osaan fanit.” (Haastateltava 6)

”Suurin tekijä onkin varmaan se, että miten sais vähän isompaa siitä fanitoiminnasta, ettei se ois vaan tiettyjen kaveripiirien välistä juttua. Miten niitä voimavaroja käyttää ja miten sitä vois viiä eteenpäin, niin siinä on varmaan vielä aika lailla tekemistä.” (Haastateltava 7)

On varmastikin luonnollista, että faniyhteisössä on pieniä kaveriporukoita. Mielestäni tässä olisi kuitenkin selkeä mahdollisuus fanitoiminnan ja -aktiivisuuden kehittämiseen. Faniyhteisön yhteisöllisyyden tunteen kannalta voisi olla parempi, että Fan Club ja huutosakki yhdistyisivät. Aktiiviset jäsenet kokoaisivat näin voimansa ja toimisivat samalla suunnannäyttäjinä koko yhteisölle. Tämä luultavasti myös tehostaisi faniyhteisön toimintaa. Tuntuisi loogiselta ajatella, että yhdistyminen olisi kaikkien etu. On tietysti muistettava myös se, että fanit ovat loppujen lopuksi katsomossa yhden, yhteisen päämäärän vuoksi eli kannustamassa JYPiä.

”Kyllä mää näkisin sen kuitenkin niin, että vaikka on tavallaan huutosakki ja Fan Club periaatteessa erillään, että me ollaan yhtä isoo yhteisö. Se on mun mielestä sinällään ihan sama, onko joku niinku huutosakissa vai Fan Clubissa, ei sillä oo sinällään mitään merkitystä.” (Haastateltava 7)

8 POHDINTA

Tutkimustyön luotettavuus on yksi keskeisimmistä tieteellisyyden kriteereistä. Laadullisen tutkimuksen oppaissa luotettavuustarkastelut ovat hyvin erilaisia ja eri asioita painottavia. Tutkimusmenetelmien luotettavuutta käsitellään usein metodioppaissa käsitteiden reliabiliteetti ja validiteetti avulla. Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimustulosten toistettavuutta ja validiteetilla sitä, että on tutkittu sitä, mitä on luvattu tutkia. Laadullisen tutkimuksen piirissä näitä käsitteitä on kritisoitu pääasiassa siksi, että ne vastaavat vain määrällisen tutkimuksen tarpeisiin. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 134, 136.) Tutkimustulosteni toistettavuutta varmistin sillä, että lähetin jokaiselle fanille häneltä lainaamani sitaatit sekä niistä tekemäni tulkinnan ja pyysin tarkastamaan niiden oikeellisuuden. Näin varmistin sen, että tulkintani olivat osuneet oikeaan. Mielestäni tämä on erityisen merkityksellinen asia tutkimuksen luotettavuuden kannalta. Haastattelun ja haastattelu-tilanteen toistamisen osalta on haasteellista se, että haastateltava ei välttämättä vastaa kaikkiin esitettyihin kysymyksiin aina täysin samalla tavalla. Keskustelut tuskin etenevät samoja uria pitkin.

Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden lähtökohtana on tutkijan tiedostettu ja avoin subjektiivisuus. Luotettavuuden tärkein kriteeri on tutkijan rehellisyys. Luotettavuutta on tarkasteltava tutkimuksen jokaisen vaiheen kohdalla ja tehdyt ratkaisut on kyettävä perustelemaan. Laadullisessa tutkimuksessa voidaan käyttää triangulaatiota, joka tarkoittaa useiden näkökulmien hyödyntämistä tutkimuksen eri osa-alueilla. Triangulaatio ei sinänsä tee tutkimuksesta luotettavampaa, mutta esimerkiksi aineistosta voidaan saada sen avulla enemmän irti. (Liukkonen 2009; ks. myös Hirsjärvi ym. 2008, 227–228 sekä Hirsjärvi & Hurme 2001, 188–189.) Tuon pohdinnassa esille niitä perusteluja, joiden pohjalta olen erilaisia ratkaisuja tehnyt. Tutkimuksessani olen käyttänyt triangulaatiota lähinnä teorian osalta siten, että olen pohtinut asioita useiden lähteiden kautta. Aivan kaikissa työni osissa tämä ei ole toteutunut.

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida myös siitä näkökulmasta, vastaako tutkimusteksti todellisuutta. Laadullisen tutkimuksen validius merkitsee kuvauksen ja siihen liitettyjen selitysten sekä tulkintojen yhteensopivuutta (Hirsjärvi ym. 2008, 227). Täl-

löin puhutaan ulkoisesta validiteetista (Eskola & Suoranta 1999, 214). JYPin otteluissa käymällä on helppo havaita esimerkiksi se, että rummut ovat olennaisessa osassa JYPin fanikulttuurissa. Monet työssäni käsittelemät asiat ovat kuitenkin sellaisia, joiden tarkasteleminen todellisuudessa olisi vaatinut paljon lisää aika- ja talousresursseja. Tällöin on luotettava siihen, että haastateltava on puhunut totta.

Lisäksi pätevyyttä voidaan arvioida tutkimuksen rakenteen ja sisäisen loogisuuden kannalta eli ovatko esimerkiksi teoria, analyysi ja päätelmät johdonmukaisia. (Liukkonen 2009.) Tällöin on kyseessä sisäinen validiteetti (Eskola & Suoranta 1999, 214). Olen työssäni pyrkinyt käymään keskustelua aiemman tutkimuskirjallisuuden ja tutkimusaineistoni välillä. Monin paikoin ne ovat tukeneet toisiaan. Päätelmien johdonmukaisuutta on vaikeampi arvioida, koska päätelmien tekoon vaikuttaa aina tutkijan kokemusmaailma. Joku toinen olisi voinut nähdä jonkin asian eri tavoin kuin minä olen nähnyt.

Haastatteluaineiston luotettavuus riippuu sen laadusta, jolla tarkoitetaan muun muassa tallenteiden kuuluvuutta, litterointisääntöjen pysyvyyttä sekä luokittelun järjestelmällisyyttä (Hirsjärvi & Hurme 2001, 185). Haastatteluiden tallenteet olivat laadukkaita ja keskustelut kuuluivat niiltä selkeästi. Litteroin aineiston sanasanaisesti mahdollisimman tarkasti. Luokittelin aineiston niin, että keräsin jokaisen haastateltavan tiettyä asiakokonaisuutta käsitelleet vastaukset yhteen. Lisäksi etsin muualta aineistosta kyseiseen asiaan liittyneet kommentit ja liitin ne asiakokonaisuuden alle. Tämän jälkeen etsin mahdollisia yhtäläisyyksiä ja eroja vastausten välillä.

Haastatteluun voi sisältyä erilaisia virhelähteitä, jotka aiheutuvat niin haastattelijasta, haastateltavasta kuin tilanteesta kokonaisuutena. On esimerkiksi mahdollista, että haastateltava kokee haastattelun itseään uhkaavaksi tai pelottavaksi tilanteeksi. Haastattelun luotettavuutta voi heikentää myös se, että haastateltava antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia, jos haluaa esimerkiksi esiintyä hyvänä kansalaisena. (Hirsjärvi ym. 2008, 201.) Mielestäni haastattelutilanne oli kaikkien haastateltavien kanssa luonteva ja vuorovaikutus sujuvaa. Keneltäkään ei tarvinnut ”kaivaa” vastauksia vaan keskustelua syntyi helposti. Tämä johtui varmastikin siitä, että haastatteluissa ei keskusteltu esimerkiksi vaikeista henkilökohtaisista kysymyksistä tai ongelmista vaan fanit saivat puhua itselleen mielenkiintoisesta, mukavasta ja tärkeästä aiheesta. Mielestäni keskustelu oli avointa vuoropuhelua. Pyrin rakentamaan haastattelutilanteesta luontevan esimerkiksi siten, että

osoitin silloin tällöin omaa jääkiekkotietämystäni. Näin keskustelusta muodostui ikään kuin kahden asiantuntijan välinen vuoropuhelu.

Havainnoinnin avulla saadaan tietoa siitä, toimivatko ihmiset niin kuin he sanovat toimivansa, eli mitä todella tapahtuu. Sen avulla voidaan myös saada välitöntä tietoa yksilöiden tai ryhmien toiminnasta ja käyttäytymisestä. Havainnoinnin haittana voi olla se, että tutkija häiritsee tilannetta, jopa muuttaa sen kulkua. Haittana pidetään myös sitä, että tutkija saattaa sitoutua emotionaalisesti tutkittavaan ilmiöön, jolloin tutkimuksen objektiivisuus kärsii. Toisaalta kysymys objektiivisuudesta on periaatteellinen, koska tutkijan ennako-odotukset suuntaavat havainnointia jopa niin, että merkityksellisiä asioita voi jäädä huomaamatta (Eskola & Suoranta 1999, 103). Kuten olen aiemmin maininnut, olen käynyt katsomassa kolmen viimeisen kiekkokauden aikana noin 45 JYPin kotiottelua. En ole tehnyt systemaattista havainnointia, mutta olen pyrkinyt hyödyntämään työssä havaintojani. En ole sitoutunut emotionaalisesti JYPin kannattamiseen.

Vaikka itse seuraan ja kannatan toista joukkuetta, olen pyrkinyt käsittelemään JYP-faniutta objektiivisesti. Kuten olen edellä Grossbergiä lainaten todennut, tarkoitukseni ei ole ollut käsitellä omaa, toiseen joukkueeseen kohdistuvaa faniuttani. Se, että olen yleisemmin jääkiekkofani, on mielestäni helpottanut tutkimuksen tekemistä. Esimerkiksi aineiston kerääminen ja tulkinnan tekeminen on joiltain osin ollut helpompaa, kun minulla on ollut jonkinasteinen perustietämys yleisesti jääkiekkoon liittyvistä asioista. Tietämykseni JYPistä on kasvanut erityisesti sitä kautta, että olen itse toiminut JYPin junioreissa valmentajana.

Haastateltavien valinta tapahtui ikään kuin kolmen eri polun kautta. Otin ensin yhteyttä JYPin Fan Clubiin ja tiedustelin heidän kiinnostustaan osallistua tutkimukseen. Yksi johtohenkilöistä ilmoitti olevansa kiinnostunut. Tämän jälkeen käytin lumipallo-otantaa ja sainkin kaksi haastateltavaa lisää. Tiesin itse erään henkilön, joka oli JYPin fani ja pyysin hänet haastateltavaksi. Hänen kauttaan sain lumipallo-otannalla myös kaksi muuta haastateltavaa. Tutkimusta tehdessäni minulle selvisi, että JYPin faniyhteisössä on myös toinen aktiivisesti toimiva kannattajaryhmä, huutosakki. Halusin myös heidän näkökulmansa esille ja erään JYPin kotiottelun jälkeen menin huutosakin katso-monosaan ja kysyin heidän kiinnostustaan osallistua tutkimukseen. Yksi vetäjistä il-

moitti olevansa kiinnostunut tulemaan haastateltavakseni. Edellä mainittujen seikkojen lisäksi on mielestäni hyvä huomioda se, että vaikka käytin lumipallo-otantaa kahteen otteeseen, eivät näin valikoituneet haastateltavat kuuluneet kahteen tiettyyn kaveripiiriin.

Tutkittavien ikäjakaumaa tarkasteltaessa voidaan havaita, että se on suhteellisen suppea. Kaikki haastateltavat olivat iältään 20–30 vuotta. Tällöin voidaankin esittää kysymys siitä, olisiko esimerkiksi 15-vuotias tai 50-vuotias henkilö tuonut jotain uutta ja erilaista haastatteluaineistoon? Vastaus jää spekulointitasolle. Suurin osa JYPin Fan Clubin ja huutosakin jäsenistä on kyseiseen ikäluokkaan kuuluvia nuoria aikuisia. Mielestäni tästä näkökulmasta katsottuna oli perusteltua, että haastateltavat olivat kyseistä ikäluokkaa. Vaikka tutkimukseni tavoitteena ei ole yleistää asioita, eikä aineiston laajuus anna siihen oikeutta, voidaan ainakin joidenkin asioiden kohdalta todeta, että näinkin pienellä haastateltavamäärällä saavutettiin saturaatio eli aineiston kylläntymispiste. Kaikki fanit mainitsivat esimerkiksi, että rummut ovat JYPin faniyhteisön erityispiirre, asia, josta JYP-fanit tunnetaan. Toisaalta esimerkiksi faniuran kehittyminen tai fanirituaalit ovat yksilöllisiä asioita, joiden yleistämisen tavoittelu ei mielestäni ole järkevää, koska fanit ovat erilaisia ja toimivat eri tavoin. Lisäksi haastateltavien määrää pohdittaessa on muistettava työn tekemisen resurssien rajallisuus.

Crawfordin moraalista uraa voidaan silmäillä luotettavuuden kannalta siitä näkökulmasta, että faneille uran eri kohtien kriteerit voivat merkitä eri asioita. Esimerkiksi ”hyvä tietämys joukkueesta” voi jollekin toiselle merkitä eri asiaa kuin toiselle. Voiko kaksi vuotta JYPIä tiiviimmin seurannut tietää yhtä paljon joukkueesta kuin kahdeksan vuotta joukkuetta seurannut? Tämä näkökulma on hyvä tiedostaa faniuraan liittyviä asioita ja niiden luotettavuutta pohdittaessa. On kuitenkin myös muistettava se, että kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että heidän faniutensa on edennyt faniuraa mukailleen. Tämä tuo mielestäni faniuralle luotettavuutta.

Kuten tarkkaavainen lukija on varmasti huomannut, olen jättänyt muutamien haastattelurungossa mainittujen asioiden tarkastelun lähinnä tutkimuskirjallisuuden varaan. Syyinä tähän on se, että keräämäni aineiston perusteella olen nähnyt kokonaisuuden kannalta tarpeelliseksi keskittyä niihin asioihin, joita olen edellä tarkemmin käsitellyt. Aineistoa oli paljon ja työtä oli pakko rajata. Tällöin sellaiset asiat, jotka tuntuivat kokonaisuutta

ajatellen irrallisilta, jäivät tutkimuskirjallisuuden varaan. Esimerkiksi faniluokittelujen osalta vastaukset olivat erittäin hajanaisia ja mielestäni tämän vuoksi oli perusteltua keskittyä tarkemmin faniuran käsittelyyn.

Faniuden määrittely on haastavaa, koska se on ilmiönä niin moniulotteinen. Tarkoitukseni oli kyseisessä luvussa tuoda esille myös se, millaisena haastattelemanani fanit itse faniuden näkevät. Myös he määrittelivät faniutta useista eri näkökulmista. Loppujen lopuksi tärkeintä lienee se, että fani tuntee itse olevansa fani, sellaisena kuin on.

Faniuteen sosiaalistuminen oli tapahtunut haastattelemieni fanien mukaan monin eri tavoin. Mielenkiintoista sosiaalistumisessa oli mielestäni se, että sosiaalistuminen saattoi tapahtua ikään kuin samanaikaisesti vaikuttavien sosialisatiotekijöiden kautta. Lisäksi sosialisatioon vaikuttavat tekijät olivat merkitykseltään eritasoisia. Esimerkiksi joukkueen valinnan taustatekijöistä ratkaiseva ei välttämättä ollutkaan kodin antama kasvatus. Olisi mielenkiintoista tutkia laajemmin sitä, tapahtuuko faniuteen sosiaalistuminen yleisesti Suomessa eri tavoin kuin vaikkapa brittiläisessä jalkapallokulttuurissa, jossa kotona kannatettu joukkue usein valikoituu fanin suosikkijoukkueeksi.

Fanitoiminnan osalta ottelutapahtuma näyttäytyi merkityksellisenä tapahtumana faneille niin yhteisöllisen ulottuvuuden kuin myös kokemusten ja rituaalien kautta. Samanhenkisten ihmisten kokoontuessa yhteen voi yhteishenki ja tunnelma olla lähes ”käsin kosketeltava”. Ottelussa fanit pääsevät kokemaan ja näkemään suosikkijoukkueensa samassa ajassa ja tilassa. Fanitoiminnan ja faniuden yhteisöllisyyden ulottuvuuden kannalta merkittävää on esimerkiksi se, että internet on mahdollistanut jatkuvan fanitoiminnan. Fanien virtuaalisissa yhteisöissä, kuten Jatkoajan JYP-osiossa, voidaan jakaa omia mielipiteitä julkisesti muiden samasta asiasta kiinnostuneiden kanssa, tosin nimimerkin takaa. Osallistuminen on helppoa, jokainen voi tehdä sen omalta kotisohvaltaan. Myös erilaiset sosiaaliseen mediaan liittyvät välineet, kuten Facebook, on otettu joukkueiden taholta viime aikoina yhä aktiivisempaan käyttöön. Voisi ennustaa, että niiden merkitys erityisesti tiedonjakelukanavana lisääntyy tulevaisuudessa.

Laadullisen tutkimuksen yhteydessä tulosten tai tulkintojen tilastollinen yleistäminen ei ole mahdollista. Esimerkiksi kulttuurintutkimuksen piirissä tutkimuksen tarkoituksena on lähtökohtaisesti vanhojen ajatusmallien kyseenalaistaminen, ei niinkään omien hypo-

teesien oikeellisuuden todistelu (Alasuutari 1999, 234). Yksittäistä ilmiötä tai tapausta kuvattaessa olennaista on perehtyä syvällisesti kyseiseen ilmiöön. Tapauksen monipuolinen erittely sisältää aineksia yleistykseen esimerkiksi hyvän tutkimuskuvauksen tai onnistuneen käsitteellistämisen kautta. Yleistämisestä on mahdollista puhua laadullisen tutkimuksen yhteydessä siirrettävyytenä. Siirrettävyydellä tarkoitetaan teoreettisten käsitteiden yleistämistä tai tutkimuksen havaintojen soveltumista toiseen toimintaympäristöön eli toiseen tapaukseen. (Eskola & Suoranta 1999, 65, 68.) Onkin mahdollista pohdita, voisiko jokin työssä esittämäni ulottuvuus esiintyä vastaavanlaisena jossain toisessa faniyhteisössä. Tutkimuskirjallisuuden ja oman aineistoni välillä on yhtymäkohtia, joissa molemmat tukevat toisiaan. Tarkempi analysointi vaatisi kuitenkin vielä syvällisempää perehtymistä ilmiöön.

Jatkossa JYP-faniuden tarkasteluun olisi mielenkiintoista lisätä seuran näkökulma. Miten JYP-fanius nähdään seuran toimistolta, miten tärkeänä sitä pidetään ja mitä seura on valmis tekemään jyväskyläläisen jääkiekkofanikulttuurin edistämiseksi? Häiriökäyttäytymiseen liittyen olisi äärimmäisen mielenkiintoista tutkia viime vuosina pinnalle nousseita ääriyhmittymiä. Millaiset ovat niiden toimintaperiaatteet ja millaisia henkilöitä niihin kuuluu? Onko ryhmittymillä valtahierarkioita?

Lisäksi eri joukkueiden faniyhteisöjen tutkimus mahdollistaisi näiden faniyhteisöjen vertailun. Eroavatko faniyhteisöt toisistaan, millä tavoin ja miksi? Millaisia ovat eri faniyhteisöjen erityispiirteet? Tällaisiin tutkimuksiin tarvittaisiin luonnollisesti laajempaa tutkimusjoukkoa.

Palaan lopuksi vielä alussa esittämäni tuokiokuvaan. Perjantaina 17.9. pelattu kauden 2010–11 ensimmäinen runkosarjaottelu Jyväskylässä päättyi JYPin 2-1 voittoon Oulun Kärpistä.

LÄHTEET

- Alasuutari, P. 1999. Laadullinen tutkimus. Jyväskylä: Vastapaino.
- Andersson, T. & Radmann, A. 1998. Football fans in Scandinavia: 1900–97. Teoksessa A. Brown (toim.) *Fanatics! Power, identity and fandom in football*. London: Routledge, 141–157.
- Antikainen, A., Rinne, R. & Koski, L. 2006. *Kasvatussosiologia*. Helsinki: WSOY.
- Anttila, A. 2001. “Hunajata, hunajata”. TPS:n suuri yleisö. Teoksessa A. Anttila & H. Ruonavaara (toim.) *Jääkiekkoilta Turussa. Tutkielmia kiekkoyleisöstä*. Turun yliopisto. Sosiologian laitos. Turku: Kirja-Aurora, 42–76.
- Anttila, A. & Ruonavaara, H. 2001. Johdatus jääkiekkoyleisön tutkimiseen. Teoksessa A. Anttila & H. Ruonavaara (toim.) *Jääkiekkoilta Turussa. Tutkielmia kiekkoyleisöstä*. Turun yliopisto. Sosiologian laitos. Turku: Kirja-Aurora, 6–15.
- Armstrong, G. 1998. *Football hooligans. Knowing the score*. Oxford: Berg.
- Armstrong, G. & Young, M. 1997. Legislators and Interpreters: The law and “football hooligans”. Teoksessa G. Armstrong & R. Giulianotti (toim.) *Entering the field: New perspectives on world football*. Oxford: Berg, 175–191.
- Bale, J. 2003. *Sports geography*. London: Routledge.
- Bauman, Z. 2001. *The individualized society*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. 1985. *Sosiologian kysymyksiä*. Tampere: Vastapaino.
- Carron, A., Hausenblas, H. & Eys, M. 2005. *Group dynamics in sport*. Third edition. Morgantown: Fitness Information Technology.
- Crawford, G. 2004. *Consuming sport. Fans, sport and culture*. Oxon: Routledge.
- Crawford, G. 2003. The career of the sport supporter. The case of Manchester Storm. *Sociology* 37 (2), 219–237.
- Crawford, G. 2001. Characteristics of a British ice hockey audience. *Major*

findings of the 1998 and 1999 Manchester Storm ice hockey club supporter surveys. *International Review for the Sociology of Sport* 36 (1), 71–81.

Durkheim, E. 1985. *Itsemurha*. Helsinki: Tammi.

Durkheim, E. 1980. *Uskontoelämän alkeismuodot*. Helsinki: Tammi.

Durkheim, E. 1961. *Moral education*. New York: The Free Press of Glencoe.

Eskola, J. & Suoranta, J. 1999. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Jyväskylä: Vastapaino.

Finn, G. 1994. Football violence. A societal psychological perspective. Teoksessa R. Giulianotti, N. Bonney & M. Hepworth (toim.) *Football, violence and social identity*. London: Routledge, 87–122.

Gaffney, C. & Bale, J. 2004. Sensing the stadium. Teoksessa P. Vertinsky & J. Bale (toim.) *Sites of sport. Space, place, experience*. London: Routledge, 25–38.

Giddens, A. 1991. *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.

Giulianotti, R. 2002. Supporters, followers, fans, and flaneurs – A taxonomy of spectator identities in football. *Journal of Sport and Social Issues* 26 (1), 25–46.

Goig, R. L. 2007. Jalkapalloväkivalta Espanjassa. Teoksessa H. Itkonen & A. Nevala (toim.) *Kuningaspelin kentät*. Helsinki: Gaudeamus, 166–172.

Grossberg, L. 1995. *Mielihyvän kytkennät. Risteilyjä populaarikulttuurissa*. Tampere: Vastapaino.

Hall, S. 1999. *Identiteetti*. Tampere: Vastapaino.

Heinilä, K. 2001. *Terve sielu terveessä ruumiissa?* Jyväskylä: Kopijyvä.

Heinilä, K. 2000. Mikä on urheilun viihteellinen merkitys? Teoksessa M. Miettinen (toim.) *Haasteena huomisen hyvinvointi. Miten liikunta lisää mahdollisuuksia? Liikunnan yhteiskuntatieteellinen perustelu II. Tutkimuskatsaus. Liikunnan ja kansanterveyden julkaisuja 124*. Jyväskylä: LIKES, 287–308.

- Heinilä, K. 1985. Penkkiurheilun viehätyös. Teoksessa A. Arponen & O. Pekkanen (toim.) Urheilun tulevaisuus. Helsinki: SVUL, 77–84.
- Heinonen, H. 2007. Jalkapalloa katsomassa – Karnevalismia, vastarintaa ja performatiivisuutta. Teoksessa H. Itkonen & A. Nevala (toim.) Kuningaspelin kentät. Helsinki: Gaudeamus, 131–146.
- Heinonen, H. 2005. Jalkapallon lumo. Tutkimus suomalaisesta Everton-faniudesta. Jyväskylä: Atena.
- Herkman, J. 2007. Kriittinen mediakasvatus. Tampere: Vastapaino.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Helsinki University Press.
- Hornby, N. 2000. Hornankattila. Suom. J. Jääskeläinen. Juva: WSOY.
- Itkonen, H. 2002. Sport and civil society. Sociological perspectives. Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Itkonen, H. 2000. Liikunnan kansalaistoimijoiden kulttuurinen merkityksenanto. Teoksessa H. Itkonen, J. Heikkala, K. Ilmanen & P. Koski (toim.) Liikunnan kansalaistoiminta. Muutokset, merkitykset ja reunaehdot. Liikuntatieteellisen Seuran julkaisu nro 152. Tampere: Liikuntatieteellinen Seura, 155–170.
- Itkonen, H. 1999. Kilpakenttien kapinalliset. Liikuntatieteellisen Seuran IMPULSSI XVII. Tampere: Liikuntatieteellinen Seura.
- Itkonen, H. 1996. Kenttien kutsu. Tutkimus liikuntakulttuurin muutoksesta. Tampere: Gaudeamus.
- Itkonen, H. 1994. Mitta hihassa, piikki lihassa. Urheiluvilpin esitutkinta. Liikuntatieteellisen Seuran IMPULSSI VI. Tampere: Liikuntatieteellinen Seura.
- Itkonen, H., Ilmanen, K., Matilainen, P. & Jaskari, L. 2008. Media urheilun tulkkina ja tekijänä. Jyväskylän yliopisto. Liikuntatieteiden laitos. Tutkimuksia 1/2008. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

- Itkonen, H. & Nevala, A. 2007. Jalkapallo, tulevaisuus, tutkimus. Teoksessa H. Itkonen & A. Nevala (toim.) Kuningaspelin kentät. Helsinki: Gaudeamus, 241–248.
- Jenkins, H. 2006. Fans, bloggers, and gamers. Exploring participatory culture. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. 1992. "Strangers no more, we sing": Filking and the social construction of the science fiction fan community. Teoksessa L. A. Lewis (toim.) The adoring audience. Fan culture and popular media. London & New York: Routledge, 208–236.
- Kalliala, E. & Toikkanen, T. 2009. Sosiaalinen media opetuksessa. Tampere: Oy Finn Lectura Ab.
- Karpovich, A. 2006. The audience as editor. The role of beta readers in online fan fiction communities. Teoksessa K. Hellekson & K. Busse (toim.) Fan fiction and fan communities in the age of the internet. New essays. Jefferson: McFarland, 171–188.
- Kokkonen, J. 2008. Kansakunta kilpasilla. Urheilu nationalismin kanavana ja lähteenä Suomessa 1900–1952. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Kokkonen, J. 2003. Kansakunnat kilpasilla. Urheilu ja nationalismi. Liikuntatieteellisen Seuran IMPULSSI XXII. Helsinki: Liikuntatieteellinen Seura.
- Kujanpää, V. 2007. Jalkapallohuliganismi – Työväenluokan aggressiosta organisoiduksi toiminnaksi. Teoksessa H. Itkonen & A. Nevala (toim.) Kuningaspelin kentät. Helsinki: Gaudeamus, 147–154.
- Lehtonen, H. 1990. Yhteisö. Tampere: Vastapaino.
- Liebkind, K. 1988. Me ja muukalaiset. Ryhmäraajat ihmisten suhteissa. Helsinki: Gaudeamus.
- Maffesoli, M. 1995. Maailman mieli. Yhteisöllisen tyylin muodoista. Tampere: Gaudeamus.
- McDonald, M., Milne, G. & Hong, J. 2002. Motivational factors for evaluating sport spectator and participant markets. *Sport Marketing Quarterly* 11 (2), 100–113.

- Metsämuuronen, J. 2006. Metodologian perusteet ihmistieteissä. Tutkimusasetelma ja otanta. Teoksessa J. Metsämuuronen (toim.) Laadullisen tutkimuksen käsikirja. Jyväskylä: International Methelp.
- Nikunen, K. 2008. Televisiofanisuus – verkon varassa? Teoksessa K. Nikunen (toim.) Fanikirja. Tutkimuksia nykykulttuurin fani-ilmiöistä. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 96. Vaajakoski: Jyväskylän yliopisto, 184–199.
- Nikunen, K. 2005. Faniuden aika. Kolme tapausta televisio-ohjelmien faniudesta vuosituhannen taitteen Suomessa. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Paavola, S. 2006. Katsomoväkivalta. Teoksessa K. Aaltonen (toim.) Urheilun ja liikunnan oikeus käytännössä. Pieksämäki: Tietosanoma.
- Ross, S. & Szymanski, S. 2008. Fans of the world, unite! A (capitalist) manifesto for sports consumers. Stanford: Stanford University Press.
- Ruonavaara, H. 2001. Jääkiekko ja paikallinen identiteetti. Teoreettisia lähtökohtia ja empiirisiä havaintoja. Teoksessa A. Anttila & H. Ruonavaara (toim.) Jääkiekkoilta Turussa. Tutkielmia kiekkoyleisöstä. Turun yliopisto. Sosiologian laitos. Turku: Kirja-Aurora, 16–41.
- Saaristo, K. & Jokinen, K. 2004. Sosiologia. Helsinki: WSOY.
- Spaaij, R. 2007. Football hooliganism in the Netherlands: Patterns of continuity and change. Teoksessa S. Brown (toim.) Football fans around the world. From supporters to fanatics. Abingdon: Routledge, 154–172.
- Taira, T. 2008. Fanius ja uskonto. Teoksessa K. Nikunen (toim.) Fanikirja. Tutkimuksia nykykulttuurin fani-ilmiöistä. Vaajakoski: Gummerus, 121–141.
- Tiihonen, A. 1994. Urheilussa kilpailevat maskuliinisuudet. Teoksessa J. Sipilä & A. Tiihonen (toim.) Miestä rakennetaan, maskuliinisuuksia puretaan. Jyväskylä: Vastapaino, 229–251.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Unruh, D.R. 1979. Characteristics and types of participation in social worlds. *Symbolic Interaction* 2 (2), 115–130.

Wann, D. L. 1997. *Sport psychology*. United States of America: Prentice-Hall.

Wann, D. L., Melnick, M. J., Russell, G.W. & Pease, D.G. 2001. *Sport fans. The psychology and social impact of spectators*. London: Routledge.

Verkkolähteet

Bovellan, J. 2007. Ritareita loppuun saakka. Etnologinen tutkimus Hämeenlinnan Pallokerhon faneista ja faniuden merkityksestä. Historian ja etnologian laitos, Jyväskylän yliopisto, Etnologiatieteet/etnologia. Pro gradu -tutkielma. Saatavilla www-muodossa <URL: https://jyx.jyu.fi/dspace-webapp/bitstream/123456789/8106/1/URN_NBN_fi_jyu-2007208.pdf> (luettu 4.5.2009).

JYP 2010. JYP mukana myös sosiaalisessa mediassa. Saatavilla www-muodossa <URL: http://jypliiga.fi/index.php?option=com_content&view=article&id=2386:jyp-mukana-myoes-sosiaalisessa-mediassa&catid=19:uutiset&Itemid=48> (luettu 19.11.2010).

JYP Fan Club 2010. JYP Fan Clubin tehtävät. Saatavilla www-muodossa <URL: http://www.jypliiga.fi/index.php?option=com_content&view=article&id=30&Itemid=45> (luettu 4.11.2010).

KIHU 2009. Kilpa- ja huippu-urheilun tutkimuskeskus. Huippu-urheilun faktapankki. Jääkiekon SM-liigalla suurimmat yleisömäärät miesten palloilusarjoissa. Saatavilla www-muodossa <URL: <http://www.kihu.fi/faktapankki/faktaalueet/tulostus.php?id=124&otsikko=Tapahtumat>> (luettu 25.3.2010).

Ultras Jokerit 2010. 29.10.2010 Ultras Jokerit 2004-2010 RIP. Saatavilla www-muodossa <URL: <http://www.ultrasjokerit.com/RIP/>> (luettu 31.10.2010).

World News 2010. Poliisi-tv. Jokerifanit. Saatavilla www-muodossa <URL:
<http://wn.com/PoliisiTV-jokerifanit>> (katsottu 19.11.2010).

Painamattomat lähteet

Liukkonen, J. 2009. Kvalitatiivisen aineiston hankinta ja analysointi. Luentomateriaali.

LIITTEET

Liite 1: Teemahaastattelurunko

Liite 2: Faniura

Liite 1.

Teemahaastattelurunko

1. Taustatiedot

- Ikä, koulutus/ammatti, asuinkunta aiemmin ja nyt
- Suhde jääkiekkoon ja JYPiin - kauanko olet seurannut JYPiä, seuraatko muita jääkiekkosarjoja/lajeja kuin SM-liigaa, oletko/oletko ollut jonkin muun joukkueen (esim.jalkapallo) kuin JYPin fani, miksi urheilu yleensä kiinnostaa sinua?

Teemat

2. Fanin moraalinen ura ja sosiaalistuminen JYPin faniksi

- Miten sinusta tuli fani?
- Kumpi on sinulle tärkeämpää, JYPin joukkue ja sen menestys vai yksilöt ja heidän menestyksensä? Seuraatko enemmän joukkuetta vai jotain pelaajaa? Onko sinulla suosikkipelaaja tai -pelaajia, kuka/ketkä?
- Miten jääkiekkofanina olo yleisesti ottaen on muuttunut faniutesi aikana?
- Miten olet itse muuttunut fanina?
- Millainen on mielestäsi tyypillinen JYP-fani?
- Anttilan TPS-kannattajista tekemän luokituksen ja Giulianottin fanijaottelun esittely. Tunnistaako fani kuuluvansa johonkin luokkaan tai tunnistaako hän yleensä luokituksesta itseensä sopivia piirteitä? Tunnistaako hän JYPin yleisöstä samankaltaisia katsojatyyppejä?
- Crawfordin fanin moraalisen uran esittely. Tunnistaako fani olevansa jossain tietyssä vaiheessa uraa? Tunnistaako hän faniurakehityksessään samankaltaisia piirteitä kuin Crawford on hahmotellut?

3. Fanitoiminnan kuvaus

- Miten fanius näkyy arjessasi?
- Omistatko fanirekvisiittaa?
- Millaista fanitoimintasi on?
- Mitä viestintävälineitä käytät fanitoiminnassa?
- Paljonko aikaa käytät fanitoimintaan esimerkiksi viikossa?
- Otteluiden seuraaminen (missä/miten, kuinka usein (koti/vieras), kenen kanssa/yksin)

- Millaisia ”pelirutiineja” sinulla on?
- Mikä on hienointa pelitapahtumassa, millaisia ovat huippukokemuksesi jääkiekkofanina?
- Mitä fanius mielestäsi on? Mikä merkitys faniudella on sinulle?
- Oletko huomannut häiriökäyttäytymistä fanien keskuudessa? Millaista se on ollut?

4. Faniuden yhteisöllinen ulottuvuus

- Seuraatko median kautta tapahtuvaa JYP-aiheista keskustelua? Jos seuraat, miten osallistut? (lukeminen, kirjoittelu) Seuraatko/kommentoitko muita kuin JYPiin liittyviä asioita esimerkiksi SM-liigan osalta, mitä?
- Missä ja miten JYP-fanien keskustelu tapahtuu?
- Millaisia ystäviä olet saanut JYP-faniuden kautta?
- Millainen on kaveripiirisi (sosiaalinen verkosto) ja millaisessa roolissa muut JYP-fanit ovat siinä? Vietättekö aikaa yhdessä muuten kuin peleissä, liittyykö toiminta aina jääkiekkoon?
- Fan Club/huutosakki (Miksi kuulut, kuinka aktiivinen jäsen olet, osallistutko fan clubin/huutosakin järjestämiin tapahtumiin, miten tärkeänä pidät Fan Clubia/huutosakkia, miksi?)
- Millainen asema sinulla on JYPin faniyhteisössä? Miten todellisen fanin asema saavutetaan? Onko mielestäsi faniudessa/asemassa eroja yleisesti fanien tai sukupuolten välillä, millaisia eroja?
- Millaisena olet kokenyt JYP-fanien ja muiden joukkueiden fanien välisen Me/Te – erottelun? Onko se vahvaa? Ovatko jonkin joukkueen fanit syystä tai toisesta jääneet mieleen? Millainen on JYP-fanikulttuuri? Millainen toivoisit sen olevan?

Jäikö jotain sanomatta?

Liite 2. Faniura, Crawfordia (2004) mukaillen.

-fani suhteellisen pitkään

-fanius suhteellisen

tärkeää

-säännöllinen

otteluiden seuranta

(tv/live)

kiinnostus

innostuminen

-hyvä tietämys lajista,

joukkueesta, historiasta

-merkittävä osa arkea

ja identiteettiä

- usein miespuolinen

omistautuminen

-seuran

palveluksessa

-markkinointi

koneisto

suuri yleisö

sitoutuminen

ammattilaisuus

-valtaosa yleisöstä

-pieni kiinnostus lajia tai

joukkuetta kohtaan

-faniryhmän johtaja

-fanilehden toimittaminen

-tietämys yksityiskohtaista

-olleet kauan faneja