

YHTEISEKSI HYVÄKSI:

Keskisuomalaisten urheiluseurojen näkemykset hyväntekeväisyydestä, sen toteuttamisesta ja vaikutuksista

Minna Hirvonen

Liikunnan yhteiskuntatieteiden
pro gradu -tutkielma
Kansalaisyhteiskunnan
asiantuntijuuden maisteriohjelma
Liikuntakasvatuksen laitos
Liikuntatieteellinen tiedekunta
Jyväskylän yliopisto
Syksy 2016

TIIVISTELMÄ

Minna Hirvonen (2016). Yhteiseksi hyväksi: Keskisuomalaisten urheiluseurojen näkemykset hyväntekeväisyydestä, sen toteuttamisesta ja vaikutuksista. Liikuntakasvatuksen laitos, Jyväskylän yliopisto, liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkielma. 69 sivua, 4 liitettä.

Urheilua pidetään suurena ja vaikutusvaltaisena organisaationa. Urheiluseurat voivat omalla toiminnallaan osallistua hyvän tekemiseen yhteiskunnassa. Hyväntekeväisyys on kuitenkin muuttunut aiempaa haastavammaksi ja se on saanut myös uusia muotoja. Tutkielmassani tarkastelen keskisuomalaisten urheiluseurojen edustajien näkemyksiä hyväntekeväisyydestä, sen toteuttamisesta ja vaikutuksista. Käsittelen sitä, mitkä tekijät edistävät hyväntekeväisyyttä ja mikä hyväntekeväisyyteen osallistumisessa on urheiluseuroille tärkeää. Tutkimuskohteena olevat urheiluseurat toimivat muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta Jyväskylän alueella.

Urheiluseurojen tekemää hyväntekeväisyyttä voidaan tutkimuskohteena tarkastella useiden tieteenalojen lähtökohdista. Tutkielmani sijoittuukin sekä liikuntatieteelliseen että kansalaisyhteiskuntaa tarkastelemaan tutkimuskenttään. Työni teoreettinen viitekehys rakentuu urheiluseuratoiminnasta ja hyväntekeväisyydestä sekä Maussin lahjateoriasta. Toteutin tutkielmani laadullisena tutkimuksena ja keräsin tutkimusaineistoni kaksivaiheisena prosessina. Ensimmäisessä vaiheessa keräsin aineiston (n=30) verkkolomakkeella tehdyllä taustakyselyllä ja analysoin tausta-aineiston yksinkertaisella luokittelulla. Toisessa vaiheessa tutkimusaineistoni (n=11) koostui tutkimuksen kannalta tarkempaa tietoa antavista puolistrukturoiduista teema-haastatteluista. Analysoin haastatteluaineiston aineistolähtöistä sisällönanalyysiä soveltaen.

Kyselyyn vastanneiden urheiluseurojen keskuudessa yleisimmät tavat osallistua hyväntekeväisyyteen olivat alennettujen harrastusmaksujen tarjoaminen sekä tavaroiden ja ajan tai palveluiden lahjoittaminen. Myös hyväntekeväisyystapahtumiin osallistuminen oli kyselyn perusteella melko yleistä. Haastateltavat puolestaan mielsivät hyväntekeväisyyden yleisesti sekä aineelliseksi että aineettomaksi avun tarjoamiseksi muille. Haastatteluaineiston perusteella keskeistä hyväntekeväisyyskohteen valinnassa on tuen tarpeellisuus. Haastateltavien mukaan hyväntekeväisyyden on myös oltava linjassa seuran oman strategian ja vision kanssa.

Hyväntekeväisyyttä edistäviksi tekijöiksi mainittiin erityisesti riittävät resurssit. Sekä taloudelliset että henkilöstöresurssit tulee olla kunnossa. Haastateltavat korostivat sitä, että seuran perustoiminnan on oltava vakaalla pohjalla. Hyväntekeväisyyden mahdollistaviksi tekijöiksi koettiin myös seuratoimijoiden verkostoituminen ja laajan tukiverkoston muodostaminen. Haastateltavien suurimmat hyväntekeväisyyteen kohdistuvat odotukset liittyivät kaikkien osapuolten tyytyväisyyteen ja mielihyvän saamiseen itselle. Hyväntekeväisyyteen osallistumisessa koettiin tärkeäksi hyväntekeväisyyskohteen saama näkyvyys ja tiedon levittäminen. Haastateltavat mainitsivat odottavansa myös jonkinlaista vastavuoroista hyötyä seuralle. Suurimmiksi hyväntekeväisyydestä saaduiksi hyödyiksi seurat kokivat positiivisen imagon kehittämisen, näkyvyyden lisääntymisen sekä arvostuksen saamisen.

Urheiluseurojen hyväntekeväisyystoimintaa tarkasteleva tutkimus auttaa huomioimaan paremmin urheiluseurojen monimuotoisen toiminnan. Tutkielmani avaa myös suomalaista hyväntekeväisyyttä ja sen luonnetta aiemmin vähän tutkitusta näkökulmasta.

Avainsanat: Urheiluseura, urheiluseuratoiminta, hyväntekeväisyys, yhteinen hyvä

ABSTRACT

Minna Hirvonen (2016). For the Common Good: Sports clubs and their perceptions on charity, its implementation, and impacts in Central Finland. Department of Sport Sciences, University of Jyväskylä, Master's thesis in Social Sciences of Sport. 69 pages, 4 appendices.

Sports can be considered as a large and influential organization. Sports clubs may contribute to the common good in a variety of ways. What is perceived as charity, however, is constantly changing. In my master's thesis I examine the sports clubs' perceptions on charity and philanthropy as well as their implementations and impacts. The purpose of this study is to describe the factors influencing and enabling the participation in charitable activities. The clubs studied are located mainly in Jyväskylä region, Central Finland, with a few exceptions.

My thesis is a combination of both sport sciences and the research of civil society. The theoretical framework of the study is based on sports activities, charity and Mauss's gift theory. The thesis is based on a qualitative approach. I collected my data through a two-step process. During the first phase I collected the data (n=30) through a web-based questionnaire. I categorized the background material for a simple classification. During the second phase of the research, I collected the data (n=11) through semi-structured interviews (SSI). I analyzed the interview data through the methods of data-driven content analysis.

The agents from the sports clubs mentioned the reduction of hobby provisions and voluntary participation as important ways of doing charity. Participating in charitable events was also considered as a common form of charity. The interviewees perceived philanthropy in general as both material as well as non-material assistance. One central criteria for charitable assistance was the subjects need for charity. According to the interviewees the subject of charity has match the strategy and vision of the club.

The availability of resources was mentioned as a necessity for philanthropy. Both financial and human resources are needed before the club can get involved with the charity. The interviewees emphasized, inter alia, that the basic operation of the club must be on solid ground. Networks between different agents were also seen as a precondition for charity. The interviewees expected charity to be a win-win situation: the satisfaction of both the providers and receivers of charity was considered to be important. Also the visibility of the charity was considered to be a central criterion for charity. Furthering a positive image and visibility of the club were perceived as the most important advantages of providing charity.

Focusing on the charity of sports clubs enables to understand the variety of sport club activities in a more comprehensive manner. My research focuses on an often neglected aspect of Finnish charity.

Key words: Sports club, sports activity, charity, common good

SISÄLLYSLUETTELO

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

| | |
|--|----|
| 1 JOHDANTO..... | 1 |
| 1.1 Tutkimuksen tausta..... | 1 |
| 1.2 Tutkimuksen teoreettiset käsitteet | 2 |
| 1.3 Aikaisempi tutkimus hyväntekeväisyydestä | 4 |
| 1.4 Tutkimuksen eteneminen | 6 |
| 2 URHEILUSEURATOIMINTA..... | 7 |
| 2.1 Urheiluseurat kansalaistoimijoina..... | 7 |
| 2.2 Urheiluseurat suomalaisessa liikuntakulttuurissa | 7 |
| 2.3 Liikunta- ja seurakulttuurin muutos ja jaottelu..... | 9 |
| 3 HYVÄNTEKEVÄISYYS JA AUTTAMINEN | 12 |
| 3.1 Altruismi | 12 |
| 3.2 Auttaminen..... | 12 |
| 3.3 Hyväntekeväisyys | 14 |
| 3.4 Hyväntekeväisyys ja urheilu | 16 |
| 4 LAHJATEORIA | 19 |
| 4.1 Lahja | 19 |
| 4.2 Lahjan antaminen..... | 20 |
| 4.3 Lahjan vastavuoroisuus..... | 24 |
| 5 TUTKIMUKSEN TARKOITUS JA TUTKIMUSAINEISTO | 28 |
| 6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS..... | 30 |
| 6.1 Aineistonkeruun suorittaminen | 30 |
| 6.2 Aineiston analyysin eteneminen | 32 |
| 7 TUTKIMUSTULOKSET | 39 |
| 7.1 Taustakyselyn tulokset..... | 39 |

| | |
|--|----|
| 7.2 Aitoa hyvää avun tarpeessa oleville itseä hyödyttämättä | 40 |
| 7.3 Käytössä olevilla resursseilla toimimista..... | 43 |
| 7.4 Tavoitteena kaikkien osapuolten tyytyväisyys ja jonkinlaisen hyödyn saanti | 46 |
| 7.5 Imagon kohotus ja yleishyödyllisyys suuren yleisön sekä arvostuksen avulla | 49 |
| 7.6. Yhteenveto tuloksista ja johtopäätökset | 51 |
| 8 POHDINTA..... | 54 |
| 8.1 Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus | 57 |
| 8.2 Jatkotutkimusehdotukset..... | 60 |
| LÄHTEET | 61 |
| LIITTEET | |

Kysely keskisuomalaisten urheiluseurojen harjoittamasta hyväntekeväisyydestä
Saatekirje
Haastattelurunko
Suostumus tutkimukseen osallistumisesta (haastatteluun)

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen tausta

Urheilua voidaan pitää yhtenä suurena organisaationa ja se liittyy monissa Euroopan maissa merkittävimpiin vapaaehtoisjärjestöihin. Urheilujärjestöt ovat myös kokonsa puolesta vaikutusvaltaisia. (Seippel 2008.) Urheilulla on ainutlaatuinen asema yhteiskuntavastuun tehokkaassa ja vaikuttavassa toteuttamisessa maailmanlaajuisesti eri yhteisöissä (McGowan & Mahon 2015). Urheilun ainutlaatuinen rooli yhteiskunnassa voi yhdessä urheilun sosiaalisen vastuullisuuden kanssa johtaa suuriin yhteiskunnallisiin etuihin (Walters 2009). Urheilu tarjoaa sillan sosiaalisten ja taloudellisten puitteiden yhdistämiselle sekä mahdollisuuden parantaa elämänlaatua. Urheilun kautta voidaan myös kannustaa suuria ja kannattavia yrityksiä osallistumaan hyvän jakamiseen. (Smith & Westerbeek 2007.)

Urheiluseurat osallistuvat hyväntekeväisyyteen monin eri tavoin. Viime vuosien aikana urheiluseurat ovat muun muassa järjestäneet hyväntekeväisyysotteluita ja varusteiden huutokauppoja sekä osallistuneet hyväntekeväisyyskampanjoihin. Hyväntekeväisyystapahtuminen tuotto on lahjoitettu valitulle hyväntekeväisyyskohteelle. (Ks. esim. Zoom 2013; AP 2015; Männistö 2015; Tapatumainfo 2015.) Hyväntekeväisyydellä onkin jo vakiintunut merkitys osana suomalaista urheilutoimintaa. Esimerkiksi Suomen Urheilugaalassa jaettava Urheilun hyväntekijä-palkinto kertoo hyväntekeväisyystoiminnan arvostamisesta osana urheilijoiden ja urheilujärjestöjen toimintaa. Palkinnon saajaksi valitaan kansallinen tai kansainvälinen hyväntekeväisyyssektori, joka on tehty urheilussa tai urheilun avulla. Palkintona on raha-avustus, joka annetaan palkinnon saajan valitseman hyväntekeväisyyskohteen kehittämiseen. (Suomen Urheilugaala s.a.)

Liikunta ja urheilu koskettavat jollakin tavalla suurta osaa suomalaisista. Yhdistysrekisterin mukaan Suomessa on kaikkiaan noin 20 000 liikuntatoimintaan liittyvää yhdistystä. Kunnallisten järjestelmien kautta operoi noin 6 000–7 000 seuraa ja kuntien viranhaltijoiden näkemysten mukaan seuroja on noin 10 000. (Valtion liikuntaneuvosto 2013.) Liikuntaseurojen vapaaehtoistoiminnassa on mukana noin 600 000 aikuista ja urheilun suur tapahtumat keräävät televisiokatsojiksi miljoonayleisöjä (Heikkala 2009). Yli miljoona eli viidennes suomalaisista osallistuu jollakin tavalla vuosittain liikunta- ja urheiluseurojen toimintaan (Mäenpää & Korkatti 2012, 6, 10; Szerovay 2015). Urheilulla on myös taloudellisesti merkittävä asema Suomessa. Arvioiden mukaan urheiluseurojen liikevaihto on vuodessa noin 500 miljoonaa euroa ja kotitaloudet käyttävät myös noin 500 miljoonaa euroa (Mäenpää & Korkatti 2012, 7).

Viime vuosina hyväntekeväisyysvarainhankinta on muuttunut aiempaa haastavammaksi. Varainhankinta on ollut viime vuosina suuri haaste erilaisille voittoa tavoittelemattomille organisaatioille johtuen valtion tuen puutteellisuudesta, taloudellisesta taantumasta ja kovenevasta kilpailusta hyväntekeväisyysaloilla. (Won, Park & Turner 2010.) Hyväntekeväisyyden luonne on myös muuttunut yhteiskunnassa viime vuosikymmenten aikana merkittävästi. Esimerkiksi

säätiöiden merkitys on erityisesti Yhdysvalloissa kasvanut. Vuonna 2008 Yhdysvalloissa lahjoitettiin hyväntekeväisyyteen yhteensä yli 307 miljardia dollaria. Kokonaissummasta 13 prosenttia oli erilaisten säätiöiden lahjoittamia varoja. (Babiak, Mills, Tainsky & Juravich 2012.)

Suomen Punaisen Ristin varainhankinnan päällikön Tuula Collianderin mukaan hyväntekeväisyydellä on Suomessa vielä paljon mahdollisuuksia kasvaa ja laajentua, sillä hyvän tekemisen markkinat eivät ole läheskään vielä täynnä (Kuvaja 2010, 51). Hyväntekeväisyyden muuttuminen ja sen potentiaali antavat mahdollisuuden tarkastella sitä, miten yhteiskuntavastuu heijastuu urheiluseurojen toimintaan yhtenä kansalaisyhteiskunnan toimintakentistä. Urheilujärjestöt ovat laajentaneet toimintaansa myös varsinaisen liikuntatoiminnan ulkopuolelle, mikä antaa mielenkiintoisen lähtökohdan tarkastella urheiluseuroja kansalaisyhteiskunnassa toimivina järjestöinä.

Pro gradu -tutkielmassani tarkastelen urheiluseuroja ja hyväntekeväisyyttä erityisesti siitä näkökulmasta, miten urheiluseurat osallistuvat hyväntekeväisyystyöhön ja miten urheiluseurojen johtohenkilöt näkevät hyväntekeväisyyden. Tutkimuksen tarkoituksena on myös tarkastella niitä tekijöitä, jotka vaikuttavat hyväntekeväisyyteen osallistumiseen. Tarkastelen haastatteluaineistosta saamiani tuloksia Maussin lahjateorian kautta. Aihetta on tärkeä tutkia, koska sitä ei ole juurikaan tästä näkökulmasta Suomessa aiemmin tutkittu. Lisäksi hyväntekeväisyyden roolin odotetaan tulevaisuudessa kasvavan entisestään myös osana urheilutoimintaa.

Tutkimukseni on luonteeltaan kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, jonka toteutin kaksivaiheisesti: ensin tehtävällä taustakyselyllä ja sen perusteella valikoidulle tutkimusjoukolle suoritettavalla teemahaastattelulla. Taustakyselyyn vastasi kolmekymmentä urheiluseuraa ja haastatteluun näistä osallistui yksitoista Jyväskylän alueen kilpaurheilutoiminnassa mukana olevaa urheiluseuraa. Toteutin taustakyselyt loppuvuonna 2015 ja haastattelut alkukevällä 2016. Aineiston laadullisessa analysoinnissa käytin apuna sisällönanalyysia.

1.2 Tutkimuksen teoreettiset käsitteet

Urheiluseura on käsitteenä ollut seurojen omassa käytössä jo pitkään. Myös liikuntaseuran käsitettä on tarjottu käytettäväksi 1980-luvulta asti, mutta sen käyttö itse seuroissa on vielä vähäistä. Alussa erilaisia lajeja ja seuroja oli vain muutamia, mutta nyt 2010-luvulla urheiluseurojen ja lajien määrä on kasvanut ja toiminta monimuotoistunut moninkertaiseksi. (Mäenpää & Korkatti 2012, 10, 17; Valtion liikuntaneuvosto 2013.) Uusia lajeja on syntynyt runsaasti ja perinteisten lajien asema sekä suosio ovat muuttuneet. Monet joukkuelajit, kuten jääkiekko, jalkapallo, salibandy ja koripallo ovat nousseet lasten ja nuorten suosikkilajeiksi ja näiden lajien ohjattu harrastaminen on lähes poikkeuksetta mahdollista vain urheiluseuroissa. (Hossain, Suorti & Kallio 2013.) Tutkimukseni kohteena olevat urheiluseurat luovat puitteet ja antavat kasvonsa hyväntekeväisyydelle. Urheiluseurat luokitellaan kansalaisyhteiskunnan käsitteiden mukaan osaksi kolmannen sektorin organisaatioita (Konttinen s.a).

Hyväntekeväisyys on yksi lahjan ilmenemismuoto ja osa jokaista yhteiskuntaa. Sana ”charity” (=hyväntekeväisyys) on peräisin latinan sanasta ”caritas”, joka tarkoittaa hoitoa. Tavallisesti hyväntekeväisyydellä tarkoitetaan anteliaisuutta sitä tarvitseville. (Malik 2008.) Hyväntekeväisyydellä tarkoitetaan myös pyyteetöntä lahjaa, joka on vapaaehtoisesti ja yksipuolisesti luovutettuja resursseja (Douglas 1990; 1999). Hyväntekeväisyyttä voidaan tukea monella eri tavalla. Hyväntekeväisyyteen kuuluvat lahjat voivat olla rahalahjoituksia, aikaa tai tavaralahjoituksia. (Sargeant 1999.)

Hyväntekeväisyysjärjestöillä on merkittävä rooli etenkin yhdysvaltalaisessa yhteiskunnassa, koska ne edistävät muun muassa tutkimustoimintaa ja antavat tukea apua tarvitsevia (Babiak ym. 2012). Yhdysvalloissa on perustettu urheilun hyväntekeväisyysprojekti, joka on Yhdysvaltojen kansallinen resurssikeskus. Sen tarkoituksena on tunnustaa, kouluttaa ja kasvattaa käsitystä urheiluhyväntekeväisyydestä. Organisaatio pyrkii myös laajentamaan urheiluteollisuuden hyödyllisyyttä koskemaan mahdollisimman laajasti yhteiskuntaa. (McGowan & Mahon 2015.) Tällä hetkellä urheilun hyväntekeväisyys näyttää tutkimusten mukaan keskittyvän lähinnä nuorisoon, koulutukseen, terveyteen ja yhteisöön (Sheth & Babiak 2010).

Altruismi ja siihen kuuluvat yhteisvastuu ja auttamishalu ovat 2000-luvulla suomalaisten keskeisempiä arvoja. Nämä arvot korostuvat myös suomalaisessa vapaaehtoistoiminnassa. (Nylund & Yeung 2005.) Suomea voidaan pitää myös vapaaehtoistoiminnassa aktiivisena maana, koska lähes kaksi viidesosaa suomalaisista ilmoittaa osallistuvansa johonkin vapaaehtoistoimintaan. Suomalaiset käyttävät vapaaehtoistoimintaan keskimäärin 18 tuntia kuukaudessa, mikä on kansainvälisesti verrattuna melko korkea luku. Tutkimuksen mukaan 2000-luvun alussa neljä viidestä suomalaisesta oli myös osallistunut viimeisten kahden vuoden aikana toteutettuihin rahakeräyksiin. Pitkäaikaiseen lahjoittamiseen oli viimeisen kahden vuoden aikana puolestaan sitoutunut joka viides suomalainen. Tyypillisin lahjoitettu summa oli 20–50 euroa vuodessa, mutta lähes viidesosa suomalaisista lahjoitti vuosittain yli 100 euroa. Valtaosa suomalaisten antamasta avusta suuntautui lähipiiriin: yhdeksän kymmenestä suomalaisesta oli auttanut jotakin lähipiiriinsä kuuluvaa ja reilu puolet suomalaisista oli auttanut niin naapureitaan kuin tuntemattomia ihmisiä. (Pessi & Saari 2008, 71, 218.)

Modernissa yhteiskunnassa lahjoja ja vastavuoroisuutta on nähtävissä muun muassa hyvinvointivaltion ja voittoa tavoittelemattomien organisaatioiden kautta. Ranskalaisen sosiologin ja etnologin Marcel Maussin käsittelemä ajatus lahjasta on nykypäivänäkin sosiaalinen tosi. Muun muassa sosiaaliturva on yksi esimerkki hyvinvointivaltion lahjasta ja vastavuoroisuudesta. Nykyajan hyväntekeväisyys yhtenä osana kansalaisyhteiskuntaa on myös yksi keskeinen esimerkki vapaaehtoisesta toiminnasta ja lahjan antamisesta. Hyväntekeväisyydessä annettuihin lahjoihin voi liittyä myös odotus vastavuoroisuudesta. Lahjoittajat voivat odottaa saavansa hyväntekeväisyyden avulla itselleen tunnustusta, keinon ilmaista omaa identiteettiään tai mahdollisuuden luoda sosiaalisia suhteita. (Adloff 2006.)

1.3 Aikaisempi tutkimus hyväntekeväisyydestä

Pessi, Oravasaari (2011) ja Saari (2008) ovat tutkineet suomalaisten suhtautumista auttamiseen erityisesti keskittymällä auttamisasenteisiin ja -myönteisyyteen (Pessi & Oravasaari 2011, Saari 2011). Pessi ja Oravasaari (2011) ovat myös luokitelleet suomalaiset kolmeen auttamistyyppiin, joita ovat iloiset auttajat, varaukselliset auttajat ja itsenäiset auttamismyönteiset. Iloiset auttajat ovat myönteisiä ja auttavat eniten. Varaukselliset auttajat suhtautuvat auttamiseen varauksellisen myönteisesti, mutta eivät koe auttamista velvollisuutena. Itsenäiset auttamismyönteiset puolestaan lahjoittavat eniten rahaa ja suurin osa suomalaisista kuuluu tähän ryhmään. (Pessi & Oravasaari 2011.)

Pessi ja Saari (2008) sekä Kuvaja (2010) ovat keskittyneet tutkimuksessaan suomalaisten auttamismotiiveihin. Tutkimusten mukaan suomalaiset kokevat auttamisen yleisesti oikeana ja velvollisuutena. Toisin sanoen suomalaisten omat arvot ja periaatteet tukevat auttamismyönteisyyttä. Myötätunnon kokeminen sekä ilo ja onnellisuus muiden auttamisesta motivoivat auttamaan. (Pessi & Saari 2008, 74–110, 234, Kuvaja 2010, 23–37.) Tutkimukset suomalaisten hyväntekeväisyyskohteista puolestaan paljastavat, että suomalaiset haluavat tukea eniten koulutusta, terveyttä, kansalaisten osallistumista sekä vanhuksia ja lapsia tukevia kohteita (Pessi & Saari 2008, 71–112, Kuvaja 2010, 37–41 Pessi & Oravasaari 2011).

Isossa-Britanniassa toimiva hyväntekeväisyyttä tutkiva järjestö Charities Aid Foundation tutki muutama vuosi sitten 153 eri valtion asukkaiden hyväntekeväisyyteen osallistumista. Suomi sijoittui tässä tutkimuksessa sijalle 45. Suomalaisista 42 prosenttia ilmoitti antavansa rahaa hyväntekeväisyyteen ja 28 prosenttia sanoi käyttävänsä omaa aikaansa hyväntekeväisyystyöhön. (Yle 2010.) Tutkimuksesta voimme päätellä, että suomalaiset sijoittuvat kansainvälisessä vertailussa reilusti keskiarvon yläpuolelle kansalaisten aktiivisuudessa koskien hyväntekeväisyystoimintaa. Suomea voidaan pitää altruistisena maana; puolet suomalaisista auttaa vähintäänkin kuukausittain. (Pessi & Saari 2008, 218.) Kuitenkin vuonna 2016 tehdyn yhdysvaltalaisen tutkimuksen mukaan suomalaiset kuuluvat myös maailman vähiten empaattisiin kansoihin. Tutkimus kattoi 63 valtiota ja Suomi sijoittui empatiapisteissä kuudenneksi huonoimmaksi maaksi. (Chopik, O'Brien & Konrath 2016.)

Pessi ja Saari (2008) ovat tutkineet myös suomalaisten suhtautumista lahjaan ja siihen liittyvään vastavuoroisuuteen. Maussin lahjateoriaan suhtautettuna suomalaiset näkevät lahjan antajat useimmiten pyyteettöminä. Tästä huolimatta suomalaisten lahjan antamisen taustalla on odotus ja toive vastalahjasta. Yksittäisiin lahjan antajiin verrattuna suomalaiset kokevat erityisesti erilaisilta järjestöiltä saadun avun vastavuoroisena ja velvoittavana. (Pessi & Saari 2008, 99–107.)

Kansainvälinen hyväntekeväisyystutkimus on keskittynyt hyväntekeväisyyden tarkastelussa ennen kaikkea rahalahjoituksiin. Tutkimuksen kohteena ovat olleet muun muassa lahjoituksiin liittyvät tekijät, jotka ennustavat lahjoituksen tekemistä. Tutkimusten mukaan suurempi tulo-

taso, korkeampi koulutustaso ja uskonnollisuus ennustavat rahalahjoitusten todennäköisyyttä. Tutkimusten mukaan myös iällä ja sukupuolella näyttää olevan yhteyttä lahjoituksiin: nuoret ja naiset lahjoittavat enemmän kuin iäkkäämmät ja miehet. (Mathur 1996; Lee & Chang 2007; Basil, Rigway & Basil 2008; Meijer 2008; de Oliveira, Croson & Eckel 2011.) Lahjoitusten taustaan liittyvän tutkimuksen lisäksi on tutkittu myös lahjoituksiin sitoutumista. Sargeant (1999) sekä Bennett ja Ali-Choudhury (2008) ovat jakaneet lahjoittajat sitoutuneisiin ja sitoutumattomiin. Sitoutuneisuuteen vaikuttaa yleisesti aikaisempi kokemus ja tyytyväisyys lahjoittamisesta sekä sen kohteesta ja kohteen yleinen maine. (Sargeant 1999; Bennett & Ali-Choudhury 2009.)

Urheilusta ja hyväntekeväisyydestä on paljon kansainvälistä tutkimusta. Muun muassa Babiak ja Wolfe (2009), Sheth ja Babiak (2010) sekä Alonso ja O'Shea (2012) ovat perehtyneet tutkimuksissaan urheilun yhteiskuntavastuuseen. Tutkimusten mukaan ammattilaisurheilu ottaa jatkuvasti enemmän huomioon toiminnassaan myös sosiaalisen vastuullisuuden. Levermore (2010) sekä Bingham ja Walters (2013) ovat havainneet tutkimuksissaan, että myös yritykset ovat kiinnittäneet huomiota sosiaaliseen vastuullisuuteensa erityisesti urheilun ja sponsoroinnin avulla.

Myös erilaiset urheilun hyväntekeväisyyskampanjat ja -tapahtumat ovat olleet kansainvälisen tutkimuksen kohteena. Esimerkiksi Babiak ja Wolfe (2009) ovat tutkimuksissaan keskittyneet yhdysvaltalaisen liigojen hyväntekeväisyyskampanjoihin. McGowan ja Mahon (2015) ovat puolestaan tutkimuksessaan havainneet yhdysvaltalaisen liigojen käyttävän yhteiskuntavastuutaan maineen parannuskeinona. Amerikassa myös erilaiset hyväntekeväisyysäätiöt ovat kasvattaneet suosiotaan (Babiak & Wolfe 2009; Babiak ym. 2012). Tutkimusten mukaan urheilun hyväntekeväisyyskampanjat ovat hyvä varainhankinnan muoto ja samalla myös keino lisätä ihmisten tietoisuutta hyväntekeväisyysjärjestöistä (Levermore 2010; Wood, Snelgrove & Danylchuk 2010; Filo, Funk & O'Brien 2009; Won ym. 2010; van Batenburg 2013; Mahoney 2013; Woolf, Heere & Walker 2013).

Muun muassa Filo (2009, 2012) on tutkinut hyväntekeväisyysurheilutapahtumiin osallistuneiden motiiveja. Tutkimusten mukaan mahdollisuus vaikuttaa ja tukea sekä lisätä tietoisuutta motivoivat ihmisiä osallistumaan urheilun hyväntekeväisyystapahtumiin. Lisäksi velvollisuuden tunteet, omat arvoperiaatteet sekä solidaarisuuden kokeminen, saavat ihmiset osallistumaan (Filo ym. 2009; Filo, Groza & Fairley 2012; Woolf ym. 2013.)

Aikaisemmin opinnäytetöissä on tutkittu lähinnä sitä, miten urheiluseurat itse ovat hyväntekeväisyyden kohteena esimerkiksi sponsoroinnin kautta (Ks. esim. Marttinen 2010; Valkama 2014; Aronen 2015). Tämän tutkimuksen näkökulma on vastakkainen eli miten urheiluseurat jakavat hyväntekeväisyyttä urheilun avulla muille tahoille. Aikaisempi opinnäytetutkimus urheilusta osana kansalaistoimintaa on puolestaan tarkastellut lähinnä urheilun vapaaehtoistoimintaa (Ks. esim. Pöyhiä 2004; Yli-Patola 2013). Aiemmassa kansainvälisessä tutkimuksessa on siis tarkasteltu lähinnä urheilun hyväntekeväisyystapahtumia (Ks. esim. Filo ym.

2009; Wood ym. 2010; Filo ym. 2012; Woolf ym. 2013; Ogura 2014) sekä urheiluun liittyvää yhteiskuntavastuuta yhtenä hyväntekeväisyyden muotona (Ks. esim. Babiak & Wolfe 2009; Sheth & Babiak 2010; Alonso & O’Shea 2012; Babiak ym. 2012; McGowan & Mahon 2015), jotka liittyvät osittain myös omassa tutkimuksessani käsiteltävään teemaan. Koska suomalainen ja osittain myös kansainvälinen tutkimus on aikaisemmin ollut puutteellista koskien urheiluseurojen tekemää hyväntekeväisyyttä, tälle tutkimukselle on olemassa validit perusteet ja tarve.

1.4 Tutkimuksen eteneminen

Pro gradu-tutkielmani on lähtökohdiltaan sekä liikuntatieteellistä että kansalaisyhteiskuntaa tarkastelevaa tutkimusta. Tämän vuoksi molempien tutkimusalojen käsittely on tärkeää tutkimusaiheesta luotavan ennakkokäsityksen ja teoreettisen tiedon muodostamisessa. Tutkimukseni taustakirjallisuudessa (luvut 2–4) käsittelem urheiluseuratoimintaa ja hyväntekeväisyyttä sekä niiden yhteyttä lahjan antamiseen. Tutkimuksen toisessa luvussa luon yleiskatsauksen urheiluseuratoimintaan sijoittamalla urheiluseurat osaksi suomalaista liikuntakulttuuria. Käyn myös läpi liikunta- ja urheiluseurakulttuurin muutosta ja jaottelua. Lisäksi muodostan yleisen kuvan urheiluseuroista osana laajempaa kansalaistoimijoiden kenttää.

Kolmannessa luvussa tarkastelen hyväntekeväisyyttä ja lahjoittamista yhteiskunnallisina ilmiöinä. Esittelen käsitteiden määritelmät ja kuvaan ilmiöihin liittyvät taustatekijät sekä aiemman tutkimuksen. Olen yhdistänyt luvussa kolme aiemman tutkimuksen urheiluseuroista ja hyväntekeväisyydestä. Neljännessä luvussa täydennän teoreettista viitekehystä pääasiassa Maussin lahjateorian avulla, jossa esittelen lahjan antamiseen vaikuttavia tekijöitä, motiiveja ja teoreettisia lähtökohtia.

Tutkimukseni empiirisessä osuudessa (luvut 5–7) esittelen tutkimuksen tarkoituksen ja tutkimustehtävät, tutkimuksen metodologiset lähtökohdat ja käytännön toteuttamisen sekä tutkimukseni tulokset. Viimeisessä pohdinta-luvussa arvioin tutkimuksen tuloksia suhteessa taustakirjallisuuteen ja tutkimuksen teoreettiseen viitekehykseen sekä käsittelem tutkimukseni eettisyyttä ja luotettavuutta. Esitän lopuksi myös suosituksia jatkotutkimusaiheista.

2 URHEILUSEURATOIMINTA

2.1 Urheiluseurat kansalaistoimijoina

Suomalainen liikunta perustuu merkittävässä määrin vapaaehtoiseen järjestö- ja kansalaistoimintaan. Yleistäen voidaan todeta, että liikunnan kansalaistoiminta on Suomen suurin kansanliike. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016, 42.) Voimistelu- ja urheiluliike oli yksi ensimmäisistä Suomeen 1800-luvulla rantautuneista kansanliikkeistä. Urheiluseurojen tehtävänä oli alkuun koota paitsi urheilusta kiinnostuneita lapsia ja nuoria mukaan urheilutoimintaan, mutta myös kasvattaa heitä samalla järjestykseen ja sivistykseen. Urheiluliikkeelle olikin 1800-luvun lopulla vahva sosiaalinen tilaus. (Harju s.a.) Urheiluseurat ovat liikunnan ja urheilun järjestötoiminnan tärkein perusyksikkö yhä tänä päivänä. (Huovinen 2008).

Liikunnalla ja urheilulla oli jo 1800-luvulla keskeinen merkitys osana kansan valistusta. Vuonna 1874 perustettu Kansanvalistusseura otti asiakseen ajaa myös liikuntakulttuurin asiaa. Valistustyön keskeisenä tavoitteena oli muun muassa tehdä suomalainen rahvas tietoiseksi voimistelun terveysvaikutuksista sekä kasvatuksellisesta ja isänmaallisesta merkityksestä. (Hentilä 1987.) Urheilulla on edelleen tärkeä merkitys yhteiskunnan tukiverkkona ja sosiaalisena ankkurina. Urheilun avulla voidaan esimerkiksi olla mukana ohjaamassa nuoria, edistämässä osallistumista liikunnan avulla ja toimia yhteiskunnallisena vaikuttajana laajemmin. (Alonso & O'Shea 2012.) Urheiluseurojen avulla ihmiset löytävät tiensä liikuntaharrastuksen pariin. Urheiluseurojen yhtenä tavoitteena voidaankin pitää liikunnallisen ja aktiivisen elämäntavan synnyttämistä eliniäksi. Urheiluseuroilla on urheilullisen menestyksen lisäksi myös kasvatuksellinen ja kansanterveydellinen tehtävä. (Huovinen 2008.)

Urheiluseurat lasketaan kuuluviksi yhteiskunnan kolmannen sektorin toimijoihin (Konttinen s.a.). Kolmas sektori on jo 1800-luvun lopulta lähtien ollut merkittävin suomalaisen liikuntajärjestelmän toimija. Kolmanteen sektoriin kuuluvat liikunta- ja urheiluseurat sekä muut kansalaisten liikuntaa organisoivat vapaaehtoisjärjestöt. Kolmannen sektorin kansalaisjärjestöt vastaavat pääosin vapaaehtois pohjalta paikallistason seuratoiminnasta. (Ilmanen 2015.) Seuratoiminnan perusta on pitkälti kansalaisaktiivisuudessa ja suomalainen liikuntakulttuuri nojaa vahvasti vapaaehtoisjärjestöihin sekä kansalaissektorin toimintaan. Suurin osa suomalaisista urheiluseuroista toimii siis edelleen vapaaehtoisvoimin. (Szerovay 2015.) Liikunnan kansalaistoiminnan perusajatuksena on myös se, että seuratoimijat tuottavat jäsenistön motiiveista ja kiinnostuksesta syntyvää toimintaa vapaaehtoisuuden pohjalta (Hossain ym. 2013).

2.2 Urheiluseurat suomalaisessa liikuntakulttuurissa

1800-luvulla kehittyneet yleiseurooppalaiset liikuntakulttuurin suuntaukset voidaan jakaa kolmeen eri suuntaukseen, jotka ovat englantilaisen yläluokan gentlemanniurheilu sports, suomalainen voimisteluliike Turnbewegung ja ruotsalaisen Pehr Henrik Lingin anatomis-

fysiologinen voimistelujärjestelmä gymnastik. Neljäs valtavirta ilmeni 1900-luvun vaihteessa ja se koski nykyaikaisen kilpaurheilun kohoamista hallitsevaan asemaan. Myös suomalaisen liikuntakulttuurin varhaisimmissa ilmentymis- ja järjestäytymismuodoissa on havaittavissa aineksia näistä edellä mainituista yleisistä suuntauksista. (Hentilä 1987.)

Liikunta- ja urheiluseuratoiminnalla on ollut suomalaisessa liikuntakulttuurissa keskeinen rooli jo yli sadan vuoden ajan (Mäenpää & Korkatti 2012, 6-17; Valtion liikuntaneuvosto 2013) erityisesti yhteisöllisyyden rakentajana sekä kansalaisten henkisen ja fyysisen kunnon ylläpitäjänä (Haltia 2016). Ensimmäinen urheiluseura perustettiin jo 1860-luvulla Suomen autonomiseen suuriruhtinaskuntaan. Urheiluseuroja syntyi maahamme suuremmissa määrin 1900-luvun ensimmäisinä vuosikymmeninä, jolloin järjestäytynyt urheilutoiminta alkoi ottaa vahvaa jalansijaa suomalaisten elämässä. Ennen vanhaan liikuntaharrastus tarkoitti lähes poikkeuksetta klassisten urheilulajien piirissä tapahtuvaa toimintaa ja urheiluseura tarjosi luonnollisen paikan harrastuksille. Urheilu kuului sen lisäksi yhtenä osana monien muidenkin järjestöjen ja yhteisöjen ohjelmaan. (Hossain ym. 2013.)

Aluksi urheilun ja liikunnan pääpaino oli hyväkuntoisten urheilussa, mutta 1970–80-luvuilta lähtien se on korostuneesti noussut esille kaikkien kansalaisten liikuntana (Mäenpää & Korkatti 2012, 6–8). Kuntoliikunnalliset lähtökohdat otettiin osaksi koulujen liikuntatunteja vasta peruskoulu-uudistuksen myötä vuonna 1972. Sen jälkeen kouluissa ryhdyttiin korostamaan jatkuvan ja säännöllisen liikuntaharrastuksen merkitystä sekä monipuolisten virikkeiden tarjoamista nuorille. Huomio alkoi kiinnittyä myös niihin, jotka eivät luontaisesti liikkuneet tai urheilleet. (Hossain ym. 2013.) Erityisesti 1970-luvulla urheilu ja sen edistäminen korostuivat liikuntapolitiikassa, mutta 1980-luvulla keskustelu ja toimet alkoivat monipuolistua keskittyen myös kuntourheiluun ja liikuntaan. Myöhemmin käyttöön on tullut lisäksi uusia termejä terveyteen ja hyvinvointiin liittyen. Vuonna 1993 valtakunnallisten järjestöjen uudelleen järjestely antoi tilaa uusille järjestöille myös liikunnan edistäjinä. Ihmisten erilaiset tarpeet ja monipuolinen kysyntä on laajentanut ja moniarvoistanut myös urheiluseurojen toimintaa eri paikkakunnilla. (Mäenpää & Korkatti 2012, 6–8.)

Suomalaisen liikuntakulttuurin ja seuratoiminnan kehittymisen erityispiirteinä voidaan pitää sitä, ettei liikunnan järjestäytyminen seuroiksi kohdannut viranomaisten vastarintaa 1800-luvun viimeisellä neljänneksellä. Toinen suomalainen erityispiirre liittyy urheiluseurojen alaosastotoimintaan. Varsinaisten voimistelu- ja urheiluseurojen lisäksi myös muut kansalaisjärjestöt ottivat ohjelmaansa liikunnan ja perustivat runsaasti voimistelu- ja urheiluseuroja alaosastoikseen. Erityisesti nuorisoseuroissa ja työväen yhdistyksissä oli paljon liikunnan ja urheilun alaosastoja. (Hentilä 1987.) Kansainvälisestikin tarkasteltuna Pohjois-Euroopan seuratoimintakulttuuri on ainutlaatuinen. Monissa maissa koulut ovat urheilu- ja liikuntakulttuurin vahva perustoimija. Euroopan Unionissa onkin ollut suuria haasteita ymmärtää pohjoismaista urheiluseurojen toimintaideologiaa ja pohjoismainen vapaaehtoisuuteen perustuva seuratoiminta tuntuu eksoottiselta esimerkiksi Etelä-Euroopan näkökulmasta. (Mäenpää & Korkatti 2012, 10.)

Suomalaisen liikuntakulttuurin organisoinnissa seuratoiminnalla on ollut ja on edelleen merkittävä asema (Mäenpää & Korkatti 2012, 10; Itkonen 2015). Seurat ovat merkittäviä toimijoita liikuntakulttuurissa. Ne muodostavat tärkeän sosiaalisen verkoston, jonka kautta eri lajeja aletaan harrastaa. Seurat tarjoavat myös muodollisen järjestelmän, jonka tavoitteena on ylläpitää ja kehittää urheilu- ja liikuntakulttuuria. (Szerovay 2015.) Seurat ovat usein organisoituneet alue- ja valtakunnan tason järjestöiksi (Ilmanen 2015). Seuratoiminnan keskeiset ulottuvuudet voidaan jakaa taloudellisiin resursseihin, henkilöresursseihin, laajempaan kulttuuriympäristöön sitoutumiseen, toiminnan organisointiin, tavoitteisiin ja kilpailullisuuteen (Szerovay 2015).

Urheiluseuratoimintaa voi kuvailla myös ”arvonluontikoneeksi”, sillä se luo alueelleen taloudellista, toiminnallista, emotionaalista, symbolista ja sosiaalista arvoa (Haltia 2016). Urheiluseuroissa liikkuvat kokevat myös itse liikuntatoiminnan ja esimerkiksi tavoitteellisuuden eri tavoin. Suomalaisten urheiluseurojen toimintaan osallistuvista liikkujista noin 300 000 kokee kilpailamisen ja menestymisen urheilun tärkeimpänä itseisarvona, kun vastaavasti noin 300 000 liikkujalle kilpailuminen on vain välinearvo. Myös noin 300 000 henkilöä ei puolestaan osallistu ollenkaan kilpailutoimintaan, vaan heille tärkeintä on keskittyä liikkumaan ja urheilemaan omaksi iloksi. (Mäenpää & Korkatti 2012, 15).

2.3 Liikunta- ja seurakulttuurin muutos ja jaottelu

Liikunnan ja urheilun kansalaistoiminnan kausista on erotettavissa omat tarkemmat ajanjaksonsa. Kansalaistoiminnan kaudet voidaan jakaa järjestökulttuurin kauteen, harrastuskilpailulliseen kauteen, kilpailullis-valmennukselliseen kauteen ja eriytyneen toiminnan kauteen. Järjestökulttuurin kausi käynnistyi 1800- ja 1900-lukujen vaihteessa ja sille ominaista oli suomalaisen seuratoiminnan suhteellisen nopea laajentuminen. Muodollisesti itsenäiset seurat olivat kuitenkin kiinteästi yhteydessä myös muihin järjestötoimintoihin. Vastaavasti 1900-luvun alussa perustetut seurat toimivat kiinteässä yhteydessä muiden järjestöjen kanssa. Järjestökulttuurin kauden heikkeneminen alkoi 1930-luvun loppupuolella, jolloin lajinomainen kilpailutoiminta vahvisti asemiaan. Entistä useammat valitsivat pääharrastukseksi urheilun, jolloin myös kilpailulliset tavoitteet vahvistuivat. (Itkonen 2015.)

1930-luvun lopulla tapahtunut siirtyminen harrastuksellis-kilpailulliselle kaudelle merkitsi urheilulajien aseman korostumista. Yhä useampi seuratoiminnassa mukana ollut tähtäsi urheilussa voittoihin ja ennätyksiin. Perinteiset urheilulajit olivat hallitsevassa asemassa 1930-luvun lopun urheilukulttuurissa ja etenkin yleisurheilu, hiihto, luistelu sekä paini auttoivat Suomea nousemaan kansalainvälisten urheilupiirien tietoisuuteen. Tälle kaudelle ominaista oli myös lajimäärien lisääntyminen, jonka edellytyksenä oli olosuhteiden parantuminen. Sodanjälkeiset vuodet olivat myös nopeaa julkisen liikuntahallinnon kehittämisen aikaa. Urheilun olosuhteiden paraneminen ja urheilulajien määrän kasvu johtivat myös lajitoimijoiden väliin kovenemaan kilpailuun. (Itkonen 2015.)

Kilpailullis-valmennuksellinen kausi toi 1960- ja 1970-luvuilla mukanaan suunnittelun laajentamisen ja jatkuvasti lisääntyvän tiedon liikunnan ja urheilun kansalaistoimintoihin. Kaudella panostettiin urheiluvalmennuksen laadun parantamiseen ja uusimman valmennustiedon saamiseen muun muassa kansainvälisten huippuvalmentajien avulla. Kauden erikoispiirteenä oli myös kuntoliikunnan nousu. Kuntoliikunnan suosio ei kuitenkaan muuttanut merkittävästi perinteisiä seuratoiminnan käytäntöjä; kilpaurheilu säilytti asemansa seurojen toimintamuodoissa. Urheilun tavoitteellisuus oli edelleen keskeistä. Kauden mukanaan tuomat muutokset heijastuivat myös kunnalliseen päätöksentekoon ja yhteiskuntapoliittista suunnittelua alettiin toteuttaa myös liikuntapolitiikassa. (Itkonen 2015.)

Eriytyneen toiminnan kauteen siirryttiin pikkuhiljaa 1980-luvulla ja kyseinen kausi jatkuu edelleen. Kaudelle ominaista on ollut erikoistuminen. Eriytyminen tarkoitti sekä organisatorista että sisällöllistä muutosta. Osa järjestöjen perustamisvilkkauksesta on johtunut yleisseurojen pirstoutumisesta erikoisseuroiksi. Myös uusia urheilu- ja liikuntajärjestöjä perustettiin nopeaa tahtia. Eriytymistä seuranneet sisällölliset muutokset tarkoittivat käytännössä uusien lajien esiinnousua. Perinteisten lajien rinnalle nousivat joukkuepeliseurat, kansainväliset karaten ja judon kaltaiset yksilölajit sekä uudenlaiset, urheilun keskusjärjestöistä riippumattomat yhdistykset. (Itkonen 2015.)

Urheiluseurat voidaan jaotella yhdeksään eri seuratyyppeihin, joita ovat tietyn lajin erikoisseurat, yleisseurat, huippu-urheiluseurat, junioriurheiluseurat, aikuisten kilpaurheiluseurat, harrasteliikuntaseurat, kylä- tai kaupunginosaseurat, irralliset ”kevytseurat” ja vammaisurheiluseurat. Tietyn lajin erikoisseuran toiminta kohdistuu pääosin vain yksittäiseen urheilulajiin; seura on perustettu yhden lajin ympärille ja myös toiminta keskittyy siihen. Viimeisten vuosikymmenten aikana perustetut urheiluseurat keskittyvät pääosin yhteen lajiin ja eri seuratyypeistä tämä on nykyään selvästi yleisin. Seurojen kokonaismäärästä liikunnan erikoisseuroja on reilusti yli puolet eli noin 8 000–12 000, mutta osuus harrastajien lukumäärästä on huomattavasti pienempi. Kilpaurheilun erikoisseuroja Suomessa on arvioiden mukaan noin 100–200. (Mäenpää & Korkatti 2012, 17–21.)

Yleisseurassa harrastettavia lajeja on kaksi tai useampia ja eri lajit ovat organisoituneet seuran sisällä omiksi lajijaostoikseen. Yleisseuroja perustettiin paljon 1900-luvun alkupuoliskolla, pääosin perinteisten yksilölajien ympärille. Yleisseurojen määrä on kohtuullisen pieni, vain 1 000–2 000, mutta suuren jäsenmääränsä myötä ne ovat merkittävä osa suomalaista liikunta- ja urheilukulttuuria. Monessa yleisseurassa sen lajijaostot toimivat hyvin autonomisesti. Huippu-urheiluseura on puolestaan viime vuosikymmenten aikana kehittynyt seuraerikoisuus. Huippu-urheiluseura on organisoitunut pääosin kohtuullisen pienen urheilijamäärän (noin 10–200) ympärille omaksi yhdistykseksi tai yritykseksi. Seuran erikoisuus on, että urheilijoille maksetaan palkkaa tai tarjotaan merkittäviä etuuksia. Suomessa on arviolta 50–100 huippu-urheiluseuraa. (Mäenpää & Korkatti 2012, 17–21.)

Vain junioriurheiluun keskittyviä urheiluseuroja on maassamme arviolta 100–200. Suurin osa junioriurheiluun keskittyvistä seuroista on isoimpien joukkuepalloilulajien seuroja ja toimintaa järjestetään pääosin vain 15–19-vuotiaisiin asti. Tämä seuramuoto on yleistynyt 1980-luvulta lähtien. Junioriurheiluseurojen määrä on pieni, mutta lähes kaikki seurat ovat kuitenkin jäsenmäärältään isoja. (Mäenpää & Korkatti 2012, 19–20.)

Yli 30-vuotiaiden kilpaurheilu on yksi urheilu- ja liikuntakulttuurin kasvaneista osista. Monessa eri lajissa veteraanien kilpailutoiminta on lisääntynyt ja sitä myöten on kasvanut myös erillinen organisoituminen. Erikoisseurojen kirjo on kasvanut 1990-luvulla ja etenkin 2000-luvulla mukaan on tullut myös harrasteliikuntaa toteuttavia yhdistyksiä. Näille seuroille on tyypillistä tarjota kaiken tasoisille liikkujille matalaa osallistumiskynnystä keskittymällä vain harrasteliikuntaan. Viime vuosina uusia harrasteliikuntaseuroja on syntynyt lisää. Harrasteliikuntaseurojen organisoituminen, toiminnan logiikka ja sisällöt poikkeavat perinteisten urheiluseurojen toiminnasta. Kaikkiaan näitä erillisiä harrasteliikuntaseuroja on Suomessa arviolta 100–200 ja kasvu näyttää jatkuvan myös 2010-luvulla. (Mäenpää & Korkatti 2012, 19–20.)

Omia urheiluseuroja alettiin 1930–50-luvuilla perustaa pieniinkin kyliin ja suurempien kaupunkien kaupunginosiin. Osa seuroista toimii edelleen kilpaurheilussa tai asuinalueensa asukkaiden liikuttajina ja muutamia uusia kylä- ja kaupunginosaseuroja on syntynyt viime vuosikymmenien aikana kasvukeskusten uusille asuinalueille. Suomessa on arviolta 500–1 000 kylä- tai kaupunginosaseuraa. Patentti- ja rekisterihallituksen yhdistysrekisteristä löytyy myös työpaikkojen, oppilaitosten tai kaveriporukoiden rekisteröityneitä niin kutsuttuja irrallisia ”kevytseuroja”. Tämän tyyliä seuroja on Suomessa arviolta 1 000–5 000, mutta niistä yli puolet voi olla alkuinnostuksen jälkeen hiipunut ”pöytälaatikko”-seuraksi. ”Kevytseura” voi olla myös alku perinteisen ja perinteisemmän urheiluseuran syntymiselle. Vammaisurheiluun ja erityisryhmien liikuntaan erikoistuneita seuroja on Suomessa noin 40. Pääosa vammaisurheilijoista ja erityisryhmien liikuntaryhmistä toimivat näiden seurojen sisällä. Seuroista 5–15 prosentilla eli noin 500–2 000 seuralla on myös toiminnassaan mukana yksittäisiä vammaisurheilijoita tai erityisryhmien liikuntaryhmiä. Mäenpää & Korkatti 2012, 20–21.)

Edellä mainitut urheilu- ja liikuntaseuratyypit voidaan jakaa kahteen eri ryhmään: sosio-kulttuurillisiin seuroihin ja urheilullis-suorituksellisiin seuroihin. Tutkimuksessani keskityn urheilullis-suorituksellisiin seuroihin, joten esittelen tämän seuratyypin tarkemmin. Urheilullis-suorituksellisiin seuroihin kuuluvat organisaatiot, jotka ovat mukana urheilun kilpailutoiminnassa. Seurojen keskeisen tavoite on mahdollisimman hyvät tulokset, menestys ja ennätykset. Urheilullis-suoritukselliset seurat voidaan jakaa edelleen alaryhmiin. Liikunnallis-harrastuksellisissa seuroissa osallistutaan kilpailutoimintoihin, mutta toiminta on kuitenkin edelleen harrastuksenomaista. Tavoitteiden noustessa ja harjoittelumäärien kasvaessa siirtyään kilpailullis-kasvatukselliseen toimintaan. Kilpailu on tällöin keskeisessä merkityksessä. Kasvatuksellisuus tulee esiin lajiin sosiaalistumisessa eli taitojen oppimisessa ja ominaisuuksien hankkimisessa. Vastaavasti julkisuus-markkinallinen seuratyypin kuvaa huippu-urheilua, jossa urheilijasta, joukkueesta tai seurasta tehdään urheilutuote. (Ks. Itkonen 2015.)

3 HYVÄNTEKEVÄISYYS JA AUTTAMINEN

3.1 Altruismi

Altruismi, antaminen ja vastavuoroisuus ovat tärkeitä asioita jokaisessa yhteiskunnassa (Babiak ym. 2012). Altruismiin liittyy oleellisesti hyvä tahto (Pessi & Saari 2008, 14–20, 62) ja toiset ihmiset huomioonottava käyttäytyminen (Pessi & Oravasaari 2011). Altruismi on sosiaalinen asia, joka luo yhteenkuuluvuutta. Yhteisvastuu tekee altruismin todeksi tekojen tasolla ja se on hyvän tahdon toimeenpanoa. Yhteisvastuullisuus on siis altruismia käytännössä. Se viittaa sosiaalisten normien muodostamaan ja altruismia edistävään yhteiskunnalliseen toimintamalliin, joka vähentää lyhyen aikavälin oman edun tavoittelua. Yhteisvastuullisuudessa on usein kyse ihmisten muodostamasta kollektiivisesta toiminnasta. (Pessi & Saari 2008, 14–20, 62.)

Taloudellinen teoria erottaa toisistaan kaksi hyväntekeväisyyden mallia, jotka ovat teorian mukaan puhdas ja epäpuhdas altruismi. Puhtaan altruismin mukaan ainoa ja puhdas antamisen motiivi on huoli hyväntekeväisyyden säilymisestä jatkossakin, kun taas epäpuhdas altruismi korostaa mahdollisuuden antamista sille, että lahjoittaja itse saa osakseen arvostusta tekemästään hyväntekeväisyydestä. Aikaisemmat tutkimustulokset osoittavat, että kun hylkäämme puhtaan altruismin mallin, ihmiset käyttäytyvät epäpuhtaan altruismin mallin mukaan. (Vesterlund, Wilhelm & Xie 2008.) Osa yhteiskuntatieteilijöistä korostaa myös sitä, että altruismin perustana on ajatus siitä, että se lisää ihmisten selviytymismahdollisuuksia. Toiset ovat sitä mieltä, että altruismi ei ole geneettinen ominaisuus vaan ennemminkin opittu käyttäytymismalli, joka on peräisin sosiaalistumismalleista. (Hibbert & Horne 1995.)

Altruistinen käyttäytyminen voi perustua joko omaan haluun auttaa, jolloin kyseessä on positiivinen altruismi, tai myös sosiaaliseen pakkoon tilanteessa, jossa auttamisesta tulee ulkoapäin annettu normi (Pessi & Saari 2008, 18–28). Myös lahjan antamiseen voi kuulua altruismi asiaankuuluvana motiivina. Tämä motiivi syntyy usein tilanteissa, joissa vastaanottaja pystyy arvostamaan elettä, mutta ei kykene antamaan vastalahjaa tai -palvelusta. (Banks 1979.) Lahjan antaminen voi vaihdella altruistisesta tarkoituksesta, jolloin antaja yrittää maksimoida saajan tyytyväisyyden, agonistiseen tarkoitukseen, jossa antaja yrittää maksimoida oman tyydytyksensä (Sherry 1983; Beatty ym. 1991).

3.2 Auttaminen

Auttaminen on yksilön sisäisten ja ulkoisten tekijöiden summa. Yksilötasolla auttamiseen kuuluvat tekijät liittyvät ympäristöön, vuorovaikutukseen, inklusiiviseen ihmiskuvaan, yksilön mielentilaan ja yksilön piirteisiin. Esimerkiksi pienissä maaseutuyhteisöissä auttamisen normit näyttävät olevan vahvemmat kuin suurissa yhteisöissä. Ihmiset ovat valmiimpia auttamaan muita yksilöitä tilanteissa, joissa autettavat ovat samankaltaisessa tilanteessa auttajan

kanssa eli samaistuminen autettavaan on korkeaa. Mielentilan yhteydestä auttamiseen voidaan todeta, että mitä onnellisempi ja paremmalla tuulella ihminen on sekä mitä enemmän sympatiaa ja myötätuntoa yksilö tuntee, sitä todennäköisemmin hän auttaa. Terve itsetunto ja oma-kuva viittaavat myös korkeampaan auttamiseen. (Pessi & Saari 2008, 55; Pessi & Oravasaari 2011.)

Auttamisen motiivit ovat eri ihmisillä erilaisia. Hyvän tekeminen, kuten rahan lahjoittaminen sitä tarvitseville, tuottaa sekä uskonnollista että moraalista ansiota tekijälleen. Varainhankinnassa vedotaankin usein ihmisten empatiantunteisiin ja auttamishaluun sekä ehkä jopa sääliin. (Kuvaja 2010, 23–37, 180.) Empatian tunteen kokeminen liittyy ihmisten auttamishaluun. Empatian kokeminen vaatii toisten huomioimista ja toisen näkemistä apua tarvitsevana sekä toisen asemaan samaistumista. (Pessi & Saari 2008, 39.) Ihmisiä motivoi auttamaan erityisesti myönteisyydestä lähtöisin olevat ja periaatteelliset syyt. Auttaminen koetaan usein henkisesti palkitsevaksi. (Pessi & Oravasaari 2011.)

Edellisten tekijöiden lisäksi yksilön arvot ja moraalit vaikuttavat auttamiseen (Pessi & Saari 2008, 55; Pessi & Oravasaari 2011). Auttamiseen liittyy myös käsitykset arvoista, resursseista ja instituutioista. Arvot liittyvät ihmisten auttamista koskeviin käsityksiin: siihen, miten tärkeänä he näkevät auttamisen suhteessa muihin kilpaileviin arvoihin nähden. Mikäli arvostusta ei ole tai se on hyvin vähäistä, myös halukkuus auttamiseen puuttuu. Resurssit kertovat ihmisten kyvystä auttaa, jolloin kyse on yleensä ihmisten ajankäytöstä tai budjetista. Instituutiot puolestaan luovat auttamiselle erilaisia mahdollisuuksia ja kanavia. (Saari 2011.)

Auttamista ja sen motiiveja voidaan tarkastella myös eri teorioiden kautta. Egoistisen teorian mukaan ihmiset auttavat saadakseen itse etuja. Egoistinen teoria korostaa avustettavan hyödyn olevan myös auttajan hyöty. Alter-keskeisen teorian avulla pyyteettömyyttä selitetään sosiaalisuuden kautta. Kantilaisen velvollisuusteorian mukaan kunnioitus moraalialueella kohtaan selittää auttamista. Sosialisatioteoria korostaa tiettyjen kulttuurien suosivan pyyteettömyyttä arvoissa, normeissa ja niihin kasvattamisessa. Lämpimän hehkun teorian mukaan pyyteettömyys tuo hyvän mielen. Kolme ensimmäistä teoriaa korostavat järkeä, kolme jälkimmäistä moraalialueella. (Pessi & Saari 2008, 54.)

Tyypillisimmät suomalaisten auttamismotiivit ovat auttamisen kokeminen oikeana, myötätunnon tunteminen, auttamisen tuoma ilo ja auttamatta jättämisen kokeminen omien periaatteiden vastaisena toimintana (Pessi & Saari 2008, 74–110, 234). Suomalaisten auttamishalun motiiveista juuri luterilainen näkemys siitä, että vain pyyteetön auttaminen on eettisesti oikeata auttamista, saa tukea aiemmasta tutkimuksesta (Kuvaja 2010, 23–37). Miehillä auttamiseen liittyvät periaatteet ovat tärkeämpi auttamisen motiivi kuin ilon saaminen, kun taas naisilla tilanne on päinvastoin. Tutkimustulokset osoittavat, että auttamisesta saa merkittävästi iloa ja tyytyväisyyttä. Viidennes suomalaisista kokee kuitenkin auttamisen velvollisuutenaan. Vastavastoin muutama prosentti suomalaisista auttaa lähinnä saadakseen itselleen apua. Vastavuoroisuus on yksi tärkeimmistä ihmisen käyttäytymistä ohjaavista periaatteista. Neljä viidestä

suomalaisesta ilmoittaa auttamisen perustana olevan kokemus siitä, että auttaa, koska häntäkin on autettu. Avun saaminen siis motivoi ihmisiä auttamaan. Vastavuoroisuus näyttää olevan nykypäivänä Suomessa yksi vahva vallitseva arvo ja normi. Ajanpuute ja terveydentila ovat puolestaan yleisimmät selitykset altruistiseen toimintaan osallistumattomuudelle. (Pessi & Saari 2008, 74–110, 234.)

Pessin ja Oravasaaren (2011) mukaan suomalaiset voidaan jakaa kolmeen auttajatyypin, jotka ovat iloiset auttajat, varaukselliset auttajat ja itsenäiset auttamismyönteiset. Iloisiin auttajiin kuuluvat ihmiset, jotka ovat kaikkein myönteisimpiä auttamiselle ja motivoituneita auttamaan muita. Auttamisen tekee heidät iloisiksi ja onnellisiksi. Tämän ryhmään kuuluvat useimmiten nuoret, naiset ja uskonnolliset henkilöt. Varauksellisiin auttajiin kuuluvat ihmiset, jotka suhtautuvat auttamiseen varauksellisen myönteisesti. Itse auttamiseen he suhtautuvat myönteisesti ja tuntevat myötätuntoa, mutta eivät koe auttamista luonteenomaisena tai velvoittavana toimintana. Tähän ryhmään kuuluvat ovat useimmiten iäkkäämpiä, miehiä ja vähiten uskonnollisia. Itsenäiset auttamismyönteiset ovat ihmisiä, jotka suhtautuvat auttamiseen myönteisesti ja kokevat sen mielekkäänä. Heidä motivoi eniten auttamishalu ja omat arvot. Valtaosa suomalaisista kuuluu tähän auttajien ryhmään. (Pessi & Oravasaari 2011.)

Iloiset auttajat -ryhmään kuuluvat ihmiset näyttävät auttavan enemmän kuin muut auttajatyypit. Itsenäiset auttamismyönteiset kuitenkin lahjoittavat useammin rahaa keräyksiin kuin muut auttajatyypit. Varaukselliset auttajat näyttävät auttavan vähemmän kuin kahteen muuhun auttajaryhmään kuuluvat. Sekä miehistä että naisista enemmistö kuuluu itsenäisten auttamismyönteisten ryhmään. Yleisesti ottaen voidaan todeta, että suomalaiset näyttävät pitävän auttamista hyvin tärkeänä. Suomalaiset ovat auttamismyönteisiä ja -aktiivisia ihmisiä. Toisten ihmisten auttaminen koetaan henkilökohtaisesti tärkeäksi, mutta myös muiden ihmisten ja valtion toivotaan auttavan enemmän. (Pessi & Oravasaari 2011.)

Eniten huolta auttamisesta kannetaan siellä, missä asiat ovat suhteellisen hyvin. Ilmiötä voi selittää sillä, että ihmisten sosiaalinen yhteenkuuluvuuden tunne luo sosiaalisia sidoksia, mikä mahdollistaa yhteisvastuun kulttuurin. Tämän lisäksi myös auttamisasenteet ja kilpailukykyindeksi korreloivat voimakkaasti keskenään. Ihmisten huolenaiheen voimakkuus on yhteydessä myös luottamukseen julkista valtaa kohtaan. Ihmiset tuovat julki auttamista koskevaa huolenaihettaan, koska he luottavat julkisen vallan kykyyn vastata huoleen. Toisaalta huoli voi olla sitä suurempi, mitä vähäisempää ihmisten luottamus julkiseen valtaan on. Auttaminen on osoittautunut korkeaksi huolenaiheeksi niissä Euroopan maissa, joissa kansalaisyhteiskunta on hyvin organisoitunutta. (Saari 2011.)

3.3 Hyväntekeväisyys

Anteliaisuus on nyky-yhteiskunnassakin esillä ja hyväntekeväisyyteen antajia on edelleen olemassa (Tonkin 2009). Yhdysvalloissa, jota voidaan pitää hyväntekeväisyyden suurimpana

tapahtumapaikkana, hyväntekeväisyyslahjoittaminen on johdonmukaisesti pysytellyt noin kahden prosentin osuudessa maan bruttokansantuotteesta. Vastaavasti Euroopan suurimmissa maissa kyseinen lukema on toistaiseksi noin yhden prosentin luokkaa. (Wright 2001.) Tämä kuvaa sitä, miten suuri merkitys hyväntekeväisyydellä ja lahjoituksilla on maailmanlaajuisesti. Hyväntekeväisyyteen lahjoittamista voidaan pitää sekä taloudellisesti että sosiaalisesti merkittävänä toimintana (Hibbert & Horne 1995).

Hyväntekeväisyyden mainetta voidaan pitää tärkeänä tekijänä tehtäessä päätöstä hyväntekeväisyyteen lahjoittamisesta, koska hyväntekeväisyyden tuote on lupaus omistautua sen tavoitteille. Hyväntekeväisyyteen kuuluva myötätunto, dynaamisuus, varojen järkevä käyttö ja edunsaajiin keskittyminen ovat tärkeitä syitä lahjoittaa hyväntekeväisyyteen. (Meijer 2008.) Hyväntekeväisyyteen lahjoittamiseen vaikuttavat myös lahjoittajan henkilökohtaiset arvot, itsetunto sekä myötätunto ja sosiaalinen vastuullisuus (Bennett 2003).

Kuvajan (2010) mukaan suurin osa hyväntekeväisyysjärjestöjen hankkeista liittyy koulutukseen, terveyden edistämiseen ja kansalaisyhteiskunnan vahvistamiseen eli ihmisten osallistumismahdollisuuksien parantamiseen. Taloustutkimus Oy:n alkukeväästä 2010 tekemän hyväntekeväisyystutkimuksen mukaan kaksi kolmesta 15–79-vuotiaasta suomalaisesta antaisi tukea mieluiten sairauksien hoitoon ja ennaltaehkäisyyn sekä vanhusten auttamiseen. Toiseksi tutkimuksessa nousi lasten ja nuorten sekä lapsiperheiden auttaminen. Kyseisen tutkimuksen mukaan suomalaiset auttaisivat mieluiten antamalla tavaralahjoituksia, lahjoittamalla rahaa sekä pelaamalla hyväntekeväisyyttä tukevia pelejä. (Kuvaja 2010, 37–41.) Suomalaiset hyväksyvät vahvimmin lasten, sairaiden ja vanhusten palvelut ja tulonsiirrot, kun taas työikäisen ja -kykyisen väestön palvelujen ja tulonsiirtojen hyväksyttävyyden on heikompi. Asenteisiin näyttää siis vaikuttavan se, pystyvätkö kohderyhmät huolehtimaan itsestään ja missä määrin avun tarve on itseaiheutettua. (Pessi & Saari 2008, 71–112, 218.) Ihmiset näyttävät olevan myös valmiimpia auttamaan omaan lähipiiriinsä kuuluvia ihmisiä (Pessi & Oravasaari 2011).

Taiwanissa tehdyn tutkimuksen mukaan rahalahjoituksiin liittyvät tekijät ovat enimmäkseen ulkoisia, demografisia ja yhteiskunnallisia, kuten ikä, sukupuoli ja siviilisääty. Koulutustaso ja tulot ennustavat puolestaan rahalahjoituksiin käytettäviä summia. (Lee & Chang 2007.) Iäkkäiden ihmisten hyväntekeväisyyteen osallistumista tutkittaessa huomattiin, että lahjan antamiseen liittyviä ennustavia tekijöitä ovat sosiaalinen vuorovaikutus ja toiminnanohjauksen motiivit. Sosiaalisen vuorovaikutuksen odotusten lisäksi itsetunnon kohottamisen ja muilta saadun tunnustuksen tarve vaikuttavat hyväntekeväisyyteen osallistumiseen. (Mathur 1996.) Empatia vaikuttaa hyväntekeväisyyteen lahjoittamiseen syyllisyyden ja mukautumattomuuden kautta. Empatia ja minä-pystyvyys lisäävätkin todennäköisyyttä hyväntekeväisyyslahjoituksiin. (Basil ym. 2008.)

Yhteenvetona voidaan todeta, että uskonnollisemmat, pienemmissä yhteisöissä asuvat, enemmän työtunteja tekevät ja enemmän rahaa ansaitsevat lahjoittavat enemmän. Korkeasti koulutetut lahjoittavat puolestaan aikaa ja rahaa keskimäärin enemmän kuin matalammin kou-

lutetut. (Meijer 2008.) Toisin sanoen koulutustason noustessa myös auttamismyönteisyys näyttää kasvavan (Pessi & Oravasaari 2011). Tulojen suuruudella on yhteys myös lahjoituksen määrään (Meijer 2008). Alemmaan ja ylempään tuloluokkaan kuuluvat lahjoittavat tuloistaan suhteessa suuremman osan kuin keskituloisiin kuuluvat (Basil ym. 2008). Pienituloisemmat antavat tuloihinsa suhteutettuna enemmän varoja keräyksiin verrattuna korkeampiin tuloluokkiin kuuluviin (Pessi & Saari 2008, 74). Myös sukupuolella ja iällä on vaikutusta lahjoittamiseen. Naiset lahjoittavat hyväntekeväisyyteen miehiä useammin (Basil ym. 2008; Pessi & Saari 2008, 72). Nuoremmat ihmiset sen sijaan näyttävät suhtautuvan hyväntekeväisyyslahjoittamiseen myönteisemmin kuin iäkkäämmät ihmiset (Basil ym. 2008; Pessi & Oravasaari 2008). Ihmiset, jotka lahjoittavat yhdelle järjestölle, lahjoittavat todennäköisemmin myös muille järjestöille kuin ne ihmiset, jotka eivät lahjoita ollenkaan (de Oliveira ym. 2011).

Suurin osa lahjoituksista on nopeaa ja suunnittelematonta toimintaa (Banks & Tanner 1997). Hyväntekeväisyyteen lahjoittajat voidaan jakaa sitoutumattomiin ja sitoutuneisiin lahjoittajiin. Sitoutuneet lahjoittajat sitoutuvat pidemmäksi aikaa hyväntekeväisyyteen ja kohteeseen kuin sitoutumattomat lahjoittajat. Hyväntekeväisyyteen sitoutumiseen vaikuttavat aikaisempi kokemus hyväntekeväisyydestä ja tyytyväisyys siihen. Myös hyväntekeväisyyskohteen vuosikertomus, maine mediassa ja yleinen organisaation profiili vaikuttavat hyväntekeväisyyteen lahjoittamiseen ja siihen sitoutumiseen. (Sargeant 1999.) Tutkimus lahjoitusten jatkuvuudesta osoittaa, että noin viisi kuudesosaa aikaisemmin hyväntekeväisyyteen lahjoittaneista lahjoitti uudelleen joko samaan tai eri kohteeseen. Toisen lahjoituksen kohdalla vaikuttavina tekijöinä pidettiin lahjoittajan minäkuvaa ja kohteen hyvää mainetta. Todennäköisyys lahjoittaa uudelleen oli suurin kolmen ja kuuden kuukauden välillä ensimmäisen lahjoituksen jälkeen. (Bennett & Ali-Choudhury 2009.)

3.4 Hyväntekeväisyys ja urheilu

Ammattilaisurheilun johtajien mukaan heidän yhteiskuntavastuuseen ja pyyteettömään hyväntekeväisyyteen liittyy paikallisen yhteisön, kumppanuuksien ja eettisten ongelmakohtien korostaminen. Ammattilaisurheilun johtajat korostavat yhteiskuntavastuun yhteisösuuntautumista ja pyrkivät saavuttamaan eettistä ja oikeudellista vastuuta hyväntekeväisyydellä. (Sheth & Babiak 2010.) Vaatimukseen liittyy läheisesti ammattilaisurheilun kautta myös taloudelliset seikat (Alonso & O'Shea 2012). Urheilujärjestöt ja -seurat kohtaavatkin jatkuvasti kasvavia paineita, jotka kohdistuvat erityisesti kannattavuuden säilyttämiseen ja sosiaalisesti hyväksyttävään toimintaan (Walker & Kent 2009).

Ammattilaisurheilu kohtaa kannattajien ja sponsoreiden lisäksi julkista ja erityisesti median tuomaa painetta. Urheiluseurat pyrkivätkin osoittamaan vastuullisuutta ja eettisiä periaatteita ottamalla toiminnassaan huomioon myös sosiaalisen pääoman ja sosiaalisen vastuun. (Alonso & O'Shea 2012.) Ammattilaisurheilu siirtyy jatkuvasti entistä enemmän kohti sosiaalisesti vastuullista toimintaa. Ammattilaisurheiluliigat, yhteistyöyritykset, seurat ja urheilijat ovat

vaikutusvaltaisia yhteiskunnan toimijoita. (Babiak & Wolfe 2009.) Yritysten sosiaalinen vastuu kasvaa koko ajan ja on tärkeä osa myös ammattilaisurheiluseurojen toimintaa (Anagnostopoulos, Byers & Shilbury 2014). Arvioiden mukaan suuremmat tulot mahdollistavat urheilutoimijoiden suuremman yhteiskuntavastuun kantamisen (Sheth & Babiak 2010).

Taloudellinen tilanne on luonut epävarmuutta ja epävakautta muun muassa Ison-Britannian kolmannen sektorin organisaatioille. Taloustilanteen myötä liiallinen julkinen rahoitus on riskistrategia, mikä aiheuttaa painetta monipuolistaa ja etsiä vaihtoehtoisia tulonlähteitä. Tilinpäätösanalyysi on paljastanut, että Isossa-Britanniassa urheilun keskimääräiset tulot perustuvat tukirahoitukseen sponsoritulojen ollessa suhteellisen pieniä. Tulojen takaamiseksi urheilutoimijat ovat pyrkineet monipuolistamaan tulovirtojaan kehittämällä sosiaalisia kumppanuuksia yritysten sosiaalisen vastuun avulla. (Bingham & Walters 2013.)

Pohjois-Amerikassa on paljon myös liigojen yhteisiä hyväntekeväisyyskampanjoita. Esimerkiksi jääkiekkoliiga NHL:llä, koripalloliiga NBA:lla ja amerikkalaisen jalkapallon liiga NFL:llä on omat hyväntekeväisyyskeräyksensä. Hyväntekeväisyydellä on ollut keskeinen rooli myös esimerkiksi golfin PGA Tourilla, jolla päästiin 2000-luvun alussa yli miljardiin dollariin lahjoitusten yhteismäärässä. (Babiak & Wolfe 2009.) Yhdysvalloissa menestyneet liigat käyttävät yhteiskuntavastuutaan myös keinona parantaa mainetta. Pelaajakäsitykset ja liigan yleinen kuva ovat motiiveja osallistua yhteiskuntavastuun toteuttamiseen. (McGowan & Mahon 2015.) Yhdysvalloissa lähes kaikki ammattilaisurheiluseurat ovat perustaneet hyväntekeväisyysäätiöt viime vuosikymmenen aikana (Babiak & Wolfe 2009). Seurojen lisäksi myös yhä useammat yksittäiset yhdysvaltalaiset ammattilaisurheilijat tukevat hyväntekeväisyyttä perustamalla erilaisia säätiöitä. Yli 500 yhdysvaltalaisesta ammattilaisurheilijasta oli vuonna 2008 perustanut oman säätiön. Urheilijat voivat lisätä hyväntekeväisyyskohteen mainetta ja tietoisuutta oman tunnettavuutensa avulla. (Babiak ym. 2012.) Huippu-urheilijat roolimalleina voivat houkuttaa erityisesti nuoria osallistumaan hyväntekeväisyyteen (Levermore 2010).

Hyväntekeväisyysjärjestöjen lisääntyvä määrä on johtanut siihen, että organisaatioiden täytyy löytää uusia tapoja saada lahjoittajia. Yksi tavoista on järjestää erilaisia hyväntekeväisyystapahtumia ja -haasteita. Hyväntekeväisyystapahtumilla ja -haasteilla on erilaisia tavoitteita, jotka liittyvät muun muassa osallistujien mukaan houkuttelemiseen, suurten rahasummien keräämiseen ja tiedon levittämiseen. (van Batenburg 2013.) Erityisesti hyväntekeväisyysurheilutapahtumat ovat nousseet merkittäviksi varainhankinnan muodoiksi kerätessä lahjoituksia hyväntekeväisyysjärjestöille (Filo ym. 2009; Won ym. 2010). Hyväntekeväisyysurheiluun osallistuminen on yleistynyt: yli 11,6 miljoonaa ihmistä on osallistunut Yhdysvalloissa hyväntekeväisyyteen urheilutapahtumien kautta (Mahoney 2013). Yritysten yhteiskuntavastuun toteuttaminen urheilun avulla näkyy myös urheilun suur tapahtumissa. Erityisesti jalkapallon MM-kisat vuonna 2010 oli ensimmäinen merkittävä esimerkki siitä, miten yritykset osallistuvat yhteiskuntavastuun toteuttamiseen urheilutapahtumien kautta. (Levermore 2010.)

Hyväntekeväisyysjärjestöt ovat alkaneet käyttää urheilutapahtumia entistä enemmän keinoina kerätä varoja ja lisätä tietoisuutta. Urheilutapahtumat näyttävät houkuttelevan varainkeräystä, koska tapahtumat tarjoavat mahdollisuuden osallistua kahteen mielekkääseen toimintaan yhtä aikaa. (Wood ym. 2010.) Hyväntekeväisyyden näkökulmasta varainhankinnalla on kaksi olennaista tehtävää: turvallisen lahjoittamisen mahdollistaminen ja tulevien lahjoittajien sitoutuminen. Hyväntekeväisyysurheilutapahtuma tarjoaa ennen kaikkea mahdollisuuden lisätä tietoisuutta. (Woolf ym. 2013.)

Hyväntekeväisyysurheilutapahtuma tarjoaa erinomaisen mahdollisuuden kommunikoida suu-
relle yleisölle hyväntekeväisyyden tehtävästä. Hyväntekeväisyystapahtumaan osallistumisen
motiivit voidaan jakaa joko virkistyspohjaisiin tai hyväntekeväisyyspohjaisiin motiiveihin.
Hyväntekeväisyyteen perustuvassa motiivissa ihmisiä ohjataan osallistumaan auttaakseen
toisia. Hyväntekeväisyystapahtumilla on yhteys ihmisten minäkuvaan ja arvoihin. Yksilöiden
motiivi osallistua hyväntekeväisyyteen ja siihen liittyvään urheilutapahtumaan perustuu us-
komuksiin siitä, että sillä on vaikutusta. (Filo ym. 2012.) Hyväntekeväisyysurheilutapahtu-
maan osallistumisen motiivit liittyvät hyväntekeväisyyden tukemiseen, sosiaalistumisen mah-
dollisuuksiin ja velvollisuuden tunteisiin (Woolf ym. 2013).

Hyväntekeväisyysurheilutapahtumien motiivit liittyvät solidaarisuuteen, osallistujien tietoi-
suuden lisäämiseen ja hyväntekeväisyyden tukemiseen. Nämä motiivit vaikuttavat myös ta-
pahtumiin osallistujien päätöksiin. Tapahtumilla on siis emotionaalinen merkitys, joka liittyy
yhteiseen kokemukseen osallistujien kesken. Hyväntekeväisyystapahtumien merkitys liittyy
vahvasti myös arvoihin. Usko hyväntekeväisyyteen on keskeinen motiivi hyväntekeväisyys-
tapahtuman taustalla. (Filo ym. 2009.) Osallistujat ovat valmiita maksamaan korkeampaa hin-
taa hyväntekeväisyysurheilutapahtumien osallistumisesta, mikäli osallistuja on siten vahvasti
mukana tukemassa ja tekemässä hyvää (Bennett, Mousley, Kitchin & Ali-Choudhury 2007).
Tapahtuman taustalla olevat syyt ja se, etteivät tapahtumat tavoittele voittoa, ovat esimerkiksi
nuorten opiskelijoiden motivaationa osallistua hyväntekeväisyystapahtumaan. Nuorempi su-
kupolvi haluaa tukea hyväntekeväisyyttä, joka liittyy lasten asunnottomuuden vähentämiseen,
kolmannen maailman ongelmien ratkaisemiseen ja ympäristöasioihin. Vanhempi sukupolvi
puolestaan haluaa tukea ennemmin terveyteen liittyviä hyväntekeväisyyskohteita. (Won, Park
& Lee 2013.)

Jos hyväntekeväisyysjärjestöt haluavat maksimoida hyväntekeväisyysurheilutapahtumien
osallistujamäärät, tapahtumat tulee suunnitella niin, että ne tavoittavat myös ne, jotka eivät ole
kiinnostuneita urheilusta. Tällaisten tapahtumien järjestäjien tulee edistää sekä urheilun että
hyväntekeväisyysvarainhankinnan identiteettejä. (Wood ym. 2010.) Etenkin sosiaalinen me-
dia on mahdollistanut entistä paremman mahdollisuuden lisätä hyväntekeväisyyden tietoisuut-
ta suuremmalle yleisölle (Mahoney 2013).

4 LAHJATEORIA

Lahjateoriaa pidetään teoriana inhimillisestä solidaarisuudesta (Douglas 1990; 1999). Ihmisten solidaarisuus perustuu ajatukseen yhteistyöstä yhteisen edun eteen sekä palveluiden ja lahjojen vaihtoon muiden kanssa (Komter 2007).

Silkin (2004) mukaan lahjateoriaan liittyy kaksi erilaista lahjan perustyyppiä. Ensimmäisen lähestymistavan mukaan lahja on puhtaasti epäitsekkäs, vapaaehtoinen teko. Lahja on altruistinen, ilmainen lahja, joka ei sido mihinkään molemminpuoliseen toimintaan. Humanitaarinen hätätilanne ja sen yhteydessä annettu apu tai lahja on esimerkki puhtaasta lahjasta. Hätätilanteissa avunkohteet eivät pysty vastavuoroisuuteen eikä lahja velvoita heitä mihinkään. Toinen lähestymistapa tunnustaa vastavuoroisuuden periaatteen. Kun lahjan velvoitteita painotetaan, lahja menettää epäitsekkyytensä ja puhtautensa. Lahjan antamiseen voi joskus liittyä myös materiaalisia kannustimia. (Silk 2004.) Lahjan antamiseen liittyy erilaisia toimintoja, joita voivat olla muun muassa taloudelliset, sosiaaliset, moraaliset, uskonnolliset, esteettiset ja juridiset toiminnot (Komter 2007).

4.1 Lahja

Lahja ja lahjoittaminen ovat käsitteinä hankalia määrittellä. Molempiin liittyy kuitenkin yleisesti käsitys antamisesta ilman odotusta vastavuoroisuudesta. Lahja ja lahjoittaminen sisältävät erilaisia toimintoja, muun muassa hyväntekeväisyyttä ja vapaaehtoistoimintaa. (Davies, Whelan, Foley & Walsh 2010.) Lahja voi olla ehdollinen tai ehdoton. Lahja sekoittuu helposti myös lahjoitus-käsitteeseen. (Caillé 2001.) Lahjalla ei ole yhtä yksiselitteistä määritelmää. Lahjaan ei liity luonnostaan moraalista hyvää tai huonoa. Lahjat voivat olla pyyteettömiä ja agonistisia tai hyödyllisiä ja haitallisia. Lahjan moraalinen merkitys riippuu lahjan antajan ja vastaanottajan välisestä suhteesta ja lahjaan liittyvistä motiiveista. (Komter 2007.)

Lahjat ovat käytännössä mitä tahansa resursseja, joko aineellisia tai aineettomia. Raha, esineet, palvelut tai kokemukset voidaan muuttaa lahjaksi. Lähes mikä tahansa voidaan katsoa olevan lahja: esineet, tavarat, ajanviete tai raha. Myös ihmiskehon osat ja elimet voidaan luokitella lahjoiksi elinluovutuksen yhteydessä. (Sherry 1983; Komter 2007.) Antajat ja saajat ovat joko yksilöitä tai ryhmiä ja yrityksiä (Sherry 1983). Lahjoilla on tapana antaa aineellista hyötyä toisille (Dolfsma, van der Eijk & Jolink 2009). Annettavat lahjat voivat olla aineellisten lisäksi myös vieraanvaraisuutta, henkistä tukea, ystävällisiä eleitä, lupauksia, rituaaleja, juhlia, puheita tai rakkauden ilmaisuja (Pyyhtinen 2014, 39). Lahjan antaminen liittyy läheisesti myös kulttuuriin. Länsimaiseen kulttuuriin kuuluu lahjan antaminen erilaisissa juhlissa, kuten syntymäpäivillä, merkkipäivillä ja jouluna. (Ruffle 1999; Komter 2007.) Näissä tilanteissa lahjoilla halutaan herättää tunteita ja yllättää vastaanottaja. Lahjan avulla voidaan myös ylläpitää tai parantaa liikesuhteissa toimivien motivaatiota tai sitoutumista keskinäiseen suh-

teeseen. (Ruffle 1999.) Nykykulttuuri tunnustaa myös henkisiä lahjoja, kuten vieraanvaraisuuden ja avun antamisen (Komter 2007).

Lahjan antamista esiintyy kaikissa yhteiskunnissa: se on tyypillistä edelleen myös modernissa yhteiskunnassa (Godbout 1998). Lahja ilmenee aina vain muiden ihmisten näköpiirissä, heidän käsityksissään. Lahja on aina joko annettu toiselle tai saatu toiselta. (Pyyhtinen 2014, 15.) Lahja on mitä tahansa vastikkeettomasti luovutettua ilman takeita tai odotuksia vastavuoroisuudesta. Tästä syystä lahjan katsotaan olevan täynnä hyvää tahtoa ja anteliaisuutta, ehkä jopa armoa. Lahjalle ei ole asetettu mitään tiettyä hintaa, se annetaan ehdoitta, ilmaiseksi, ilman vastiketta tai odotusta palkinnosta. Lahjan yhteydessä antamisen oletetaan olevan vapaata myös siinä mielessä, että se on vapaaehtoista ja spontaania toimintaa. Objektista lahjan tekee se, että se on tarjottu ja välitetty ilman vaatimusta nimenomaisesta maksusta. (Pyyhtinen 2014, 15, 59–60.) Puhtaaseen lahjaan liittyy ajatus lahjan antamisesta ilman odotuksia ja vaihtokauppaa. Aito ja puhdas lahja on pyyteetön. (Banks 1979, Komter 2007.)

Lahjaan liittyvät teorit ovat läheisesti yhteydessä sosiologiaan, psykologiaan ja teologiaan. Erityisesti kristillisen teologian mukaan korkein lahja on anteeksianto ja sovinto sekä hyvyys ja armo. Lahja voidaan nähdä filosofian ja teologian tärkeimpänä, mutta myös vaikeimpana käsitteenä. (Severson 2012.) Lahjaan voidaan liittää utilitaristisia syitä ja kiitollisuutta sekä halua antaa saamastaan takaisin. Näiden ajattelumallien mukaan lahja on puhdas ilmiö. Tosi-lahja on vapaaehtoinen ja spontaani teko. Kuitenkin tulee muistaa myös, että aito lahja vaatii todellista epäitsekkyyttä, jota pidetään yleisesti saavuttamattomana. Altruismiin liittyy aina jonkin verran myös itsekkyyttä. (Godbout 1998.)

Komterin (2007) mukaan kirjallisuudessa erotetaan toisistaan anti-utilitaristinen ajatus eli mahdollisuus talousajattelun ja utilitarismin voittamisesta sekä instrumentaalinen rationaalisuus lahjankäyttöön eli näkemys lahjasta. Anti-utilitaristisesta näkökulmasta lahjan tärkein ominaisuus on vapaus ja sen vapaaehtoisuus. Anti-utilitaristisen näkemyksen mukaan vastavuoroisuuden nähdään heikentävän aitoa ja puhdasta lahjaa. Utilitaristisen lähestymistavan mukaan rationaalinen toiminta liittyy lahjan antamiseen. Ihmiset voivat olla sekä anteliaita että laskelmoivia yhtä aikaa. Lahjan tavoin myöskään vastavuoroisuus ei ole luonnostaan moraalisesti hyvä. Vastavuoroisuuden toimet eivät välttämättä johda automaattisesti parempaan yhteiskuntaan. (Komter 2007.) Lahjojen antoon voi liittyä puhdas pyyteetön motiivi. Lahjojen antoon voi kuitenkin liittyä myös itsekkäitä syitä ja oman edun tavoittelua. (Dolfsma ym. 2009.)

4.2 Lahjan antaminen

Mauss (1990, 1999) korostaa, että on tärkeää kiinnittää huomiota annettuun. Antaminen on erottamattomasti sidoksissa antajaan. Jokainen antamisen teko edellyttää annettavaa asiaa ja jokainen lahjan vaihto edellyttää symbolista vaihtoa. Ei ole olemassa lahjan antamista, jos

joku ei anna jollekin jotakin. Ilman annettua ei ole antajaa ja jos ei ole lahjaa niin ei ole järkevää antaa. Ei ole antajaa tai saajaa ennen kuin annetun antaminen esiintyy. Näin ollen antajan ja saajan täytyy olla samanaikaisia jonkin asian antamisen kanssa. Lahja ei ole neutraali, värityksen tai yhteydetön lahjan antajaan. Lahja heijastaa antajaa, joka puolestaan heijastaa lahjaa. Jotta antaa jotain jollekin, on aina samaan aikaan annettava jotain itselleen ja itsestään. Lahjan antajan laittaa siis itsensä jollakin tapaa mukaan annettavaan lahjaan. Samaan tapaan lahjan vastaanottaminen on lahjan antajan sielun vastaanottamista. (Mauss 1990; 1999, ks. myös Pyyhtinen 2014, 39–43.)

Banksin (1979) mukaan lahjan antamisen prosessilla on taipumus dramatisoida ja selkeyttää ryhmien välisiä eroja: ne, joille lahjoja annetaan eroavat jotenkin niistä, joille lahjoja ei anneta. Lahjan antamiseen liittyy jonkinlainen käsitys lahjan saajasta. Lahjan antaminen kertoo jotain myös lahjan antajasta: yksilöt vahvistavat olemustaan sen kautta, mitä he antavat. Tilanteissa, joissa lahjan saaja ei ole lahjan antajan läheinen tai heillä ei ole aikaisemmin ollut vastavuoroista lahjan antamista, lahjan antamiseen liittyy todennäköisemmin epätasapainoinen tila. Epätasapaino näyttäytyy muun muassa tyytymättömyytenä tai negatiivisina seurauksina. (Banks 1979.)

Nyky-yhteiskunnassa lahjan taustalla nähdään usein olevan vastavuoroisuus ja vaihto. Moderni yksilö on realistinen, minkä seurauksena voidaan olettaa, että hän on tietoinen siitä, mitä lahjaan liittyy. Anteliaisuuden nähdään osittain korvaantuneen egoistisuudella. Lahjan motiivit ovat itsekkeitä, omaan etuun kohdistuvia ja näennäisiä. Tästä syystä puhdasta lahjaa ei ole olemassa. Lahjaan on liittynyt myös tabuja, joista ei sovi puhua. Teoriassa lahjan vaihtoa voidaan pitää vapaaehtoisena, mutta todellisuudessa ne annetaan velvollisuudesta ja vastavuoroisuudesta. (Godbout 1998.)

Ranskalaisen sosiologin ja kulttuuriantropologin Pierre Bourdieun mukaan lahjan ideaali vapaasta ja vastavuoroisuudettomasta teosta on välttämätön edellytys lahjan vaihdolle. Hänen mukaansa on olemassa kaksi vastakkaista totuutta lahjasta. Subjektiiivinen totuus lahjasta on, että se on ilmainen ja korvaamaton. Lahjaa kuvataan vapaaehtoisuuden ja anteliaisuuden käsitteillä, jotka erottavat toiminnan itsekkyydestä ja tasapuolisesta vaihdosta. Objektiiivinen totuus lahjasta puolestaan liittyy lahjan vastavuoroisuuteen eli vaihdon objektiiiviseen mekanismiin. Bourdieun mukaan pyyteettömyyden lahja tarkoittaa yksilöllistä ja kollektiivista itsepetosta. (Pyyhtinen 2014, 33–34.)

Kun lahja lähes poikkeuksetta liittyy vaihtoon, lahja kumoutuu, koska vaihdossa mitään ei ole varsinaisesti annettu ilman vaihtoa. Vastaavasti kun lahjaa tarkastellaan vain vapaan antamisen näkökulmasta erillään vastavuoroisuudesta, ei nähdä vaihdon kiertoa, jossa lahjan antaminen tapahtuu. Näin ollen lahja ei voi olla sitä, mitä se todellisuudessa on eli vastavuoroisuutta ja vaihtoa. Toisaalta lahja myös on, mitä se ei voi olla, eli vapaata antamista. Lahja voidaankin ymmärtää vain paradoksien kautta. Lahjat edellyttävät luopumista jostain, ja silti ne pysyvät symbolisesti erottamattomina antajastaan. Kaikilla lahjoilla on taipumus luoda jonkinlai-

nen side eri osapuolten välille. Lahja on jokin esine tai objekti, minkä lisäksi lahjaan liittyy velvoitteita. Puhdas pyyteetön lahja ei välttämättä koskaan toteudu todellisuudessa, mutta niille lahjoille, jotka toteutuvat todellisuudessa, on annettava se tavoitteeksi. (Pyyhtinen 2014, 36–37, 153–154.) Pyyteettömien lahjojen antamiseen liittyy kuitenkin ongelma antajan pyrkimyksestä vapautua saajan antamista vastalahjoista. Pyyteetön lahja tarkoittaa sitä, että sen antamisen jälkeen ei synny mitään saajaan kohdistuvia vaatimuksia. (Douglas 1990; 1999.)

Jotta kyseessä olisi lahja, lahjaan on Maussin mukaan liityttävä myös uhraus. Lahjan antamiseen liittyy aina luopumista jostain. Jos mistään ei luovuta, ei ole tapahtunut lahjan antamista. Lahja ei saa kuitenkaan tulla takaisin lahjan antajalle. Jotta lahja olisi lahja, lahjan antaja ei saa hyötyä lahjasta itse. Lahjan liike vahvistaa lahjan antajan ja vastaanottajan välistä suhdetta. Lahja-suhde tuotetaan lahjan siirtyessä antajalta vastaanottajalle. Lahja esiintyy kollektiivisen toiminnan ytimessä. Lahja osoittaa kollektiivisen kietoutumisen syntymisen objektien ympärille. Suhteemme muihin ihmisiin välittyy objektien kautta. Se, miten olemme objektien kanssa ja miten kohtelemme objekteja vaikuttaa suhteisiimme muihin ihmisiin. (Mauss 1990; 1999; ks. myös Pyyhtinen 2014, 26–64.) Ystävällisyyden nähdään kannattavan, koska ne, jotka ovat ystävällisiä saavat todennäköisemmin itse ystävällistä kohtelua ja ansaitsevat statuksen ystävällisyydestä. Ystävällisyys on jotain, joka palaa takaisin antajalleen. (Bauman 1993.)

Lahjan antamista voidaan tarkastella erilaisten ulottuvuuksien kautta. Nämä lahjan antamisen ulottuvuudet ovat Sherryn (1983) mukaan lahjan antamisen sosiaalinen, henkilökohtainen ja taloudellinen ulottuvuus. Lahjan sosiaalisessa ulottuvuudessa lahjan antaminen tulkitaan ensisijaisesti kutsuna kumppanuuteen. Lahjan antamisen tarkoituksena on vahvistaa lahjoittajan vilpitöntä osallistumista lahjan vastaanottajan koettelemuksiin ja iloihin ilman taka-ajatuksia. Lahjojen antamisen voidaan nähdä muokkaavan ja heijastavan sosiaalista integraatiota eli ryhmän jäsenyyttä tai vastaavasti sosiaalista etäisyyttä. (Sherry 1983.) Godboutin (1998) mukaan lahjan mielekkyyteen liittyy keskeisesti myös sen taustalla oleva suhde, joka antaa sille merkityksen. Lahja liittyy läheisesti sosiaalisiin suhteisiin. Lahjan antaminen ei ole yksipuolista tai katkonaisia tekoja vaan osa suhdetta. Lahja on näin ollen myös sosiaalinen yhteys. Lahja muodostaa järjestelmän, joka sitoo sosiaaliset suhteet yhteen. Jotta voimme todella ymmärtää lahjaa, meidän tulee kehittää realistinen käsitys siitä, mitä se on. Lahja on yksinkertaisimmillaan sosiaalisten suhteiden järjestelmän suoritusmuoto. (Godbout 1998.)

Sherry (1983) toteaa, että lahjan antamisen henkilökohtaisella alueella lahjan antaminen heijastaa antajan ja vastaanottajan käsityksiä omasta ja muiden identiteetistä. Lahjan antaminen voi myös vahvistaa identiteettiä lahjan muodon ja esittämisen kautta. Annamme, vastaanotamme ja hylkäämme lahjoja strategisesti ja näin ollen ilmaisemme symbolisesti identiteettiä. Lahjat voivat siirtää sosiaalisia arvoja tai rakentaa uusia odotuksia. Lahjan antamisen taloudellinen ulottuvuus käsittää suorimmin lahjan ideologian. Lahjan antaminen nähdään tapana antaa aineellista hyötyä lahjan vastaanottajalle. Lahjan taloudelliseen ulottuvuuteen liittyy antamisen huomion ottaminen itse lahjalta ja lahjan tunnustamisen arvon ja hyödyn antami-

nen itse lahjalle. (Sherry 1983.) Lahja on yhteydessä myös taloudelliseen vaihtoon. Talous ja velkaantuminen tekevät lahjasta mahdollittoman. Lahja talousajattelun ulkopuolella on kohtuuton, huomaamaton ja ilman mahdollisuutta palata. (Harvey 2012.) Lahjan taloudellinen ulottuvuus näkyy rahan, omaisuuden ja tavaroiden vaihdossa sekä siitä mahdollisesti seuraavassa velassa (Severson 2012).

Lahjan antamisen motiivit voivat Komterin (2007) mukaan vaihdella puhtaasta altruismista puhtaaseen itsekkyyteen. Ihmiset välittävät suuresti oikeudenmukaisuudesta, tasa-arvosta ja vastavuoroisuudesta myös lahjojen kohdalla. Hollantilaisen tutkimuksen mukaan lahjojen antamisen motiiveina on halu edistää toisen ihmisen hyvinvointia ja toimia oikein moraalisesta velvollisuudesta. Näilläkin lahjoilla voi kuitenkin olla myös tiedostettu tai tiedostamaton strateginen ja itsekäs tavoite. Lahjojen avulla voidaan pyrkiä vähentämään syyllisyyden tunnetta tai herättää huomiota. (Komter 2007.)

Komter (2007) toteaa myös, että lahjan motiiveihin liittyy rakkauden ilmaukset, ystävyys ja toisaalta myös manipulointi, hallinta ja vahingoittaminen. Lahjaan liittyvät motiivit voidaan luokitella neljään eri luokkaan. Ensimmäisen luokan motiivit lahjan antamiseen liittyvät ystävyteen, rakkauteen, kiittollisuuteen ja solidaarisuuteen. Näiden lahjojen tarkoituksena on osoittaa positiivisia tunteita lahjan vastaanottajaa kohtaan. Toiseen luokkaan kuuluvat motiivit perustuvat vallan ja arvovallan tarpeeseen ja maineen tavoitteluun. Runsaalla lahjojen antamisella pyritään luomaan moraalisesti ylivoimainen asema suhteessa lahjan vastaanottajaan. Lahjojen avulla voidaan saada muut hallintaan ja riippuvaisiksi lahjan antajasta. Kolmas ja suurin motiiviluokka liittyy psykologisiin odotuksiin vastavuoroisuudesta ja tasa-arvosta. Ajatuksena on, että antamalla muille saa jotain myös itse takaisin. Suurin osa hollantilaiseen tutkimukseen osallistuneista vastaajista kuului tähän kolmanteen luokkaan. Tunteet siis vetoavat usein moraaliseen velvollisuuteen vastavuoroisuudesta. Neljäs motiiviluokka perustuu oman edun tavoitteluun. Tällaiset lahjat voivat olla kiristystä, lahjontaa, korruptiota tai manipulointia. Erityisesti suuria liikelahjoja voidaan pitää esimerkkinä tällaisesta lahjasta. (Komter 2007.)

Tiivistetysti voidaan todeta, että lahjan antamisen yhteydessä nousee esiin kolme lahjan antamisen motiivia: mielihyvän antaminen muille esimerkiksi ystävyiden kautta, mielihyvän saaminen ja odotettuun toimintaan vastaaminen. Arvot vaikuttavat asenteisiin, jotka vaikuttavat käyttäytymiseen, kuten lahjan antamiseen. Yksilöt aktiivisessa, sosiaalisten arvojen segmentissä osallistuvat todennäköisemmin lahjojen antamiseen. Yksilö harjoittaa lahjojen antamista esimerkiksi täyttääkseen ja tyydyttääkseen oman elämänsä tarpeita. Ihmiset, joilla on myönteisiä ihmissuhteita ja hyvä itsekunnioitus, antavat enemmän lahjoja ja panostavat enemmän niiden valintaan. (Beatty, Kahle & Homer 1991.) On myös tutkittu, että lahjoja usein antavat muodostavat kaksi ryhmää: toinen näistä ryhmistä antaa lahjoja, koska se tuntuu hyvältä ja toinen siksi, että se antaa heille mahdollisuuden osoittaa ja saada ystävyttä (Sherry 1983; Beatty ym. 1991). Lahjan antamiseen liittyy aineellisten tai aineettomien esineiden välittäminen, siirto ja arviointi veloitteen tai spontaanin toiminnan tilassa. Myös lahjan antaminen

voidaan jakaa kahteen luokkaan: antamisen iloon tai antamisen vastenmielisyyteen. (Beatty ym. 1991.)

Ihmisten subjektiivinen kokemus voi todella olla se, että ihmiset antavat pelkkää anteliaisuutta. He voivat nähdä lahjan olevan vapaaehtoinen ja aiheeton sen sijaan, että sitä hallitsisi laskelmointi. Ollakseen lahja, antamisen tulee olla jossakin määrin vapaata vaihdon periaatteesta. Absoluuttinen puhdas lahja on vapaaehtoinen, jonka antamisesta ihminen on vapaa. Samaa ei voida sanoa vastalahjasta. Lahjat ensisijaisesti annetaan, niitä ei siis vaihdeta. Vastalahjat eivät automaattisesti seuraa lahjan antamista, eli kuten itse lahja niin myös vastalahja on jollain tapaa yllätys. (Pyyhtinen 2014, 16–36.)

4.3 Lahjan vastavuoroisuus

Yksi keskeisistä yhteiskuntaa yhdistävistä prosesseista on lahjojen antaminen vastavuoroisuuden ja vaihdon muotona (Sherry 1983). Lahja, kiitollisuus ja vastalahja muodostavat yhdessä vastavuoroisuuden periaatteen (Komter 2004).

Adloff (2006) toteaa, että lahjojen antaminen ja vastavuoroisuus ovat vaihtoehtoisia teoreettisia käsitteitä yhteiskuntatieteissä. Lahjaan ja vastavuoroisuuteen liittyy kolme eri lähestymistapaa, jotka ovat 1) rationalistinen ja yksilöllinen, 2) ei-individualistinen ja normatiivinen sekä 3) lähestymistapa, jolla pyritään erottamaan oma etu ja normatiivinen toiminta. Rationaalisen lähestymistavan mukaan utilitaristinen ajattelutapa näkee vastavuoroisuuden itsekkäänä ja oman edun tavoittelun tuloksena. Vastavuoroisuuden nähdään perustuvan ajatukseen, että minä annan teille, jotta saan itse takaisin jotain samanarvoista. Ajattelutapa on lähellä uusklassista taloustiedettä ja rationaalisen valinnan teoriaa. Oman edun tavoittelu toimii vastavuoroisuuden motiivina. (Adloff 2006.)

Ei-individualistinen ja normatiivinen lähestymistapa keskittyy vastavuoroisuuden symboliseen ja kulttuuriseen taustaan sekä niissä vaikuttaviin normatiivisiin syihin. Lähestymistavan mukaan vastavuoroisuus voidaan nähdä normina, joita yksilöt seuraavat normin sisäistettyään. Vastavuoroisuus perustuu vapaaehtoiseen antamiseen, mutta myös sosiaaliseen velvollisuuteen. Kolmannen lähestymistavan mukaan lahjan antamiseen liittyy paradokseja. Toisaalta lahjan antaminen on vapaaehtoista, koska siihen ei voi pakottaa. Kuitenkin lahjan antaminen voidaan kokea pakkona sosiaalisen velvollisuuden kautta, koska toiminen vastavuoroisuuden normin vastaisesti johtaa sosiaalisiin seurauksiin. Todellisen lahjan ja omien motiivien välinen suhde on näin ollen ongelmallinen. (Adloff 2006.)

Maussin mukaan vapaita lahjoja ei ole olemassa vaan lahjat ovat aina osa vastavuoroisuutta ja vaihdantaa, velvollisuutta ja siteitä yhteiseen vastavuoroisuuteen. Lahjan antamiseen liittyy myös vallankäyttö. (Mauss 1990; 1999; ks. myös Pessi & Saari 2008, 92.) Maussin teoria näkee lahjojen antamisen tyypillisenä esimerkkinä sopimuksesta ja optimaalisen käyttäytymi-

sen muodosta (Mauss 1990; 1999; ks. myös Sherry 1983). Vastavuoroisuuden periaatteen seurauksena lahja on Maussille aina taloudellinen ilmiö: lahja nähdään tyypillisenä esimerkkinä vaihdosta (Mauss 1990; 1999; ks. myös Pyyhtinen 2014, 22). Maussin näkemykseen lahjan vaihdosta liittyy prosessin näkeminen totaalisenä sosiaalisena tosiasiana, johon kuuluu sosiaalinen, uskonnollinen, taloudellinen, utilitaristinen, oikeudellinen ja moraalinen merkitys (Mauss 1990; 1999; ks. myös Banks 1979). Mauss kuvaa lahjan vaihtoa yhteiskunnallisena ilmiönä (Mauss 1990; 1999; ks. myös Adloff 2006).

Mauss korostaa lahjaan liittyviä velvoitteita. Hänen mukaansa lahjaan liittyy velvollisuus antaa, vastaanottaa ja palauttaa (Mauss 1990; 1999; ks. myös Sherry 1983; Adloff 2006; Dolfsma ym. 2009; Pyyhtinen 2014, 17–18). Ainoa oikea oikeus, joka liittyy lahjaan, on oikeus antaa ja lahjoittaa. Kuitenkaan oikeudesta antaa lahja ei välttämättä seuraa automaattisesti se, että antaminen on vapaaehtoista ja täysin vapaata. Maussin mukaan lahjan antamiseen liittyy tietyt sääntöjä ja normeja. (Mauss 1990; 1999; ks. myös Sherry 1983; Pyyhtinen 2014, 17–18.) Olemme tietoisia useista säännöistä ja normeista, jotka koskevat lahjan antamista ja vastaanottamista. Tärkein sääntö ja odotus, joka liittyy lahjaan, on vastavuoroisuuden huomiointi. Mauss väittää omassa teoriassaan, että mitään lahjaa ei anneta täysin ilman oman edun tavoittelua. Lahjan antamiseen liittyy aina toive tai odotus vastavuoroisuudesta. (Mauss 1990; 1999; ks. myös Tonkin 2009; Pyyhtinen 2014, 15–16.)

Ranskalaisen filosofi Jacques Derridan oppien mukaan lahjaan liittyy usein enemmän kuin mitä paljas silmä näkee. Lahja voi velvoittaa vastaanottajan vastavuoroisuuteen. Lahjan taustalla voi olla velkaa ja painetta. (Severson 2012.) Lahjasta kieltäytyminen liittyy lahjan näkemiseen ”vaarallisena”. Lahja voidaan nähdä vaarallisena, koska siihen liittyy vastavuoroisuuden velvoite, joka voi muodostaa taakan ja rajoitteen. (Mauss 1990; 1999; ks. myös Pyyhtinen 2014, 39–43.)

Sherryn (1983) mukaan länsimaalaiset lahjoittajat rikkovat perusetikettiä vastavuoroisesta vaihdosta antamalla itse ja vaatimalla muilta huomiota omalle anteliaisuudelleen. Välttääkseen huonommuuden tunnetta ja turvatakseen maineensa vastaanottajan on oltava vastavuoroinen eli hänen on annettava vastalahja. Erityisesti länsimaissa lahjoittaminen näyttää olevan valikoivaa ja rinnastuvan suoraan vaihtoon. (Sherry 1983.) Velvollisuudet ovat luonteeltaan sosiaalisia velvollisuuksia ja niihin voi liittyä moraalinen ulottuvuus. Näiden velvollisuuksien myötä lahjan vastaanottaja voi tuntea psykologista velvollisuutta toimia näiden periaatteiden mukaan. (Dolfsma ym. 2009.) Velvollisuudentunne antaa ja toimia vastavuoroisesti johtuu siitä, että yksilö on itse saanut paljon yhteiskunnalta ja haluaa antaa takaisin. Kansalaisyhteiskunta perustuu lahjojen antamisen solidaarisuuteen. (Adloff 2006.)

Merkittävin tavaroiden vaihtoon liittyvä muoto on kaikissa kulttuureissa ilmennyt pakollisten ja vastavuoroisten lahjojen kehä. Voidaan todeta, että kaikki lahjat kuuluvat vastavuoroisuuden kehään, johon liittyvät myös antajan ja vastaanottajan kunnat. Pyyteettömien lahjojen olemassaolo on korvattu lahjojen kierrolla, joka sitoo ihmiset pysyviin suhteisiin. Sääntö siitä,

että kaikki lahjat tulee palauttaa jollain tavalla, luo vaihdannan loputtoman kierron eri sukupolvien kesken. (Douglas 1990; 1999.) Lahjaan liittyvät syklit voidaan jakaa antamiseen, vastaanottoon ja vastavuoroisuuteen (Godbout 1998). Lahjoilla ja niiden vaihtamisella on tärkeä rooli sosiaalisten verkostojen rakentamisessa. Lahjojen avulla voidaan aloittaa, ylläpitää tai lopettaa yksilöiden tai ryhmien välisiä suhteita. Lahjan hyväksyminen liittyy myös lahjan antajan ja osapuolten välisen suhteen hyväksymiseen. Lahjan anto tapahtuu vain, jos molemmat osapuolet ovat halukkaita ja kykeneviä antamaan, vastaanottamaan ja toimimaan vastavuoroisesti resurssien puitteissa. Lahjojen antaminen luo sosiaalista velkaantuneisuutta ihmisten välille. Empiiristen tutkimusten mukaan ne, jotka antavat eniten myös saavat itse. (Dolfsma ym. 2009.) Ihmisillä on kuitenkin usein itsellään myös tunne siitä, että he antavat enemmän kuin vastaanottavat lahjoja (Komter 2004).

Banks (1979) nostaa esiin, että lahjan antamiseen yhdistetään usein myös vastavuoroisuuden, vuorovaikutuksen ja identiteetin muodostumisen käsitteet. Lahjan antamisen ääripäässä on vastavuoroisuus, johon liittyy sosiaalisia velvoitteita antaa ja vastaanottaa. Myös vastavuoroisuus liittyy vahvasti lahjaan. Vastavuoroisuuden odotus näkyy muun muassa toiveissa saada kiitollisuutta ja kunnioitusta. Lahjan antamiseen liittyy myös tunne sosiaalisesta velvollisuudesta. Sosiaalinen velvollisuus vaatii ihmisiä suorittamaan takaisinmaksun ja noudattamaan vastavuoroisuuden periaatetta. Sosiaaliseen velvollisuuteen liittyy odotuksia ja normeja. Sosiaalisen velvollisuuden tunteeseen ja odotuksiin liittyy eri yhteiskuntaluokkien välisiä eroja. Alemman sosiaaliseen yhteiskuntaluokkaan kuuluvien vastavuoroisuuden velvollisuudet näyttävät useimmiten keskittyvän enemmän kiitollisuuteen kuin varsinaiseen aineelliseen vastalahjaan. (Banks 1979.)

Lahjaan liittyvä vastavuoroisuus voi Baumanin (1993) mukaan olla välitöntä tai viivästynyttä, erityistä tai yleistä. Lahjan antamiseen liittyy usein viivästynyt vastavuoroisuus: lahjan antamisen hetkellä vastavuoroisuudesta ei ole suoraan puhetta. Pitkällä aikavälillä kuitenkin lahjan oletetaan olevan vastavuoroinen. Valmius ja halukkuus lahjan antamiseen ei välttämättä säily voimassa ilman oletusta lahjan vastavuoroisuudesta. Lahjan antamisen motiivina ei kuitenkaan ensisijaisesti ole taloudellisen voiton tavoittelu. Lahjan antamista voidaan näin ollen pitää järkevänä tekona. (Bauman 1993.) Ihmisten auttamismotiivit voivat liittyä moraaliseen velvollisuudentunteeseen avun tarjoamisesta. Avun antamiseen voi liittyä myös laskelmointia sen kustannuksista ja hyödyistä itselle. Myös vastavuoroisuuden odotus on yksi merkittävä avunantamisen motiivi. Ihmiset tarjoavat apua toisille, mutta odottavat, että tarvittaessa saavat myös itse apua muilta. (Komter 2004.)

Suomalaisista vain noin viidesosa näkee lahjan antamisen taustalla vastalahjan oletuksen ja vaatimuksen. Selkeä enemmistö suomalaisista näkee lahjan antajat lähes tai kokonaan pyyteettöminä. Reilu kolmasosa suomalaisista kokee lahjojen antamisen tapana näyttää tunteensa. Suurin osa suomalaisista on sitä mieltä, että järjestöiltä saatu apu on ainakin jossakin määrin vastavuoroisuuden velvoittamaa. Noin kymmenesosa näkee järjestöiltä saatavan avun olevan vahvasti vastavuoroisuuden velvoittamaa. Vastavuoroisuuden oletus on äärimmäisen vahvaa

tilanteessa, jossa poikkeamista sosiaalisesta normista ei ole helppo perustella kuten terveen ja hyvinvoivan ihmisen kohdalla. Suomalaiset ovat varsin yksimielisiä siitä, että hyväkuntoisten ihmisten tulee toimia vastavuoroisesti, mutta samanlaista vastavuoroisuutta ei juurikaan edellytetä tilanteessa, jossa avunsaaja on tavalla tai toisella huonokuntoinen. Vastavuoroisuuteen liittyvät sosiaaliset normit kytkeytyvät oleellisesti vastavuoroisuudessa olevien ihmisten mahdollisuuksiin toimia vastavuoroisesti. (Pessi & Saari 2008, 99–107.)

Pessin ja Saaren (2008) mukaan näyttää siltä, että suomalaisten keskuudessa lahjan antamisen ja auttamisen taustalla ei välttämättä ole ajatusta tai vaatimusta vastalahjasta tai avun saamisesta, mutta toisaalta oletus tai pikemminkin toive vastalahjasta tai avusta on varsin voimakas. Vastavuoroisuuden odotus onkin vahva suomalaisten keskuudessa. Suuri osa suomalaisista antaa lahjoja tai auttaa muita turvatakseen oman tilanteensa, varmistaakseen sen, että joku auttaa heitä silloin kun he itse ovat lahjojen tai avun tarpeessa. Suomalaisten suurimmat odotukset auttajatahoista kohdistuvat julkiseen sektoriin. Vastaavasti odotukset ja vaatimukset suhteessa kansalaisjärjestöjen harjoittamaan altruismiin ovat hyvin maltillisia. Suomalaiset odottavat myös instituutioilta ja yritysmaailmalta auttamistoimintaa. Yksityisen sektorin rooli on yksi tulevaisuuden mahdollisuuksista niin sosiaalipolitiikan kentällä, vapaaehtoistoiminnassa kuin yhteiskuntavastuun eri muodoissa. (Pessi & Saari 2008, 79–91, 111.)

5 TUTKIMUKSEN TARKOITUS JA TUTKIMUSAINEISTO

Pro gradu -tutkielmassani tarkastelen urheiluseurojen harjoittamaa hyväntekeväisyyttä, sen toteuttamista sekä mahdollisia vaikutuksia. Täsmennetyt tutkimuskysymykset ovat:

- Miten tutkimukseen valikoidut keskisuomalaiset hyväntekeväisyyteen osallistuneet urheiluseurat toteuttavat hyväntekeväisyyttä?
- Miten tutkimukseen osallistuneet urheiluseurat kokevat tekemänsä hyväntekeväisyyden?
- Millaisia vaikutuksia tehdyllä hyväntekeväisyydellä on ollut tutkimukseen osallistuneille urheiluseuroille?

Tutkimusaineistoni koostuu kahdesta osasta: taustakyselystä ja tutkimushaastatteluista. Ensimmäiseen tutkimuskysymykseen vastaan taustakyselystä saadun aineiston avulla ja kahteen viimeiseen tutkimuskysymykseen puolestaan haastatteluaineiston avulla. Kaksivaiheisen prosessin tarkoituksena oli rajata tutkimusjoukko varsinaiseksi kohdejoukoksi. Taustakyselyn toteutin loppuvuodesta 2015 verkkolomake-kyselynä. Lähetin nettilinkin kyselyyn sähköpostitse valitsemilleni urheiluseurojen edustajille. Nämä neljäkymmentä Keski-Suomen alueen urheiluseurojen edustajaa valitsin sillä perusteella, että heidän edustamallaan seuralla oli tutkimuksen teon aikaan jonkinlaista kilpaurheilutoimintaa ja/tai maksullisia kilpailutapahtumia (ks. Urheilusuomi.com 2015).

Valitsin tutkimukseen osallistuneet seurat niiden toimintamuotojen mukaan. Valinta perustui oman ja tutkimusteorian avulla muodostuneeseen etukäteisarvioon siitä, että paremmin menestyneillä ja kilpaurheilutoimintaan suuntautuneilla seuroilla on parempi mahdollisuus osallistua seuratyön lisäksi myös hyväntekeväisyyteen. Suurin osa tutkimukseen osallistuneista seuroista toimi Jyväskylän alueella. Urheiluseurojen lajikirjo oli laaja kattaen koripallon, jääkiekon, jalkapallon, salibandyn, amerikkalaisen jalkapallon, yleisurheilun, voimistelun, jääpallon, rugbyyn, veneilyn/purjehduksen, lentopallon, taitoluistelun, pesäpallon, futsalin, uinnin, vesipallon, hiihdon, cheerleadingin, pyöräilyn, tenniksen, moottoriurheilun, suunnistuksen, painin, tanssin ja käsipallon.

Haastatteluaineiston keräsin kevään 2016 aikana haastatteleamalla Keski-Suomen alueella toimivien urheiluseurojen edustajia. Haastateltaviksi valitsin taustakyselyn perusteella ne yksitoista (11) urheiluseurojen edustajaa, jotka ilmoittivat taustakyselyssä seurojensa tehneen hyväntekeväisyyttä. Lopulliseen haastattelumäärään vaikutti oleellisesti myös seurojen halukkuus osallistua haastatteluun: kaikki halukkaat pääsivät mukaan. Suoritin haastattelut haastattelijain ehdottamissa paikoissa, pääasiassa haastateltavien työpaikoilla.

Haastateltavien urheiluseurojen edustajien nimikkeet vaihtelivat seurajohtajasta ja toiminnanjohtajasta puheenjohtajaan ja toimitusjohtajaan. Haastatteluun valikoituneiden seurojen jä-

senmäärät puolestaan olivat 101–4 000 henkilön ja budjetit 50 001–yli 5 000 000 euron välillä. Urheiluseurat vaihtelivat lajimäärältään yhden lajin erikoisseurasta yhdeksän lajin yleisseuraan. Seuratyypijaottelun (ks. luku 2.2) mukaan tutkimukseen osallistuneet seurat jakaantuivat neljään seuratyypiin: yksi huippu-urheiluseura, viisi erikoisseuraa, neljä yleisseuraa ja yksi junioriurheiluseura (ks. Mäenpää & Korkatti 2012, 17–21). Tutkimukseen osallistuneet urheiluseurat olivat lopulta hyvin heterogeeninen joukko, joten myös haastattelut ja niissä kuvattu urheiluseuratoiminta olivat luonteeltaan vaihtelevia.

Nauhoitin ja litteroin kaikki tutkimustani varten tekemäni haastattelut. Haastatteluiden kestot vaihtelivat 20 minuutista 34 minuuttiin. Litteroitua tekstiä haastatteluista muodostui yhteensä 47 sivua fontilla Times New Roman, fonttikoolla 12 ja rivivälillä 1,0.

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Hyödynsin tutkielmassani kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen lähtökohtia ja menetelmiä. Laadullista tutkimusta voidaan kutsua myös ymmärtäväksi tutkimukseksi, johon liittyy tutkimuskohteena olevan ilmiön merkityksen ymmärtäminen. Laadullisen tutkimuksen tavoitteena ei ole pyrkiminen tilastollisiin yleistyksiin. Tarkoituksena on kuvata tarkasteltavana olevaa ilmiötä, ymmärtää toimintaa ja antaa mielekäs tulkinta ilmiölle. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 28, 85.) Lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen mahdollisimman kokonaisvaltaisesti (Alasuutari 2011, 38; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2012, 161).

Kvalitatiivisen tutkimuksen tavoitteena on löytää ja paljastaa tosiasioita ja sen tyypillisiin piirteisiin kuuluu muun muassa se, että tutkimus on luonteeltaan kokonaisvaltaista tiedon hankintaa. Lisäksi aineisto kootaan todellisissa tilanteissa. (Hirsjärvi ym. 2012, 161, 164.) Tarkoituksena on pyrkiä tavoittamaan tutkittavien näkökulma ja näkemykset tutkittavasta ilmiöstä: sitä voidaan pitää luonteeltaan ja lähtökohdiltaan tulkinnallisena tutkimuksena. Laadullista tutkimusta voidaan lisäksi kuvata prosessorientoituneeksi. (Kiviniemi 2001.)

Ihmistieteellisen tutkimuksen peruslähtökohtiin kuuluu pyrkimys loogiseen todisteluun (Alasuutari 2011, 32). Tutkimuksen teon kannalta fenomenologisessa ja hermeneuttisessa ihmis-käsityksessä keskeistä on kokemus, merkitys ja yhteisöllisyys. Tietokysymyksissä keskeisiä ovat muun muassa ymmärtäminen ja tulkinta. (Laine 2001.) Ihmistieteellisessä tutkimuksessa tarkoituksena on löytää todellisuutta ja ilmiötä kuvaavia malleja sekä yleisiä sääntöjä siitä, kuinka kyseinen ilmiö on hallittavissa. Ihmistieteellisen tutkimuksen kohteena on yleensä ihminen itse, jolloin heidän intentiot, pyrkimykset, motiivit, päämäärät, tavoitteet, mielikuvat ja asenteet vaikuttavat tutkimustuloksiin. Ihmistieteellinen tutkimus kohdistuu ihmiseen laajasti. Yksinkertaistaen ihmistieteellinen tutkimus voidaan jakaa neljään eri alueeseen, joita ovat toiminnan vastaanottajaa, toiminnan ensisijaista suorittajaa, toimintaa tai laajasti kaikkea toimintaa koskeva tutkimus. (Metsämuuronen 2006a.) Tutkimuksessani keskitytään toiminnan suorittajaa ja itse toimintaa koskevaan alueeseen.

6.1 Aineistonkeruun suorittaminen

Laadullisessa tutkimuksessa yleisimmin käytetyt aineistonkeruumenetelmät ovat haastattelu ja kysely (Hirsjärvi & Hurme 2000; Kiviniemi, 2001; Tuomi & Sarajärvi 2009, 71–74; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2012, 205). Haastatteluita ja kyselyitä voidaan käyttää myös rinnakkain tai eri tavoin yhdisteltynä (Tuomi & Sarajärvi 2009, 71–74; Eskola & Vastamäki 2015). Käytin tutkimuksessani molempia laadullisen tutkimuksen menetelmiä kahdessa eri vaiheessa. Valitsin käytettäväksi molemmat aineistonkeruumenetelmät, kyselyn ja haastattelun, koska niiden avulla voidaan saada vastauksia siihen, mitä ihminen ajattelee tai miksi hän toimii niin kuin toimii (ks. Tuomi & Sarajärvi 2009, 71–74; Eskola & Vastamäki 2015).

Haastattelu ja kyselylomake ovat molemmat tietoisuuden ja ajattelun sisältöihin kohdistuvia menetelmiä (Hirsjärvi & Hurme 2000).

Kyselyn tarkoituksena minulla oli selvittää, tekeekö seura hyväntekeväisyystyötä ja millaista mahdollinen hyväntekeväisyystyö on (liite 1). Lomakekyselyssä kysyin siis tutkimuksen tavoitteen kannalta merkityksellisiä asioita (ks. Tuomi & Sarajärvi 2009, 71–75). Usein kyselyihin sisältyy myös vastaajia itseään koskevia taustakysymyksiä, esimerkiksi koulutustausta tai ammatti (Hirsjärvi ym. 2012, 195, 197). Kysyin kyselyn alussa taustakysymyksiä vastaajien nimikkeestä seurassa, seuran jäsenmäärästä, budjetista ja lajimäärästä. Laadullisessa tutkimuksessa tutkimusjoukon valinnassa on tärkeää, että heillä on tietoa tai kokemusta tutkittavasti ilmiöstä mahdollisimman paljon (Tuomi & Sarajärvi 2009, 85; Hirsjärvi ym. 2012, 164).

Taustakyselyn yhteydessä lähetin osallistujille lyhyen saatekirjeen tutkimuksen tarkoituksesta ja siihen osallistumisesta (liite 2). Saatekirjeessä oli tietoa kyselyn tarkoituksesta, tärkeydestä ja merkityksestä niin vastaajalle itselleen kuin yleisesti tutkimukselle. Lähetin tutkimuksesta erillisen saatekirjeen, koska tieto tutkimuksesta ja sen tärkeydestä voi auttaa motivoimaan tutkittavia vastaamaan kyselyyn (ks. Hirsjärvi ym. 2012, 204).

Tutkimuksen toisessa vaiheessa valitsin taustakyselyn perusteella haastatteluun ne hyväntekeväisyystyötä tehneet seurat, jotka olivat halukkaita osallistumaan myös haastatteluun. Haastattelun etuna on tutkimushenkilöiden rajaaminen koskemaan niitä, kenellä uskotaan olevan kokemusta tai tietoa tutkittavasta asiasta (Tuomi & Sarajärvi 2009, 71–75). Valitsin haastattelun toiseksi tutkimusmenetelmäksi, koska kyseessä oli vähemmän kartoitettu alue, jolloin vastauksia oli vaikea arvioida etukäteen. Halusin myös sijoittaa haastattelussa saadut vastaukset osaksi laajempaa kokonaisuutta. Valintaani käyttää haastattelua puolsi myös se, että haastattelu on hyvä menetelmä tilanteissa, joissa tutkimuksen aihe tuottaa vastauksia monitahoisesti ja moniin eri suuntiin. Tutkimustarkoituksessa haastattelu tulee ymmärtää systemaattisena tiedonkeruun menetelmänä, jonka tavoitteena on saada mahdollisimman luotettavia ja päteviä tietoja (ks. Hirsjärvi ym. 2012, 205–208).

Haastattelut suoritin käyttämällä puolistrukturoitua yksilöhaastattelua (ks. Metsämuuronen 2006b; Tuomi & Sarajärvi 2009, 75; Hirsjärvi ym. 2012, 210). Haastattelumenetelmistä valitsin teemahaastattelun, koska se koostuu joukosta teemoja, joista haastatteliija haluaa keskustella haastateltavan kanssa (ks. Tuomi & Sarajärvi 2009, 75; Eskola & Vastamäki 2015). Teemahaastattelu perustuu ennalta valittuihin teemoihin, mutta kysymysten muotoa tai esittämisjärjestystä ei ole tarkkaan määritelty (Metsämuuronen 2006b). Kysymysten tarkan muodon ja järjestyksen puuttuminen tuo myös joustoa haastattelutilanteeseen. Puolistrukturoidun haastattelumuodon valintaani vaikutti se, että puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset ovat kaikille haastateltaville samat, mutta haastateltavilla ei ole käytössään valmiita vastausvaihtoehtoja, vaan jokainen haastateltava saa vastata kysymyksiin omin sanoin (ks. Eskola & Vastamäki 2015).

Teemahaastatteluisissa haastattelurunko koostuu yksityiskohtaisen kysymysluettelon sijaan teema-alueuettelosta (Hirsjärvi & Hurme 2000). Varmistin käyttämäni teemarungon (liite 3) avulla, että kaikki teemat tuli läpikäytyä jokaisen haastateltavan kanssa. Tutkimustehtäväni sitoi tutkimuskokonaisuuden yhteen ja oikeutti erilaisten kysymysten esittämisen (ks. Eskola & Vastamäki 2015). Haastatteluaineistoa varten luomani teemahaastattelurungon muodostin perehtymällä tutkittavaan ilmiöön ja siihen liittyviin taustatekijöihin tutkimuskirjallisuuden ja aikaisemman tutkimuksen avulla (ks. Hirsjärvi & Hurme 2000, 66–67; Eskola & Vastamäki 2001). Haastattelurungon lopullisen muodon syntymiseen vaikutti myös luova ideointi sekä saamani palaute muilta graduseminaarilaisilta ja ohjaajilta. Muodostin haastattelurungon teema-alueuetteloista yksityiskohtaisten kysymysluetteloiden sijaan. Varsinaiset haastattelukysymykset muodostin haastattelutilanteissa teema-alueiden mukaan. Annoin haastatteluiden lopussa kaikille haastatelluille mahdollisuuden vapaaseen sanaan ja omien vastaustensa täydentämiseen.

Ennen varsinaisia tutkimushaastatteluita on hyvä tehdä muutama esihaastattelu (Hirsjärvi & Hurme 2000; Eskola & Vastamäki 2015). Esihaastattelut tehdään, kun haastattelurunko on valmis (Hirsjärvi & Hurme 2000). Esihaastatteluiden avulla voidaan harjoitella haastattelun toteutusta ja kokeilla haastatteluerojen toimivuutta (Hirsjärvi ym. 2012, 211). Esitetasin teemahaastattelurunkoni yhden kerran ennen varsinaisten tutkimushaastatteluiden tekemistä alkuvuodesta 2016. Esitetaukseni kohdistui yhteen haastatteluaineiston ulkopuoliseen henkilöön, jolla oli kokemusta urheiluseuratoiminnasta. Koska tekemäni esitetaus kohdistui tutkimuksen ulkopuoliseen henkilöön, en ottanut esitetausta mukaan varsinaiseen tutkimusaineistoon. Esitetauksen tein, koska halusin testata haastattelurunkoa, aihepiirien järjestystä ja kysymysten muotoilua, jotta pystyin muuttamaan varsinaista teemahaastattelurunkoa vielä ennen aineiston keräämistä (ks. Hirsjärvi & Hurme 2000, 72). Esitetauksen jälkeen en tehnyt haastattelurunkoon suurempia muutoksia. Tarkensin kuitenkin teemoja ja muutin hieman niiden järjestystä. Keräsin ennen jokaista haastattelua kaikilta haastatelluilta tutkimukseen osallistumisesta koskevan suostumuksen (liite 4).

6.2 Aineiston analyysin eteneminen

Laadullisessa tutkimuksessa voidaan kyselyyn vastanneet henkilöt luokitella vastaustensa perusteella omiin luokkiinsa (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75). Kokosin kyselylomakkeesta saadut vastaukset SPSS-tiedostoon. Analysoin taustakyselyn tulokset hyvin yksinkertaisesti jaotteleamalla tulokset sen mukaan, mitkä seurat tekivät hyväntekeväisyyttä. Luokitusten avulla sain selville, mitkä seurat vastasivat tutkimustehtävän tarkoituksiin eli olivat osallistuneet hyväntekeväisyyteen. Kyselylomakkeen vastausten analysoinnin jälkeen siirryin analysoimaan haastatteluita.

Ymmärtämiseen tähtäävässä tutkimuksessa käytetään useimmiten laadullista analyysia ja päätelmien tekemistä (Hirsjärvi ym. 2012, 164, 224). Vaikka laadullisessa tutkimuksessa aineis-

ton analysointia voidaan pitää aineistolähtöisenä (Kiviniemi 2001), täysin puhdas aineistolähtöisyys on käytännössä mahdotonta. Kaikki tutkijan tekemät ratkaisut ovat väistämättä teoreettisten käsitteiden ja tutkimusasetelman koskettamia. (Ruusuvuori, Nikander & Hyvärinen 2010.) Aineistoni analysointiin vaikuttivat ennen aineiston keräämistä ja analysoinnin aloittamista tekemäni taustakirjallisuuteen perehtyminen. Tutustuin taustakirjallisuusosiossa hyväntekeväisyyteen ja lahjoittamiseen liittyviin teorioihin, minkä seurauksena minulle oli muodostunut ennakkokäsitys hyväntekeväisyydestä ja siihen liittyvistä taustatekijöistä. Muodostamani ennakkokäsitys ohjasi aineiston analysointia ja antoi sille valmiin viitekehksen.

Analysoin haastatteluaineiston sisällönanalyysin avulla. Sisällönanalyysin avulla pyritään saamaan tiivistetty ja yleinen kuvaus tutkittavasta ilmiöstä. Aineistolähtöisessä sisällönanalyysissä käsitteitä yhdistellään, jotta saadaan vastaus tutkimuskysymykseen. Sisällönanalyysi perustuu tulkintaan ja päättelyyn, jossa empiirisestä aineistosta edetään kohti käsitteellisempää näkemystä tutkittavasta ilmiöstä. (Ks. Tuomi & Sarajärvi 2009, 103, 112.) Sisällönanalyysin vaiheet voidaan jakaa aineiston sisäistämiseen, karkeaan luokitteluun, tutkimustehtävän ja käsitteiden täsmentämiseen, ilmiöiden uuteen luokitteluun, saatujen luokkien puoltamiseen tai horjuttamiseen aineiston avulla sekä johtopäätösten ja tulkintojen tekemiseen (Metsämuuronen 2006b).

Aineistolähtöinen laadullisen aineiston analyysi etenee kolmevaiheisena prosessina, jonka vaiheet ovat 1) redusointi eli pelkistäminen, 2) klusterointi eli ryhmittely ja 3) aineiston abstrahointi eli teoreettisten käsitteiden luominen. Aineiston pelkistämässä analysoidava informaatio pelkistetään siten, että aineistosta karsitaan tutkimuskysymyksen kannalta epäoleellinen tieto pois. Pelkistäminen voi edetä niin, että litteroidusta aineistosta etsitään tutkimustehtävän kannalta oleelliset ilmaisut, jotka merkitään tekstistä esimerkiksi alleviivaamalla. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 108–109.) Toteutin aineiston sisällönanalyysin noudattaen edellä kuvattua analyysin kolmivaiheista etenemistä.

Yksi ryhmittelyyn ja luokitteluun liittyvä tärkeä lähtökohta on sopivan havaintoyksikön valitseminen. Havaintoyksikön määrittäminen on yhteydessä tutkimuskysymykseen. On tärkeää pohtia, liittyvätkö tutkittavat ilmiöt yksilöön, vuorovaikutukseen, ryhmään, yhteiskunnallisiin rakenteisiin, kulttuurisiin merkityksiin vai instituutioihin. (Ruusuvuori ym. 2010.) Tutkimuksessani havaintoyksiköksi valitsin yhden haastattelun. Valitsemani merkityskokonaisuudet olivat haastatteluissa ilmenneitä muutaman sanan kokonaisuuksia tai kokonaisia virkkeitä ja ajatuskokonaisuuksia.

Aineiston analysoinnissa jäsennetään aineistosta ne teemat, jotka ovat tutkittavan ilmiön kannalta tulkittavissa merkityksellisiksi. Aineistoa pyritään käsittelemään kokonaisvaltaisesti niin, että tutkittavaa ilmiötä pyritään ymmärtämään suhteessa sen kontekstiin. (Kiviniemi 2001.) Aineiston analysoinnissa lähdin liikkeelle tutustumalla litteroituun aineistoon lukemalla sen läpi useampaan kertaan. Analyysin ensimmäisessä vaiheessa, jota kutsutaan aineiston rajaukseksi, etsin aineistosta tutkimustehtävän ja -kysymysten kannalta merkityksellisiä asioi-

ta. Vastaukset tutkimustehtävään ja -kysymyksiin merkitsin aineistotekstiin erikseen. Käsitte-
lin litteroidun aineiston edellä mainitulla tavalla läpi merkitykselliset asiat erikseen merkiten.

Aineiston ryhmittelyssä aineistosta nousseet alkuperäisilmaisut käydään läpi ja niistä etsitään samankaltaisuuksia kuvaavia ilmaisuja. Samaa tarkoittavat ilmaisut ryhmitellään ja yhdistetään omaksi luokaksi ja luokalle annetaan sisältöä kuvaava nimi. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 110–111.) Pelkistin kaikki merkitykselliset kohdat lyhyemmiksi eli pelkistetyiksi ilmauksiksi. Pelkistämisen jälkeen kirjoitin pelkistetyt ilmaukset erillisille papereille. Siirryin seuraavassa vaiheessa aineiston ryhmittelyyn, jossa ryhmittelin pelkistetyt ilmaukset niiden samankaltaisuuden mukaan omiksi alaluokiksi. Tekemästäni pelkistämisestä ja sitä seuranneesta alaluokkien muodostamisesta toimii esimerkkinä alaluokkien ”Tehdään hyvää jollekin toiselle”, ”Autetaan niitä kenellä eniten tarpeita”, ”Urheiluseuratoiminta itsessään” ja ”Vapaaehtoistyö itsessään” muodostuminen taulukossa 1. Ryhmittelyvaiheessa muodostin yhteensä 214 alaluokkaa.

TAULUKKO 1. Esimerkki aineiston pelkistyksestä ja alaluokkien muodostamisesta.

| Alkuperäinen ilmaus | Pelkistetty ilmaus | Alaluokka |
|--|--|--|
| <i>Tehään jotain yleiseksi hyväksi että tavallaan muiden puolesta</i> | Yleiseksi hyväksi toimiminen muiden puolesta | Tehdään hyvää jollekin toiselle |
| <i>halua auttaa mutta sitä ei tehdä vaan sen takia että siitä voi jotenkin itse hyötyä vaan että voidaan auttaa toista</i> | Autetaan muita pyyteettömästi | |
| <i>tehdään jotain hyvää ja autetaan ehkä sellasia ihmisiä joilta jotain asioita puuttuu t</i> | Tehdään hyvää ja autetaan avun tarpeessa olevia | Autetaan niitä kenellä eniten tarpeita |
| <i>se on hyvän jakamista tahoille joilla sitä hyvää ei oo riittävästi tässä yhteiskunnassa</i> | Hyvän jakamista tahoille, joilta sitä puuttuu | |
| <i>hyväntekeväisyyttä tänäpäivänän urheiluseurat tekee joka päivä eli lasten eteen kun tehdään töitä ja kerätään sitä rahaa että millä saatais lapsille mahdollisimman halvalla liikuntaa jopa ilmaseksi se jos mikä on hyväntekeväisyyttä</i> | Urheiluseuratoiminta ja lasten liikunnan hyväksi toimiminen | Urheiluseuratoiminta itsessään |
| <i>no kyllähän tämmönen vapaaehtoistoiminta on suomessa hyväntekeväisyyttä koska se mahdollistaa esim urheiluharrastuksen</i> | Vapaaehtoistoiminta, joka mahdollistaa esimerkiksi urheiluharrastuksen | Vapaaehtoistyö itsessään |

Aineiston tiivistyminen tapahtuu, kun yksittäiset tekijät luokitellaan yleisempiin kokonaisuuksiin. Yhdistelyn seurauksena muodostuu alaluokkia, joita edelleen ryhmittelemällä syntyy yläluokkia ja lopulta pääluokkia. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 110–111.) Muodostin myös kaikista ryhmitellyistä alaluokista erilliset ryhmänsä, joita yhdistin edelleen niiden samankaltaisuuden mukaan uusiksi I-tason yläluokiksi. Käsitteellistin kaikki alaluokista muodostuneet I-tason yläluokat ja annoin niille luokkia kuvaavat nimet. I-tason yläluokkia muodostin yhteensä 77 kappaletta. Yhdistin näitä ensimmäisellä kerralla ryhmittelyn perusteella syntyneitä yläluokkia edelleen ryhmittelemällä niitä lisää samankaltaisuuden mukaan. Muodostin lopullisia II-tason yläluokkia 30 kappaletta. Sijoitin alaluokan muodostamisessa aiemmin esimerkkinä käytetyt alaluokat (taulukko 1) ensin I-tason yläluokkiin ”Hyvän jakamista sitä tarvitseville”, ”Avun tarpeessa olevien auttamista”, ”Hyvän tekemistä”, ”Muiden hyväksi toimimista”, ”Epäitsekkyys” sekä ”Urheiluseuratoiminta” ja ”Vapaaehtoistyö”. Kyseiset yläluokat sijoitin edelleen ryhmitellen II-tason yläluokkiin ”Muiden hyväksi epäitsekästä tekemistä” ja ”Urheiluseura- ja vapaaehtoistyö itsessään” (taulukko 2).

Aineiston abstrahoinnissa erotetaan tutkimuksen kannalta olennainen tieto ja sen perusteella muodostetaan teoreettisia käsitteitä tutkittavasta ilmiöstä. Käsitteellistämässä edetään alkuperäisinformaation sisältämistä kielellisistä ilmauksista kohti teoreettisia käsitteitä ja johtopäätöksiä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 110–111.) Jatkoisin aineiston analysointia ryhmittelemällä muodostamani II-tason yläluokat pääluokiksi. Pääluokat edustavat samalla myös tutkimukseni tuloksia, joita käsittelem tarkemmin myöhemmin. Käsitteellistin pääluokat niiden sisältöä kuvaavilla nimillä. Sijoitin esimerkkinä käyttämäni II-tason yläluokat, Muiden hyväksi epäitsekästä tekemistä ja Urheiluseura ja vapaaehtoistyö itsessään, ryhmittelyn jälkeen pääluokkaan ”Hyvää muille itseä hyödyttämättä” (taulukko 2). Yläluokkia ryhmittelemällä muodostin pääluokkia käyttämästäni aineistosta yhteensä kahdeksan kappaletta.

TAULUKKO 2. Esimerkki yläluokkien ja yhden pääluokan muodostamisesta.

| Alaluokka | I-tason yläluokka | II-tason yläluokka | Pääluokka |
|---|--|--|---|
| Hyvän jakamista niille, joilla ei ole sitä tarpeeksi. Huonompiosaisten auttamista. Autetaan niitä kenellä eniten tarpeita. Tehdään hyvää jollekin toiselle. Autetaan ilman että hyödytään itse siitä. Tehdään jotain yleiseksi hyväksi. | Hyvän jakamista sitä tarvitseville Avun tarpeessa olevien auttamista Hyvän tekemistä Muiden hyväksi toimimista Epäitsekkyys | MUIDEN HYVÄKSI EPÄITSEKÄSTÄ TEKEMISTÄ | |
| Vapaaehtois- ja nuorisotyö itsessään. Urheiluseuratoiminta, jota tehdään muiden hyväksi. Urheilun ja kolmannen sektorin toiminta laajemmin. Urheiluharrastuksen mahdollistaminen. Urheiluseurojen jokapäiväinen työ. Urheiluseuratoiminta. | Urheiluseuratoiminta Vapaaehtoistyö | URHEILUSEURA JA VAPAAEHTOISTYÖ ITSESSÄÄN | HYVÄÄ MUILLE ITSEÄ HYÖDYTTÄMÄTTÄ |

Jatkoin tulosten käsitteellistämistä yhdistelemällä luokituksia niin kauan kuin se oli sisällön kannalta järkevää ja mielekästä (ks. Tuomi & Sarajärvi 2009, 110–111). Tutkimusaineiston analysoinnissa tein lopulta tutkimuksen tekijänä päätöksen siitä, että luokkien yhdistely ja aineiston analysointi on suoritettu riittävällä tarkkuudella ja analysointi voidaan näin ollen lopettaa (ks. Tuomi & Sarajärvi 2009, 111; Eskola 2010).

Tutkimustehtäväni ”urheiluseurojen harjoittama hyväntekeväisyys, sen toteuttaminen ja mahdolliset vaikutukset” perusteella muodostin aineiston analyysivaiheessa kahdeksan eri luokkaa: (1) **Hyvää muille itseä hyödyttämättä**, (2) **Käytössä olevilla resursseilla toimimista**, (3) **Valmiiksi tarpeessa olevien aitoa tukemista**, (4) **Hyvän mielen ja hyödyn tavoittelua**, (5) **Imagon kohotus suuren yleisön ja arvostuksen avulla**, (6) **Verkostoitumista kuormi-**

tusta välttämättä, (7) Palkintona kaikkien osapuolten tyytyväisyys ja (8) Resurssien hyödyntäminen yleishyödylliseen käyttöön.

Käsittelen näitä kahdeksaa pääluokkaa tarkemmin seuraavassa tulosluvussa. Tutkimustuloksia raportoidessani esitän myös suoria lainauksia aineistostani. Lainauksia on muokattu luettavampaan muotoon muuttamatta kuitenkaan niiden keskeistä sisältöä. Olen merkinnyt ne tekstiin kursivoituina koodeilla *haastattelul1* ja niin edelleen.

7 TUTKIMUSTULOKSET

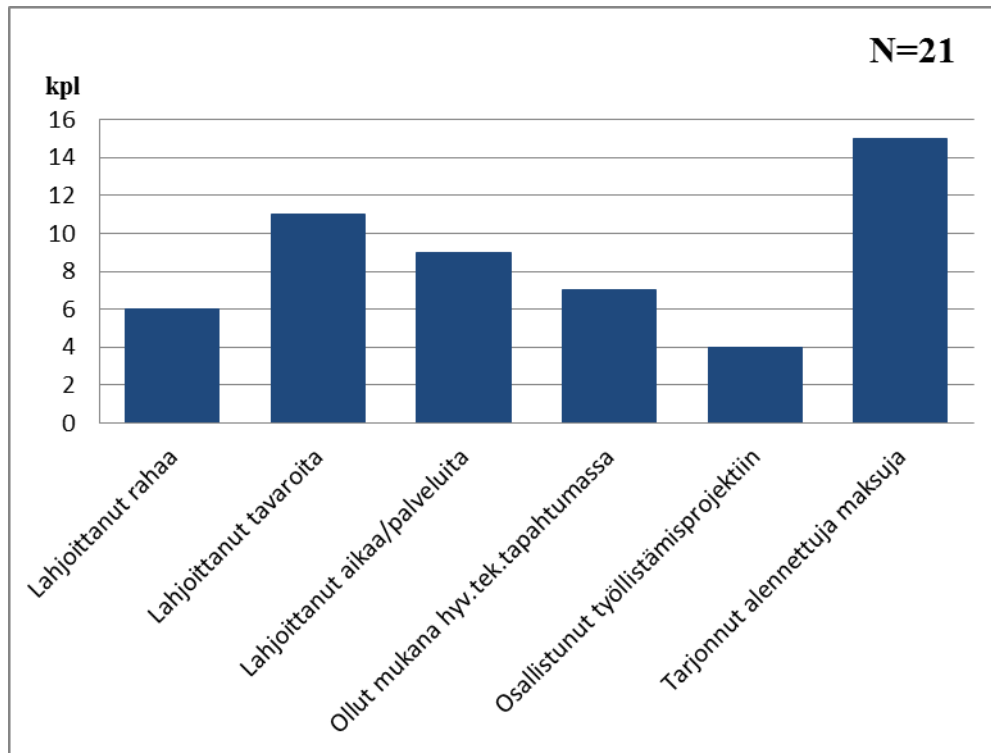
Ensimmäisessä tutkimustuloksia käsittelevässä alaluvussa esittelen ensin taustakyselyn tulokset urheiluseurojen osallistumisesta hyväntekeväisyyteen. Sen jälkeen käsittelen haastatteluiden antia siitä, miten urheiluseurojen edustajat käsittivät hyväntekeväisyyden, siihen vaikuttavat tekijät sekä hyväntekeväisyyteen liittyvät odotukset ja vaikutukset.

7.1 Taustakyselyn tulokset

Lähetin tutkimukseni taustakyselyn 40 seuralle ja sain vastauksen 30 eri seuralta. Kyselyyn vastanneista seuroista 21 ilmoitti tehneensä hyväntekeväisyystyötä. Suomisanakirja määrittää hyväntekeväisyyden käsitteen yksinkertaisesti huonompiosaisten auttamiseksi ja ihmisystävyydeksi. Hyväntekeväisyyden synonyymeina pidetään avustusta, lahjoitusta, tukemista, auttamista ja osallistumista. (Suomisanakirja s.a.) Suurin osa lahjoituksista, jotka koskevat yksittäisiä lahjoittajia ja yrityksiä ovat luonteeltaan hyväntekeväisyyttä (Sherry 1983).

Ihmiset voivat auttaa monin eri tavoin, esimerkiksi raha-avustuksilla ja vapaaehtoistoiminnalla (Pessi & Saari 2008, 66). Ihmisten auttamiseksi voidaan määritellä muun muassa auttaminen tekemällä, lahjoitukset ja järjestöjen säännöllinen tukeminen (Kuvaja 2010, 38–40). Myös tutkimukseni kyselyaineistossa nousi esille monia eri tapoja tehdä hyväntekeväisyyttä. Hyväntekeväisyyttä tehneistä seuroista kuusi oli lahjoittanut rahaa, yksitoista tavaroita, yhdeksän aikaa tai palveluita, seitsemän järjestänyt tai osallistunut hyväntekeväisyystapahtumaan, neljä osallistunut työllistämiprojektiin ja viisitoista osallistunut hyväntekeväisyystyöhön alennettujen harrastusmaksujen kautta (kuvio 1).

Suurin osa kyselyyn vastanneiden urheiluseurojen tekemästä hyväntekeväisyystyöstä oli tapahtunut kauden 2015 aikana (17 seuraa). Yksi seura ilmoitti osallistuneensa hyväntekeväisyyteen viimeksi vuonna 2014 ja kaksi seuraa ilmoitti tekevänsä hyväntekeväisyyttä jossakin muodossa jatkuvasti.



Kuvio 1 Kyselyyn vastanneiden (N=21) Keski-suomalaisten urheiluseurojen harjoittaman hyväntekeväisyyden eri muodot ja niiden yleisyys.

Esimerkkeinä hyväntekeväisyydestä seurat ilmoittivat tukeneensa vähävaraisia perheitä, mahdollistaneet ilmaisia harrastekouluja, lajikokeiluja ja lajin/taitojen opettamista lapsille sekä tarjonneensa f- ja g-ikäisille lapsille ilmaisen mahdollisuuden harrastamiseen. Seurat ilmoittivat lisäksi antaneensa kenttiä eri tapahtumien käyttöön, järjestäneensä erilaisia hyväntekeväisyystapahtumia sekä antaneensa kausikortteja ja fanitavaraa myyjäisiin ja arvontoihin. Myös ylimääräisiä välineitä ja varusteita oli seurojen toimesta kerätty ja lahjoitettu muun muassa kouluille ja erityisryhmille. Seurat olivat osallistuneet lisäksi maahanmuuttajille järjestettäviin toimintoihin ja työllistäneet siviilipalvelukseen osallistuvia, tarjonneet mahdollisuuden työharjoitteluun sekä oppisopimuskoulutukseen.

7.2 Aitoa hyvää avun tarpeessa oleville itseä hyödyttämättä

Haastatellut urheiluseurojen edustajat kuvailivat hyväntekeväisyyttä hyvin monipuolisesti ja eri näkökulmista. He pohjasivat kuvailunsa yleiseen käsitykseen hyväntekeväisyydestä, joka muodostui sekä oman seuran toiminnasta, että vastaajien henkilökohtaisista kokemuksista. Yleisesti ottaen urheiluseurojen edustajien vastauksissa oli havaittavissa sekä aineellista että aineetonta apua, jota annetaan hyväntekeväisyysmielessä. Esimerkkeinä aineellisesta avusta seurojen edustajat mainitsivat rahakeräykset ja erilaiset kampanjat eli taloudellisen avun antamisen. Hyväntekeväisyyteen lahjoittamiseen on aiemmassa tutkimuksessa todettu liittyvän kaksi merkittävää muotoa, jotka ovat aika ja raha (Lee & Chang 2007). Aineettomasta avusta

haastateltavat mainitsivatkin esimerkkeinä oman ajan antamisen, minkä lisäksi esille nousi vapaaehtoistoiminta laajana toimintana sekä hyvän mielen tuottaminen niin itselle kuin avun kohteelle.

”[Hyväntekeväisyys on] vähävarasten tai huonompiosasten auttamista jollakin keinoilla, joko rahallisesti tai jollakin keräyksellä.” Haastateltava 1.

”Se [hyväntekeväisyys] voi olla myös hyvää mieltä tai se voi olla aineellista asiaa.” Haastateltava 6.

Altruismissa on kyse auttamisesta eli toisin sanoen se on toimintaa toisen tai toisten hyväksi. Tavoitteena on näin ollen toisten hyvinvointi. (Pessi & Saari 2008, 14–20, 62; Pessi & Oravasaari 2011.) Hyväntekeväisyyden keskeisenä ajatuksena myös haastateltavat pitivät sitä, että autetaan ja jaetaan tai tehdään hyvää toisten hyväksi. Keskeistä avun tarjoamisessa oli haastateltavien mukaan juuri se, että sen kohde on joku muu kuin itse. Avun tarjoaminen tulisi olla pääasiassa pyyteetöntä eli siitä ei pitäisi hyötyä itse mitenkään ainakaan suoraan.

”Tehdään hyvää jollekin toiselle, että ei pyritä itse hyötymään mitenkään taloudellisesti tai muutenkaan.” Haastateltava 4.

Haastatteluissa nousi esiin myös laajemmin urheiluseura- ja vapaaehtoistoiminta. Monet urheiluseurojen edustajista näkevät jokapäiväisen urheiluseuratoiminnan jo itsessään eräänlaisena hyväntekeväisyytenä. Urheiluseuratoiminnasta heidän mukaansa tekee hyväntekeväisyyttä se, että siinä tehdään asioita muiden eli seuran jäsenten hyväksi tarjoamalla heille mahdollisuuksia harrastaa. Usein toimintaa pyritään pyörittämään vielä niin, että se olisi mahdollisimman edullista ja suuren joukon saavutettavissa. Samaan tapaan haastatteluissa perusteltiin myös vapaaehtoistyön hyväntekeväisyyslunnetta: siinä toimitaan toisten hyväksi saamatta juurikaan mitään hyötyä itselle.

”Laajemmin mun mielestä hyväntekeväisyyttä tänä päivänä urheiluseurat tekee joka päivä. Eli lasten eteen kun tehdään töitä ja kerätään sitä rahaa, millä saatais lapsille mahdollisimman halvalla liikuntaa, jopa ilmaiseksi, se jos mikä on hyväntekeväisyyttä.” Haastateltava 5.

Sadat tuhannet suomalaiset antavat työpanostaan urheiluseurojen hyväksi (Haltia 2016). Vapaaehtoistyö on perinteisesti määritelty palkattomuuden ja vapaaehtoisuuden kautta. Vapaaehtoistyö on palkatonta ja pakottamatonta toimintaa, jota tehdään toisten ihmisten tai yhteisön eduksi. (Pessi ja Oravasaari 2010, 9.) Yleisissä arvioissa on esitetty, että noin 500 000 suomalaista toimii huoltajina, valmentajina, toimitsijoina ja muissa mitä erilaisimmissa tehtävissä eri liikuntaseuroissa (Hossain ym. 2013). Kun vapaaehtoisuuden arvo muutetaan rahaksi Tilastokeskuksen työvoimakustannustutkimuksen mukaisen tuntihinnan mukaan, saadaan vapaaehtoistyön arvoksi 1,65 miljardia euroa vuodessa (Haltia 2016).

Auttaminen ja avun tarjoaminen sitä tarvitseville huonompiosaisille tiivistää monen haastateltavan ajatukset hyväntekeväisyydestä ja sen tarkoituksesta. Apua ja hyvän jakamista voidaan tehdä niin paikallisella tasolla esimerkiksi oman seuran ympärillä tai vastaavasti laajemmin yhteiskuntaa hyödyttäen. Vaikuttamista, oli se sitten pientä tai suurta, toisten hyväksi voidaan pitää yhtenä hyväntekeväisyyden ilmentymänä.

”Hyväntekeväisyys sanakin kertoo, että tehdään jotain hyvää ja autetaan ehkä sellasia ihmisiä, joilta jotain asioita puuttuu tai niillä ei oo mahdollisuuksia joihinkin asioihin, että se on varmasti aika laaja käsite.” Haastateltava 9.

Kuten edellä oleva sitaatti erään urheiluseuran edustajan haastattelusta osoittaa, hyväntekeväisyys on laaja käsite. Myös kirjallisuudessa on tuotu esiin se seikka, että hyväntekeväisyyttä, lahjaa ja lahjoittamista on vaikea määrittää yksiselitteisesti (Suomisanakirja s.a; Davies ym. 2010). Tätä edellä mainittua haastateltavan havaintoa tukee myös se, että kaikkien haastateltavien kuvaukset hyväntekeväisyydestä ja sen tarkoituksesta erosivat jonkin verran toisistaan. Erilaisista vastauksista huolimatta urheiluseurojen edustajien kuvailuista oli löydettävissä myös yhteneväisiä piirteitä, jotka voi tiivistää muiden, varsinkin avun tarpeessa olevien, auttamiseen. Vaikeasti määriteltävästä käsitteestä huolimatta kaikki haastateltavat onnistuivat kuvailemaan yleisesti hyväntekeväisyyden luonnetta yhteneväisesti tutkimuskirjallisuuden kanssa. Kirjallisuudessa käsitteeseen liitetään usein haastateltavien esiin nostamat huonompiosaisten auttaminen ja tukeminen (Suomisanakirja s.a.) sekä vapaaehtoistoiminta ja lahjoittaminen (Davies ym. 2010).

Haastateltavat mainitsivat hyväntekeväisyistyön kohteiden valintakriteereiksi heikommissa asemassa olevat. Lahjoittajien huolen hyväntekeväisyiskohteen hyvinvoinnista on havaittu yleisestikin motivoivan altruistiseen toimintaan (Ribar & Wilhelm 2002). Haastattelujen mukaan kohteen valinnan taustalla vaikuttivat yhteiskunnallisesti ajankohtaiset ja tärkeät asiat. Keskeistä kohteen valinnalle oli kuitenkin ennen kaikkea tuen tarpeellisuus. Toiveena hyväntekeväisyydelle ja tuen antamiselle oli myös sen jääminen paikalliselle alueelle.

”Korvat auki ja silmät auki kuunnellaan, mitä tässä meidän ympärillä tapahtuu ja mitä siellä vois tehdä.” Haastateltava 5.

Haastateltavat mainitsivat tasaisesti sekä seuran ulkopuolelta, että seuran sisältä tulevat vihjeet hyväntekeväisyiskohteista. Ehdotusten lähtökohtaa keskeisempää haastateltavien mukaan oli se, sopiiko kohde seuran omaan visioon ja strategiaan. Hyväntekeväisyyden ja sen kohteen tuli haastateltavien mukaan olla seurannäköistä toimintaa ja ennen kaikkea aitoa. Hyväntekeväisyistyössä yksi tärkeä huomioitava asia oli myös kohteen kunnioittaminen ja heidän toiveidensa noudattaminen esimerkiksi koskien julkisuutta.

”Se, mikä sopii meidän omaan visioon ja strategiaan eli on meidän näköstä. Eihän meidän kannata semmosta tehdä, mikä ei oo meidän näköstä,, että siitä ei tuu aitoa.” Haastateltava 11.

”Me ollaan asemoiduttu itse niin, että me ei haluttais hirveesti ratsastamalla ratsastaa sillä, että me tehdään hyvää. Me kunnioitetaan hirveen paljon sitä kohdetta, että jos kohde näkee siinä arvon, että haluaa tuoda sen esiin, niin me ollaan hyvin pitkälle menty semmosen julkisuuden ehdolla.” Haastateltava 6.

Tyypillisesti hyväntekeväisyysurheilutapahtumat liittyvät terveyteen tai sosiaalisiin ongelmiin ja niiden tarkoituksena on kerätä rahaa kohteelle ja lisätä myös tietoisuutta (Won ym. 2013). Useimmiten tutkimukseen osallistuneiden urheiluseurojen hyväntekeväisyyskohde oli jo valmiiksi tiedossa ja sitä oli aikaisemminkin tuettu. Eri kohderyhmistä mainittiin taloudellisesti heikossa asemassa olevat, sairaat sekä lapset ja nuoret. Lasten ja nuorten kohdella hyväntekeväisyyskohteena nähtiin erityisesti lasten ja nuorten liikunta sekä harrastusten tukeminen ja mahdollistaminen muun muassa tukemalla suoraan seuran junioritoimintaa. Haastateltujen seurojen kohderyhmät noudattavat samaa linjaa suomalaisten yleisesti tukemien hyväntekeväisyyskohteiden kanssa. Terveyteen ja lapsiin liittyvät asiat ovat suomalaisten eniten tukemia hyväntekeväisyyskohteita (Pessi & Saari 2008, 71–112, Kuvaja 2010, 37–41 Pessi & Orava-saari 2011).

7.3 Käytössä olevilla resursseilla toimimista

Vähentynyt valtion ja julkisen sektorin tuki on johtanut myös järjestöjen taloudellisten resursien laskuun ja hyväntekeväisyysjärjestöt ovat joutuneet kääntymään markkinoinnin puoleen lisätäkseen lahjoitustuloja (Hibbert & Horne 1995; Ogura 2014). Poikkeuksen yleiseen julkisen tuen vähentymiseen tuo Suomessa valtion liikuntamäärärahojen jakaminen, joka on kasvanut vuosien 2005–2014 välillä 70 miljoonaa euroa. Vuonna 2014 valtion liikuntamäärärahat olivat yhteensä 187,6 miljoonaa euroa ja vuodelle 2015 budjetoidut määrärahat kasvoivat jälleen ollen yhteensä 188,8 miljoonaa euroon. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016, 11–12.) On myös yleisesti tiedostettu tosiasia, että liikunta- ja urheiluseurat tarvitsevat riittäviä taloudellisia resursseja toimiakseen (Szerovay 2015). Haastateltavien urheiluseurojen edustajien useimmiten mainitut hyväntekeväisyyden taustatekijät liittyivätkin nimenomaan taloudellisiin resursseihin. Monet seurojen edustajista toivat esiin sen oleellisen seikan, että seuran arjen on ensin pyörittävä vakaasti ennen kuin voidaan laajentaa toimintaa hyväntekeväisyyden suuntaan. Seuran vakaaseen toimintaan vaikuttaa oleellisesti seuran talous, jonka on jätävä plus-salle.

”Tekis paljon paljon enemmän mielellään hyväntekeväisyyttä, kun ois taloudellisesti mahdollista eli meidän tehtävähän tietysti on, että me pysyttäis hengissä löytää ensin ne eurot, että on turha kuvitella, että me tehdään hyväntekeväisyyt-

tä, jos seura toimii aina pakkasella, talous on miinuksella ja ei voi sillon tyhjästä taskuista paljon antaa.” Haastateltava 5.

Taloudellisten resurssien lisäksi monilla liikunta- ja urheiluseuroilla on pulaa henkilöstöresursseista (Szerovay 2015). Suomalaisten seurojen on vaikea vastata tulevaisuuden haasteisiin ilman palkattua henkilöstöä, joka valmistelee vapaaehtoistyöntekijöiden toimia. Vapaaehtoistyön alkuperäinen kustannettava tuntihinta on vajaat kaksi euroa, mutta lopullinen tuntihinta nousee noin 12,5 euroon. Vapaaehtoistyön arvo nousee kuusinkertaiseksi siihen sijoitettuun summaan verrattuna. (Haltia 2016.) Näin ollen vapaaehtoisvoimin tehty seuratyö on omalla tavallaan erinomainen esimerkki hyväntekeväisyydestä.

Toinen haastatteluissakin usein mainittu taustatekijä liittyi nimenomaan riittävän henkilöstön määrään. Seuran vakaaseen toimintaan ja arjen sujuvaan pyörittämiseen tarvitaan haastateltavien mielestä riittävä määrä toimijoita. Riittämätön määrä tekijöitä kuormittaa samoja ihmisiä jatkuvasti ja vaikeuttaa toiminnan pyörittämistä. Tarvittavien henkilöiden ja toimijoiden lukumäärän lisäksi tärkeää haastateltavien mielestä oli henkilöstön motivaatio ja asenne toimintaan. Koska urheiluseuroissa on edelleen paljon vapaaehtoisia työntekijöitä, heillä tulee olla aitoa halua osallistua toimintaan.

”Semmonen järkevä määrä työntekijöitä seuroissa on sitten voimauttava vara, joka mahdollistaa paljon enemmän asioita.” Haastateltava 11.

Haltian (2016) mukaan vapaaehtoisten toimijoiden rekrytointi vaikeutuu tulevaisuudessa ihmisten yksilöllisten valintojen ja elämäntapojen korostuessa entisestään. Urheiluseuroilta vaaditaan tulevaisuudessa aiempaa parempaa organisointikykyä, jolla houkutella vapaaehtoisia mukaan toimintaan. Yksi ratkaisu vapaaehtoisten rekrytointiongelmien voisi olla operatiivisen henkilöstön palkkaaminen. Palkkatyöllä ei kuitenkaan voida korvata vapaaehtoistyön merkitystä. (Haltia 2016.)

Seuran omien toimijoiden lisäksi haastateltavat nostivat esiin yhteistyökumppaneiden ja muiden sidosryhmien osallistumisen ja motivaation. Riittävän laajan verkoston luominen oli yksi merkittävä edellytys seurojen hyväntekeväisyyteen osallistumisen kannalta. Vaikka haastateltavat korostivat hyvän verkoston luomista ja seuran ulkopuolisten toimijoiden merkitystä, urheilun pyyteettömät tekijät näyttävät esimerkiksi Haltian (2016) mukaan olevan aiempaa harvemmassa. Yritykset ovat alkaneet odottaa panostuksilleen parempaa vastinetta. Urheiluseuroilta odotetaan myös aiempaa ammattitaitoisempaa toimintaa. (Haltia 2016.)

”Tietenkin sitten siihen tarvitaan aina muitakin toimijoita, että kyllähän me aina tehdään nää yhteistyössä. Jos on kiinnostuneita toimijoita tässä ympäristössä, että nehän luo ne edellytykset, että me voidaan sitten yhteistyössä niiden kanssa tehdä. Meidän verkosto on aika laaja ja ympärillä on ihmisiä paljon, kun on pe-

rinteikäs seura, että sillä tavalla pystytään kyllä myös hyödyntämään heidän apuaan.” Haastateltava 9.

Talouden ja toimijoiden lisäksi haastatellut urheiluseurojen edustajat mainitsivat mahdollistaviksi tekijöiksi seuran ja toimijoiden tunnettavuuden, näkyvyyden ja maineen. Näiden tekijöiden ollessa kunnossa, seuran on helpompi lähteä mukaan ja lähestyä myös muita toimijoita hyväntekeväisyyden nimissä. Eräs haastateltava nosti esiin konkreettisena resurssina myös seuran pelaajat ja muut keulakuvat, joiden avulla hyväntekeväisyydelle voidaan saada lisää näkyvyyttä. Seuran pelaajien merkitys on oleellinen, koska he toimivat usein jo valmiiksi yhteisönsä roolimalleina (Alonso & O’Shea 2012).

”Kyllähän nää on ne vahvuudet eli kaikki täällä käytännössä kyllä melkein tietää meidät ja tärkeimmät keulakuvat, että pelaajat meillä edustaa. Pelaajat on meillä aika haluttuja, että kyllä aika pienellä voi saada suuren elämyksen sillon kun se aika pelaajalta löytyy, vaikka semmoselle lapselle, jolle se on ainutlaatuinen elämys.” Haastateltava 6.

Näkyvyyttä toivottiin hyväntekeväisyyskohteen lisäksi myös seuralle itselle. Muita epäpuhtaita taustatekijöitä, jotka vaikuttavat osallistumispäätökseen, olivat hyödyn saaminen itselle esimerkiksi hyvän mielen tai kokemuksen kautta sekä arvostuksen saaminen seuratoimijana. Edellä mainitut tekijät liittyvät ainakin osittain myös markkinointiin. Eräs haastateltava nosti esiin hyväntekeväisyyteen osallistumisen haasteeksi seuran ja hyväntekeväisyyden markkinoinnin puutteen niin seuran ulkopuolisille tahoille ja yhteistyökumppaneille kuin seuran sisällä vapaaehtoisillekin. Myös niin Hibbert ja Horne (1995) kuin Ogurakin (2014) huomauttavat, että hyväntekeväisyyden markkinoiden kasvu on johtanut myös kilpailuun hyväntekeväisyyden alalla, minkä vuoksi markkinoinnin merkitys on kasvanut entisestään. Markkinointi on merkittävä osa varainhankintaa, jonka avulla järjestöt kilpailevat tehokkaasti lahjoittajista. (Hibbert & Horne 1995; Ogura 2014.)

Konkreettisista hyväntekeväisyyteen osallistumisen mahdollistavista tekijöistä urheiluseurojen edustajat mainitsivat sopivan tapahtuman tai muiden puitteiden valmiina olemisen. Keskeistä edustajien mukaan oli myös se, että hyväntekeväisyydelle on olemassa valmiina riittävän rajattu projekti, joka on mahdollista toteuttaa. Konkreettinen projekti vaikuttaa myös toiminnan vaikuttavuuteen ja onnistumiseen, jotka olivat haastateltujen mukaan myös keskeisiä tekijöitä pohdittaessa hyväntekeväisyystoimintaan mukaan lähtemistä.

”Jos on semmonen juttu, mitä pystyy tekemään ja sitten on rajattu, ettei oo ihan mikään mieletön projekti niin helpompi lähteä mukaan.” Haastateltava 2.

Kaiken kaikkiaan urheiluseurojen edustajien käsitykset hyväntekeväisyyteen osallistumisen mahdollisuuksista voi tiivistää erään haastateltavan sanoihin siitä, että urheiluseurat haluavat ”olla mukana tässä yhteiskunnassa ja yhteiskunnallisissa asioissa yhtenä tekijänä niillä re-

sursseilla, millä pystytään”. Myös Pessin ja Saaren (2008) mukaan auttaminen kytkeytyy yhteiskunnalliseen rakenteeseen niin auttajan yhteiskunnallisen aseman ja auttamismahdollisuuksien kuin autettavan aseman ja omien mahdollisuuksien kautta. Yhteiskunnan rakenne puolestaan vaikuttaa olennaisesti siihen, kohtaavatko apua tarvitsevat ja sitä antavat toisensa. (Pessi & Saari 2008.)

7.4 Tavoitteena kaikkien osapuolten tyytyväisyys ja jonkinlaisen hyödyn saanti

Haastateltavien kertoessa omia kokemuksiaan seurojensa osallistumisesta hyväntekeväisyyteen yhtään varsinaista epäonnistumista tai huonoa kokemusta ei noussut esiin. Eräs urheiluseuran edustaja tiivistäi kokemuksensa toteamalla, että *”ei ne mun mielestä ykskään yritys oo epäonnistunut, että se on nyt aika vaikeekin kokonaan epäonnistua, jos jotakin saadaan es vähän siihen kohteeseen*”. Myös monet muut haastateltavat toivat esiin, että osallistuminen on aina ollut edes jonkinlainen onnistuminen ja ennen kaikkea positiivinen kokemus.

Vaikka tutkimukseeni osallistuneet urheiluseurojen edustajat eivät itse ole kohdanneet hyväntekeväisyyteen osallistumisesta mitään negatiivisia seurauksia, on toisenlaisiakin valtakunnallisia esimerkkejä olemassa. Esimerkiksi helsinkiläinen urheiluseura Tapanilan Erä joutui Rajat kiinni -kansanliikkeen negatiivisen huomion kohteeksi alkukeväästä 2016. Kyseinen urheiluseura on saanut vihapostia ja sitä vastaan järjestettiin mielenosoitus. Negatiivisen vihanpurkauksen kohteeksi urheiluseura joutui lähtemällä mukaan yhteistyöhankkeeseen, jonka tarkoituksena on mahdollistaa turvapaikanhakijoiden liikunta Tapanilan Erän organisoimissa ryhmissä. (Nikkilä 2016; Rantanen 2016.)

Hyväntekeväisyysurheilutapahtumien motiivit liittyvät usein solidaarisuuteen, osallistujien tietoisuuden lisäämiseen ja hyväntekeväisyyden tukemiseen (Filo ym. 2009). Tärkeintä haastateltavien mukaan kokemuksissa ja onnistumisissa on ollut hyväntekeväisyyskohteen tyytyväisyys ja onnellisuus. Osallistumisessa tärkeää on ollut kohteen saama näkyvyys ja tiedon jakaminen suurelle yleisölle.

”Kyllä kaikki on ainakin pieniä onnistumisia ollu, että kohteet ovat olleet onnellisia.” Haastateltava 6.

Lahjojen antamisen yhteydessä on todettu esiintyvän kolmenlaisia motiiveja. Lahjan antamisen motiivit liittyvät mielihyvän tuottamiseen muille, mielihyvän saamiseen itselle sekä ulkoapäin odotuksia tuottavaan toimintaan vastaamiseen. (Beatty ym. 1991.) Haastateltavia urheiluseurojen edustajia motivoi eniten hyväntekeväisyyteen nimenomaan hyvän mielen tuottaminen itselle ja muille sekä osallistuminen yleisen hyvän ja yhteisöllisyyden synnyttämiseen.

Useampi haastateltava mainitsi hyväntekeväisyyteen osallistumisen yhteydessä yhteiskunta-vastuun ja merkittävänä yhteiskunnallisena toimijana esiintymisen. Vähäisenkin avun tarjoaminen nähtiin merkittävänä asiana. Yhteisön yleisen hyvinvoinnin nähtiin hyödyttävän myös seuraa ja sen hyvinvointia. Urheiluseuroilta odotetaan tulevaisuudessa entistä suurempaa esiinmarssia koskien hyvinvointiyhteiskunnan ja alueellisen hyvinvoinnin edistämistä yhteistyössä kuntien ja valtion kanssa (Haltia 2016). Odotukset kohdistuvat ennen kaikkea urheiluseurojen paikallisen yhteisön tukemiseen (Alonso & O’Shea 2012). Haastateltavat kertoivat hyväntekeväisyyteen osallistumiseen vaikuttavan ja toimintaan motivoivan myös yhteisen hyvän ja seuran perinteiden vaaliminen.

”Urheiluseura on yks osa tätä yhteisöä, ja sitä kautta sitten, kun ihmisillä on tavallaan parempi olla, niin se on tietenkin meillekin hyväksi.” Haastateltava 9.

Haastateltavien mukaan hyväntekeväisyyden onnistuneeseen kokemukseen vaikuttaa myös seuran saama positiivinen palaute ja molemmin puolinen, sekä seuran että hyväntekeväisyyskohteen, saama hyöty. Myös epäpuhtaammat motiivit hyväntekeväisyyden taustalla kohdistuivat seuran jäsenten tyytyväisyyteen ja hyvään palautteeseen sekä uusien ihmisten houkuttelemiseen seuran toimintaan mukaan hyväntekeväisyyden varjolla. Myös hyväntekeväisyyden kautta jäsenmäärän ja -tyytyväisyyden lisäksi hyötyminen motivoi seuroja osallistumaan hyväntekeväisyyteen: näkyvyyden ja huomion saaminen houkutteli haastateltavia lähtemään mukaan hyväntekeväisyystapahtumiin.

”Siitä [hyväntekeväisyydestä] voi sitten tulla myös molemmin puolin [seuralle ja kohteelle] näkyvyyttä.” Haastateltava 11.

”Me ollaan saatu sen hyväntekeväisyysteeman, -kampanjan tai -tempauksen varjolla paikan päälle ihmisiä enemmän, kun mitä ehkä normaalisti oltais saatu.” Haastateltava 5.

Vaikka kaikki hyväntekeväisyyteen osallistumisen kokemukset olivat haastatelluilla urheiluseurojen edustajilla positiiviset, muutama haastateltava mainitsi myös joitakin osallistumisen haittapuolia. Suurimmat haasteet kokemusten perusteella liittyvät tekijöiden houkuttelemiseen ja toiminnan toteuttamiseen. Myös tavoitteista jääminen ja niiden saavuttamattomuus mainittiin pettymystä aiheuttavina tekijöinä. Haastateltavat kuitenkin tiedostivat, ettei kaikkeen pysty aina itse vaikuttamaan. Kuitenkin tilanteet, joissa odotuksiin ei pystytä vastaamaan, aiheuttavat kaikille osapuolille pettymyksen tunteita, vaikka osallistuminen ei olisikaan täysin epäonnistunut.

”Haasteita hyväntekeväisyydessä on aina ne tekijät, että nää kaikki asiat on vapaaehtoistoiminnassa tekijöiden omasta innokkuudesta kiinni.” Haastateltava 11.

”Tottakai siinä kun me tehdään ulkoliikuntaa ja ollaan säiden armolla hyvin paljon, niin monta kertaa sitten siinä on monta muuta tekijää, jotka vaikuttaa siihen hyväntekeväisyyden onnistumiseen. Ennen kaikkea johon ei itse voida vaikuttaa. Niin siinä on joskus pettymyksiä, että kun kelit on mitä sattuu ja sitten ei saavuta sitä tulosta, mitä ollaan ajateltu.” Haastateltava 5.

Osa haastateltavista toi esiin myös odotusten kohtuuttomuuden. Osa on törmännyt seuratyön arjessa siihen, että urheiluseuroilta odotetaan liikoja ja heidän vastuulle annetaan liikaa tehtäviä. Kuvajan (2010) mukaan rakennemuutokset ja julkisen sektorin heikko taloudellinen tilanne on herättänyt Suomessa laajemminkin keskustelua siitä, missä määrin hyvinvointivaltion tehtäviä on siirtymässä kolmannelle sektorille. Esimerkiksi SPR:n Colliander huomauttaa, että tulevaisuudessa kolmannelta sektorilta edellytetään nykyistä suurempaa roolia ihmisten jaksamisen ja hyvinvoinnin ylläpitäjänä. (Kuvaja 2010, 53, 91.) Liikunnan ja urheilun toiminnassa ei ole olemassa yhtä yhtenäistä yhteisöä, mikä takaa toiminnan laajuuden ja sitä kautta myös mahdollisuuden yleisten yhteiskunnallisten vastuiden hoitamiseen (Heikkala 2009). Haastateltavien mukaan liian suuret odotukset johtavat juuri tilanteisiin, joissa tavoitteista jäädään ja keskeinen tulos on pettymys. Liian suurten odotusten tavoittelu on haastateltavien mukaan kuormittavaa.

”Välillä on vähän semmonen tilanne, että odotetaan jopa liikoja meiltä ja oletetaan, että me tehdään ilmaseks sitten kaikenlaista juttua. Hyvin helposti törmää ajatukseen, että tähän hoidatte tämän ja teillä on intoa tähän.” Haastateltava 2.

Tärkeimmäksi voimavaraksi ja liikkeelle saavaksi voimaksi haastateltavat mainitsivat kuitenkin halun auttaa ja sen taustalla vaikuttavat intohimot ja kiinnostukset hyväntekeväisyyttä kohtaan. Ilman halua ja kiinnostusta tehdä hyväntekeväisyyttä asioihin vaikuttaminen ja tulosten aikaansaaminen voivat jäädä heikommalle tasolle. Vaikka hyödyt seuralle houkuttelevatkin, taustalla täytyy olla myös puhtaasti hyväntahtoista motivaatiota hyväntekeväisyyteen. Ilman niitä toiminta ei ole tehokasta, vaikuttavaa tai kestävää.

”Ei kyllä kauheesti mietitä kun lähdetään tekemään, että saadaanko me jotain siitä, että kyllä se lähtee siitä inhohimosta ja kiinnostuksesta.” Haastateltava 2.

Osallistumisen ja onnistumisen kokemukset itsessään ovat olleet hyvin palkitsevia ja motivoineet haastateltavia hyväntekeväisyystoimintaan jatkossakin. Myös aiempien tutkimusten mukaan motiivit osallistua urheilun avulla hyväntekeväisyyteen liittyvät muun muassa sosiaaliin vaikutuksiin ja haluun auttaa muita (Won ym. 2013).

7.5 Imagon kohotus ja yleishyödyllisyys suuren yleisön sekä arvostuksen avulla

Urheiluseurojen edustajilta kysyttiin haastattelussa heidän odotuksiaan hyväntekeväisyyteen osallistumisesta. Vaikka useimmat seurat mainitsivat, että hyväntekeväisyys itsessään ja muiden auttaminen on tärkeää, haastateltavat toivat esiin kattavasti myös erilaisia epäpuhtaita hyödyn tavoitteluita ja toiveita koskien hyväntekeväisyystoimintaa. Suurimmat seuran saamiin hyötyihin ja niiden tavoitteluun liittyvät seikat koskivat positiivisen imagon tavoittelua sekä tunnettavuutta ja näkyvyyttä omalle seuralle. Hyväntekeväisyyden nähdään luovan myönteistä mielikuvaa, jolla odotusten mukaan on vaikutusta seuran hyväksyntään ja brändiarvon nostoon seurojen toimintaympäristössä. Hyväntekeväisyydellä voidaan myös pyrkiä parantamaan jo särön kokenutta imagoa, kuten valioliigaseura West Bromwich Albionin kannattajat osoittivat omalla toiminnallaan. Kannattajat paikkasivat seuran fanin tönkyä katsojakäytöstä lahjoittamalla yhden ottelun aikana kerätyt kolikot hyväntekeväisyyteen. (Kosunen 2016.)

Hyväntekeväisyydessä mukana olo vaikuttaa haastateltavien mukaan seuran vastuullisuuteen ja tekee seuran kiinnostavaksi positiivisen maineen kautta. Yhteiskuntavastuun kantamisella on todettu olevan myönteinen vaikutus urheiluseurojen maineeseen (Walker & Kent 2009). Seurat voivat käyttää yhteiskuntavastuuta esimerkiksi imagon parantamiseen (Sheth & Babiak 2010). Myös urheilun fanit suhtautuvat yleisesti myönteisesti urheiluseurojen yhteiskuntavastuun kantamiseen (Walker & Kent 2009).

”Kyllä me tietysti katotaan, että sellasta myönteistä seuran mielikuvaa edistää. Me tarvitaan tähän pehmeitä arvoja, kun me ollaan kuitenkin aika kovassa ammattuurheilussa, niin kyllä tää auttaa semmoseen hyväksyntään, mitä seura tarttee. Ja kyllä se myös meidän brändiarvoa nostaa, että kyllä nostaa meidän vastuullisuutta.” Haastateltava 6.

Imagon nosto on yhteydessä myös suuren yleisön tavoitteluun. Haastateltavat mainitsivat, että hyväntekeväisyyteen osallistumisella on ollut ja voi tulevaisuudessa edelleen olla merkittävä vaikutus katsojien, harrastajien ja muiden seuratoimijoiden mukaan saamiseen. Hyväntekeväisyyteen osallistumisen nähtiin olevan hyvä keino saada ihmiset yleisesti innostumaan seuran toiminnasta, mistä on hyötyä myös seuralle. Haastateltavat perustelivat hyväntekeväisyystoiminnan avulla jäsenmäärän ja katsojamäärien kasvattamista taloudellisilla hyödyillä: jäsenmäärä vaikuttaa esimerkiksi seuran saamiin avustuksiin ja katsojamäärät tuovat tuloja seuralle.

Suomalaisia urheiluseuroja kohtaa tulevaisuudessa suuri haaste, joka johtuu eri tekijöiden yhteisvaikutuksesta. Nämä tekijät ovat jaettavissa vapaaehtoisten rekrytointiin, urheilun tukijoihin sekä urheilun yhteiskunnallisiin tehtäviin ja suuren yleisön kiinnostukseen. (Haltia 2016.) Hyväntekeväisyystoiminnalla voidaan vaikuttaa toimijoiden mukaantuloon ja lisätä suuren yleisön kiinnostusta urheiluun. Suuremman yleisön tavoittelu ja taloudellisen tilanteen

parantaminen puolestaan voivat helpottaa hyväntekeväisyyteen osallistumista. Näin ollen nämä seikat ovat myös positiivisesti yhteydessä toisiinsa. Haasteiden ohella urheiluseuroilla on edelleen paljon käyttämättömiä mahdollisuuksia. Urheiluseurat itsessään ovat jo keskeinen osa alueellisen sosiaalisen pääoman rakentumista (Haltia 2016).

”Tottakai jos saadaan ihmisiä innostumaan seuran toiminnasta, ja ne tulee seuratoimintaan mukaan ja sitä kautta saadaan heille hyviä kokemuksia ja hyviä fiiliksiä siitä. Sitten tietenkin seuran jäsenmäärä kasvaa, niin sehän on erittäin positiivinen asia. Kyllähän siinä taka-ajatuksena aina on se, että seura tulee kiinnostavaksi niiden kautta myös.” Haastateltava 9.

Haastateltavat odottavat ja toivovat hyväntekeväisyystoiminnan luovan jatkuvuutta myös seuran toiminnalle. Hyväntekeväisyydellä nähtiin olevan mahdollisuuksia vaikuttaa seuran jäsenmäärien myötä myös resurssien laajentamiseen ja sitä kautta myös seuratoiminnan kasvamiseen. Seuran aseman vankistaminen ja toiminnan vakauttaminen puolestaan haastateltavien mukaan voivat luoda paremman väylän myös rahoituksen saamiseen. Näin ollen haastateltavat siis odottavat hyväntekeväisyyteen osallistumisen hyödyttävän myös seuraa helpottamalla sen toimintaa monella tavalla. Altruismilla voi parhaimmillaan olla positiivinen vaikutus sekä auttajan että vastaanottajan hyvinvointiin. Vastaanottaja voi muun muassa saada lisää resursseja käyttöönsä, jonka lisäksi auttaminen voi lisätä molempien osapuolten onnellisuutta. (Pessi & Saari 2008, 18–28.)

”Aina tehdään mitä hyvänsä, niin kyllä siellä tietysti on tavoitteena myös, että saatais jatkuvuutta ja voitais taas entistä enemmän tehdä hyväntekeväisyyttä.” Haastateltava 5

Useat haastateltavat mainitsivat myös urheiluseurojen arvostuksen lisääntymisen hyväntekeväisyyden avulla. Haastateltavien mukaan urheiluseuratoimintaa voidaan pitää itseisarvona ja hyväntekeväisyyden kautta toiminnan arvostusta ja merkitystä yhteiskunnallisena toimijana voidaan tuoda paremmin esiin. Hyväntekeväisyys antaa myös pohjan laajemmalle yhteiskuntavastuun toteuttamiselle, minkä seurauksena seurat odottivat saavansa vaikutusvaltaa ja vaikuttavan toimijan statuksen. Yhteiskuntavastuu ja eri toimijoiden rooli suhteessa siihen on nykyisin vahvasti esillä julkisessa keskustelussa. Pessin ja Saaren (2008) mukaan altruismi on yhteistoiminnan perusta ja yhteistoiminta puolestaan edelleen edistää auttamishalua ja -arvoja. Tieto ihmisten auttamishalusta kertoo yhteiskunnan tilasta ja antaa vihjeitä siitä, mihin suuntaan yhteiskunnassa vallitsevat asenteet ja ihmisten väliset suhteet ovat kehittymässä. (Pessi & Saari 2008.)

”Se [hyväntekeväisyys] kuitenkin tuo meille vaikutusvaltaa ja myös joskus tukea ja päästään asioihin paremmin vaikuttamaan.” Haastateltava 2.

”No on se ainakin lisännyt sitä arvostusta, kun keskustelee seurasta, niin ihmiset sanoo, että teillä on se hyvä juniorityö ja te ootte menestynyt viime vuonna, että ette te mikään ihan rupusakki oo enää.” Haastattelu 10.

Kuten jo aikaisemmin mainitsin, haastateltavat nostivat yhdeksi merkittäväksi hyväntekeväisyystyötä mahdollistavaksi tekijäksi verkoston luomisen. Vastaavasti vaikutuksia arvioitaessa haastateltavat mainitsivat, että osallistuminen hyväntekeväisyyteen on mahdollistanut tapahtumissa verkostoitumisen ja uusien tukijoiden saamisen. Mikäli seura on pystynyt osoittamaan, että sillä on hyväntekeväisyystoimintaa, seura on haastateltavien mukaan pystynyt houkuttelemaan itselleen hyväntekeväisyyden lisäksi sponsoreita ja yhteistyökumppaneita positiivisen imagon avulla.

”Ollaan [hyväntekeväisyyden kautta] tutustuttu sponsoreihin ja saatu sitä kautta sponsorit meidän tukijaksi. Sitä kautta nään, että on mahdollista sellanen verkostoituminen. Kun on mukana paikallisten auttamisessa ja tämmösissä, niin sitten sitä kautta saa enemmän ja paremmin jalansijaa.” Haastateltava 4.

Parhaimmillaan hyvinvointivaltio on instituutio, joka muistuttaa toinen toisiamme muiden auttamisesta, oikeudenmukaisuudesta ja tasa-arvosta sekä itse elää todeksi näitä ihanteita ja tavoitteita. Kypsään yhteiskunnalliseen toimintaan kuuluvat tiedolliset aspektit eli tieto ja ymmärrys instituutioista sekä eettisistä ja demokraattisista periaatteista. Lisäksi motivaatio eli halu toimia oikein sekä tavoitteet, arvot ja itse käytännön toiminta kuuluvat osaksi kypsää yhteiskunnallista toimintaa. (Pessi & Saari 2008, 226–232.)

7.6. Yhteenveto tuloksista ja johtopäätökset

Adloffin (2006) mukaan lahjojen avulla hyväntekeväisyyslahjoittajat voivat osoittaa mihin he haluavat kuulua ja miten toteuttaa yhteisvastuutaan. Lahjoitusten taustalla on yhteenkuuluvuuden ja samaistumisen tunne kohteen kanssa. Hyväntekeväisyyden ulkopuolelle voivat vastaavasti jäädä kohteet, jotka tuntuvat kaukaisilta ja vähemmän samaistuttavilta. (Adloff 2006.) Haastattelemani urheiluseurojen edustajat korostivatkin vastauksissaan hyväntekeväisyyskohteen valinnassa tuen tarpeellisuutta. Kohteen valinnan taustalla vaikutti myös hyväntekeväisyyden ja tuen jääminen paikalliselle alueelle hyödyttämään myös seuran aluetta. Paikallisuus ja tuen tarpeellisuus tukevat toisiaan niin, että paikalliset tuen tarpeet on helpompi havaita. Paikalliselle alueelle jäävän tuen hyödyllisyys on lisäksi helpompi arvioida, jolloin tuen tarpeellisuus näkyy myös konkreettisemmin käytännössä. Toinen ratkaiseva tekijä hyväntekeväisyyskohdetta valitessa on kohteen sopiminen seuran omaan visioon ja strategiaan. Hyväntekeväisyyden luonteen ja sen kohteen tuli haastateltavien mukaan olla seurannäköistä toimintaa, mikä vaikuttaa myös tuen antamisen aitouteen.

Haastateltavat korostivat vastauksissaan hyvän ja laajan tukiverkoston luomista seuran ulko-
puolisten toimijoiden kanssa. Verkostoituminen edesauttaa ja helpottaa seuroja lähtemään
mukaan hyväntekeväisyyteen tarjoamalla muun muassa resursseja osallistumiseen. Harju
(2005) korostaa, että nykyään yhteiskunnassa ei juurikaan menestytä toimimalla yksin, joten
eri toimijoiden on jopa välttämätöntä verkostoitua keskenään. Tämä koskee niin yksilöitä kuin
järjestöjäkin. Verkostoitumisen avulla käytettävissä olevat resurssit tulevat mahdollisimman
tehokkaaseen käyttöön hyödyntämällä jokaisen omaa ydinosaamista. Verkostojen rakentami-
sen lähtökohtana voi olla eri toimijoiden luoma verkosto tai eri toimintojen tai palveluiden
aikaansaanti ja toteuttaminen. (Harju 2005.) Yksi merkittävä näkökulma käytännön työstä,
mikä haastatteluissa tuli seurojen edustajien puheissa esiin, oli se, että yhdessä tekeminen ja
useiden toimijoiden panoksen hyödyntäminen edistävät osallistumista ja vaikuttavat parem-
paan lopputulokseen. Tukemalla toisia kansalaistoimijoita voidaan siis yhdessä vaikuttaa pa-
rempaan lopputulokseen ja tukea paremmin apua tarvitsevia.

Toiminnan laajentuessa ja kasvaessa näyttävät Haltian (2016) mukaan kasvavan myös odo-
tukset vastikkeellisuudesta. Pyyhtisen (2014) mukaan ihmisten kasvavat odotukset jonkinlai-
sesta korvauksesta ja vastavuoroisuudesta näyttävät lisääntyvän. Vapaaehtoinen ja samalla
epäitsekäs lahja voidaan nähdä pelkästään petoksena ja harhakuvitelmana. Vaikka lahjan an-
tamisesta ei saisikaan suoraa hyötyä, se ei tarkoita sitä, ettei antaja toivoisi hyötyvänsä siitä
jotenkin, oli se sitten valtaa muihin nähden tai sosiaalista hyväksyntää. (Pyyhtinen 2014, 16–
36.) Pessi ja Saari (2008) tuovat esiin rationaalisen valinnan teorian, jonka mukaan ihmisten
oletetaan toimivan ensisijaisesti oman etunsa mukaisesti ja arvostavan enemmän materiaalisia
kannustimia kuin kiitosta, arvostusta tai hyvää mieltä. Ihmisen käyttäytyminen sisältää kirjon
äärimmäisestä egoismista puhtaaseen altruismiin. (Pessi & Saari 2008, 14, 210.)

Pyyhtisenkin (2014) esiin nostamat hyödyn tavoittelut ja vastavuoroisuuden odotukset tulivat
esiin haastateltavien omissa odotuksissa hyväntekeväisyydeltä. Suurimmat seurojen odotukset
kohdistuivat seuran imagoon, tunnettavuuteen sekä näkyvyyteen. Näitä asioita seurat siis vas-
tavuorisesti odottavat saavuttavansa osallistumalla muiden tukemiseen ja hyväntekeväisyy-
teen. Myös kuluttajakäyttäytymisen tutkijoiden mukaan lahjoittajien käyttäytymisen motiivina
on lahjoituksen myötä koettuja etuja, joita ovat muun muassa itsetunnon kohoaminen, julki-
sen tunnustuksen saaminen, tyytyväisyyden kokeminen kiitollisuuden kautta sekä syyllisyy-
den ja velvollisuuden tunteiden helpottaminen. Yksilöiden lahjoittamisen motiivina näyttää
olevan ennakoitu hyöty muiden auttamisesta itselle. Ihmiset tukevat hyväntekeväisyyttä, kos-
ka he uskovat sen tarkoitukseen. (Hibbert & Horne 1995.)

Hyväntekeväisyyteen voi positiivisten odotusten lisäksi liittyä myös paljon negatiivisia odo-
tuksia tai toiveita varsinkin ulkoapäin. Osa haastatelluista toi esiin, että on seuratyön arjessa
törmännyt liian suuriin odotuksiin. Heillä oli itsellään kokemuksia siitä, että heidän vastuul-
leen oli siirretty liikaa tehtäviä. Yksittäiset seuratoimijat korostivat haastatteluissaan sopivia
resursseja suhteessa toimintaan ja odotettaviin tuloksiin. Odotusten ja toiveiden kohdalla on
hyvä myös muistaa huolehtia siitä, että tekijät saavat kiitosta ja arvostusta tekemästään työstä.

Liian suuret odotukset ja kiittämättömyys voivat pahimmallaan johtaa lamaantumiseen ja osallistumattomuuteen.

Tutkimukseni perusteella voidaan nostaa esiin keskeisiä tekijöitä, jotka tulee ottaa huomioon urheiluseurojen hyväntekeväisyystyössä. Näiden tekijöiden tunnistaminen tukee ja edistää urheiluseurojen tekemää hyväntekeväisyyttä:

- Riittävien resurssien saaminen tukee seurojen arkea: kun seuran talous on kunnossa ja seurassa on riittävä määrä motivoitunutta henkilökuntaa ja toimijoita, osallistuminen myös hyväntekeväisyyteen on mahdollista.
- Hyväntekeväisyyteen osallistuminen vaatii valmiit ja rajatut puitteet: konkreettisiin toimiin on helpompi motivoitua ja ne on helpompi myös toteuttaa.
- Urheiluseurojen on tärkeää pystyä hyödyntämään markkinointia: markkinoinnin avulla on mahdollista saada lisää resursseja ja laajentaa toimintaa enemmän myös hyväntekeväisyyden suuntaan.
- Urheiluseurojen yhteiskunnallisen merkityksen ja yhteiskuntavastuun korostaminen sekä siitä saadun arvostuksen lisääminen motivoi osallistumaan hyväntekeväisyyteen.
- Urheiluseurojen verkostoituminen ja laajan tukiverkon muodostaminen lähiympäristön toimijoiden kanssa on keskeistä yhteistyön onnistumisen kannalta: yhteistyö eri toimijoiden kanssa antaa urheiluseuroille mahdollisuuden lähteä mukaan hyväntekeväisyyteen.
- Seuratoimijoille on tärkeää saada arvostusta tekemästään työstä, mikä motivoi toiminnan jatkuvuuteen ja kestävyys.

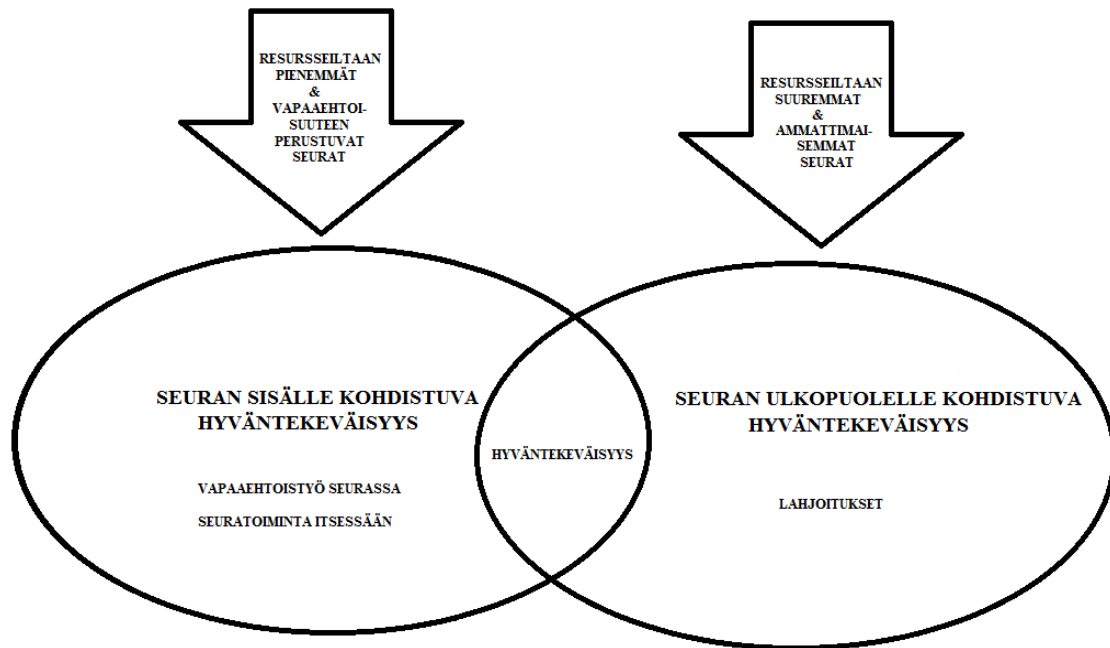
8 POHDINTA

Tutkielmaani varten haastatellut urheiluseurat olivat jäsenmäärältään ja budjetiltaan hyvin erikokoisia. Suurin osa seuroista edusti keskiluokan yleis- ja erikoisseuroja, poikkeuksena yksi pienempi junioriurheiluseura ja yksi isompi huippu-urheiluseura. Haastatteluiden perusteella voidaan yleisesti todeta, että seuratyyppit erosivat jonkin verran toisistaan myös hyväntekeväisyyden suhteen. Resursseiltaan pienemmät ja vapaaehtoisuuteen voimakkaammin perustuvat seurat käsittivät hyväntekeväisyyden enemmän vapaaehtoistoimintana ja näkivät urheiluseuratoiminnan itsessään yhtenä hyväntekeväisyyden muotona. Pienempien vapaaehtoisuuteen perustuvien seurojen hyväntekeväisyystoiminta keskittyikin lähinnä seuran sisäiseen hyväntekeväisyyteen. Resursseiltaan suuremmat ja ammattilaisurheiluseuroja vastaavat seurat puolestaan pystyivät suurempien resurssiensa perusteella keskittämään hyväntekeväisyystyönsä enemmän seurasta ulospäin, seuran ulkopuolisiin tekijöihin. Eräs resursseiltaan pienemmän seuran edustaja totesi asiasta haastattelussa seuraavasti:

”Meidän tasoisella seuralla ei oo isoja mahdollisuuksia, kun ei olla isoja vaikuttajia vielä, että pystyttäis tekemään niin isosta hyväntekeväisyyttä. Joku sitten isompi seura pystyy asiaa viemään eteenpäin paremmin. Isoilla pääsarjatason joukkueilla on se mahdollisuus, että ne pystyy vaikuttamaan aika monella tavalla. Ei pelkästään rahallisesti, että myös sitten näkyvyyttä ja ottaa niitä ihmisiä mukaan sinne ja viedä asiaa eteenpäin.” Haastateltava 1

Tämä ilmiö on myös hyvä esimerkki siitä, miten eri tavalla urheiluseurat käsittivät hyväntekeväisyyden ja miten se käytännössä ilmenee urheiluseurojen toiminnassa. Hyväntekeväisyyden laaja ilmeneminen on myös rohkaisevaa siinä suhteessa, että kaikki urheiluseurat, niin isot kuin pienemmät, voivat löytää oman tapansa kokea itsensä hyödyllisiksi ja tarjota apua hyväntekeväisyyden kautta.

Tutkimusaineistoni perusteella voidaankin siis suuntaa antavasti todeta, että urheiluseurojen tekemä hyväntekeväisyystyö vaihtelee seuran resurssien ja ammattilaistumisasteen mukaan. Kuviossa 2 on havaittavissa myös jako filantrooppiseen ja markkinakeskeiseen ajatteluun. Pienemmissä ja vapaaehtoisuutta korostaneissa seuroissa on käynnissä filantrooppinen ajattelumalli, joka korostaa muiden auttamista ja keskittyy nimenomaan perinteiseen hyväntekeväisyyteen. Suuremmat ja ammattimaisemmat seurat puolestaan ovat siirtymässä kohti kaupallista markkina-ajattelua ja sen mukanaan tuomia muutoksia myös seuratoimintaan. Näissä seuroissa ajateltiin enemmän hyväntekeväisyyden kannattavuutta ja hyötyä itse seuralle muiden auttamisen ohella.



Kuvio 2. Urheiluseurojen hyväntekeväisyys jaoteltuna resurssien ja seuratyypin mukaan.

Hyväntekeväisyyteen liittyy teorioiden mukaan kaksi toimintamallia, jotka ovat jaettavissa puhtaaseen ja epäpuhtaaseen altruismiin. Puhtaassa altruismissa ollaan kiinnostuneita pyyteettömästi hyväntekeväisyydestä, eikä siitä odoteta mitään vastineeksi itselle. Epäpuhdas altruismi puolestaan liittyy lahjoittajan odotuksiin vastineesta ja hyödyn saavuttamisesta esimerkiksi arvostuksen kautta. (Banks 1979; Vesterlund ym. 2008.) Haastatellut urheiluseurojen edustajat edustavat hyväntekeväisyyden molempia toimintamalleja. Heidän käsityksissään hyväntekeväisyys edustaa yleisesti puhdasta ja pyyteetöntä lahjan antamista ja toiminnan taustalla vaikuttaa ensisijaisesti puhdas altruismi, halu auttaa apua tarvitsevia. Haastatellut kuitenkin toivat avoimesti esiin myös toiveensa ja odotuksensa hyväntekeväisyyden vastikkeellisuudesta. Vaikka hyväntekeväisyydessä oli haastateltavien kohdalla myös epäpuhtaita altruistisia piirteitä, odotukset hyödyistä eivät kuitenkaan olleet ainakaan haastateltavien vastausten mukaan ensisijainen syy ryhtyä hyväntekeväisyyteen vaan ennemminkin lisäetu hyvän mielen ja auttamisen lisäksi.

Kuten työni teoriaosuudessa on aiemmin esitetty, Maussin vastavuoroisuuden teoriassa jokaiseen lahjaan sovelletaan vastavuoroisuuden periaatetta niin, että lahjan antaja saa lopulta jossain vaiheessa joltakin toiselta vastalahjan. Lahjateoriaan liittyy myös oletus luonnon kiertokulusta, jota hän soveltaa lahjan antamiseen. (Mauss 1990; 1999; ks. myös Godbout 1998, Tonkin 2009; Pyyhtinen 2014, 15–16.) Näin ollen Maussin lahjateorian piirteitä on nähtävissä myös haastateltujen vastauksissa koskien hyväntekeväisyytoimintaan liittyviä odotuksia ja toteutuneita vaikutuksia. Vaikka haastateltavien vastauksissa on havaittavissa pyyteettömän lahjan tunnuspiirteitä, toisten auttamista ja mielihyvän tuottamista, odottavat seurojen edustajat myös itse hyötyvänsä hyväntekeväisyydestä edes välillisesti. Suora ja välillinen hyötyymi-

nen voidaan tulkita vastavuoroiseksi lahjaksi: seurat ovat lopulta saaneet luonnon kiertokulun mukaisesti lahjan joltakin toiselta.

Filantrooppinen ajattelu eli hyväntekeväisyyteen pohjautuva toimintamalli on ollut osana urheiluseuratoimintaa jo 1800-luvulta lähtien. Niiden hyväntekeväisyyttä harjoittavien seurojen määrä on kasvanut, joiden tavoitteena on ollut muun muassa avustuksin, lahjoituksin ja tietoa lisäämällä vähentää huono-osaisuutta ja sosiaalisia epäkohtia. (Ilmanen 1998, 17, 27.) Filantrooppinen ajatustapa on ollut ja on tutkimukseni tulosten perusteella edelleen osa liikunnan kansalaistoimintaa harjoittavien urheiluseurojen toimintaperiaatteita (Ks. Ilmanen 1998, 69).

Hyväntekeväisyyteen liittyvät kaksi teoriamallia ovat nähtävissä myös käynnissä olevassa muutoksessa, joka jakaa ajattelutavat filantrooppiseen ajatteluun ja muutokseen kohti kaupallista markkina-ajattelua. Muutos liittyy läheisesti myös keskusteluun kolmannen sektorin muutoksista. Muutokset yhdistys- ja muiden toimijoiden käytännöissä ja niitä ohjaavissa periaatteissa vaikuttavat myös rajanvetoon kolmannen ja yksityisen sektorin välillä. Keskusteluissa on nostettu esiin myös kolmannen sektorin läpikäymä ekonomistinen modernisaatio, jossa eettisten rationaliteettien sijaan korostuu ekonomistinen ajattelutapa. Yhteisöllisyyden, joustavuuden ja keskinäisen välittämisen tilalle on noussut haastajiksi toiminnan taloudelliset painotukset ja painoarvo sekä toiminnan määrällinen arviointi. (Saukkonen 2013.)

Markkinoinnin konsepti on otettu käyttöön jo muutama vuosikymmen sitten useissa organisaatioissa niiden kohdattua uusia ja monimutkaisia markkinoinnin ongelmia toiminnassaan. Hyväntekeväisyys on kohdannut nämä ongelmat sosiaalisten, taloudellisten ja poliittisten muutosten myötä. Valtion tarjoama julkinen tuki on jatkuvasti vähentynyt ja vaikuttanut hyväntekeväisyysorganisaatioiden taloudellisiin resursseihin, jolloin hyväntekeväisyyteen liittyvät järjestöt ovat joutuneet turvautumaan entistä enemmän markkinoinnin keinoihin turvataksaan riittävät taloudelliset resurssit toimia. Järjestöjen määrän ja laajuuden nopea kasvu on myös johtanut kilpailun kovenemiseen järjestöjen välillä. Markkina-ajattelu on tarjonnut ratkaisua erottua massasta ja pärjätä koventuneessa kilpailutilanteessa. (Hibbert & Horne 1996.)

Markkina- ja talousajattelun vastapainona on noussut esiin myös hyväntekeväisyyttä korostava ajattelutapa (Saukkonen 2013), jossa hyvät teot kohdistuvat muihin ihmisiin oman hyödyn sijaan. Hyvien tekojen taustalla vaikuttaa lähimmäisenrakkaus toisten hyväksi. (Jaanus-Schröder 2015, 4–31.) Keskusteluissa on puhuttu jopa uudesta hyväntekeväisyysparadigmasta siinä mielessä, että tietynlainen vapaaehtoisuuteen ja lahjoittamiseen perustuva käsitteistö on yleistynyt (Saukkonen 2013). Hyväntekeväisyys on keskinäistä hyvän jakamista (Jaanus-Schröder 2015, 4–31). Voidaan ajatella, että perinteinen hyväntekeväisyys on jossakin mielessä näin ollen kokenut eräänlaisen uuden tulemisen (Saukkonen 2013).

Tutkimustani urheiluseurojen tekemästä hyväntekeväisyydestä voivat hyödyntää hyväntekeväisyyteen osallistumista harkitsevat urheiluseurat sekä hyväntekeväisyyskohteet ja muut hyväntekeväisyyteen liittyvät yhteistyökumppanit. Tutkimukseni antaa arvokasta tietoa siitä,

miten urheiluseurojen osallistumista hyväntekeväisyystyöhön voidaan tukea ja mitkä tekijät edesauttavat osallistumispäätöksen tekemistä. Tieto osallistumisen vaikutuksista ja myönteisistä vaikutuksista seuroille itselleen voi motivoida urheiluseuroja laajemminkin lähtemään mukaan hyväntekeväisyystyöhön. Myös vapaaehtoistyön tutkija ja teologi Henrietta Grönlund arveli Helsingin Sanomien haastattelussa jo helmikuussa 2010, että ihmisten auttamiseen kannustaa aiheesta käytävä julkinen ja poliittinen keskustelu, jossa ihmisiä kannustetaan välittämään toisistaan ja lähtemään mukaan talkoisiin (Kuvaja 2010, 38–40).

Innostavaan kansalaisyhteiskunta-ajatukseen sisältyy käsitys ihmisten osallistumisesta, osallisuudesta ja kohtaamisesta sekä vastuunkantamisesta toisista ihmisistä ja yhteisistä asioista. Kun ihminen on mukana sosiaalisissa aktiviteeteissa, kuten harrastuksissa ja yhdistys- tai seuratoiminnassa, hän elää keskellä yhteiskuntatoimintaa osallistuen ja vaikuttaen. Osallistuminen tuottaa osallisuuden ja myös mahdollisuuden vaikuttaa, mikä on aktiivista kansalaisuutta yhteiskunnallisessa kontekstissa. (Harju 2005.) Useat urheiluseurojen edustajat toivat haastatteluisaan esiin halun vaikuttaa ja osallistua laajemmin oman ympäristönsä toimintaan. Toisin sanoen urheiluseurojen edustajilla on itsellään vahva visio siitä, että he haluavat olla keskeisiä toimijoita kansalaisyhteiskunnassa kantaen vastuuta muista ihmisistä ja yhteisistä asioista.

Kolmannen sektorin muutoksen yhteydessä on havaittu muun muassa juuri liikuntaan liittyvien yhdistysten kasvu. Samalla kolmannen sektorin toimintamahdollisuuksien lisääntyminen on korostunut tilanteessa, jossa julkinen valta on vetäytynyt palvelujen tuottajan roolista. (Saukkonen 2013.) Olisikin hyödyllistä ja ajankohtaista pohtia enemmän, miten urheiluseuroja voisi kansalaisyhteiskunnan toimijoina hyödyntää paremmin yhteisten asioiden hoitajina ja edistäjinä.

8.1 Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus

Tutkimuksen tekoon liittyy monia eettisiä kysymyksiä, jotka tutkijan tulee ottaa huomioon. Eettisesti hyvä tutkimus edellyttää, että sen teossa noudatetaan hyvää tieteellistä käytäntöä. Hyvään tieteelliseen käytäntöön puolestaan kuuluu, että tutkija noudattaa tutkimuksessaan rehellisyyttä ja yleistä huolellisuutta. Tutkijan tulee lisäksi noudattaa tarkkuutta tutkimustyössä, tulosten tallentamisessa ja esittämisessä sekä tutkimuksen ja tulosten arvioinnissa. Tutkimus tulee suunnitella, toteuttaa ja raportoida asianmukaisesti ja riittävän yksityiskohtaisesti. (Hirsjärvi & Hurme 2000; Hirsjärvi ym. 2012, 23–24.) Olen noudattanut tutkimukseni jokaisessa vaiheessa näitä edellä mainittuja hyvän tieteellisen käytännön ohjeita.

Tutkimuksen eettisenä lähtökohtana tulee olla myös ihmisarvon kunnioittaminen (Hirsjärvi ym. 2012, 25). Ihmisiin kohdistuvan tutkimuksen tärkeimmät eettiset periaatteet liittyvät yleensä informointiin perustuvaan suostumukseen, luottamuksellisuuteen, seurauksiin ja yksityisyyteen (Hirsjärvi & Hurme 2000). Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että tutkimuskohteilla on mahdollisuus päättää vapaaehtoisesti haluavatko he osallistua tutkimukseen (Hirsjärvi ym.

2012, 25). Tutkimuksen etiikan mukaisesti tutkittava antaa suostumuksensa osallistua tutkimukseen asianmukaisen informaation perusteella. Asianmukaiseen informaatioon kuuluu tutkimuksen luonnetta ja tarkoitusta käsittelevät asiat. (Hirsjärvi & Hurme 2000.) Jokainen tutkimukseeni osallistunut haastateltava antoi vapaaehtoisesti suostumuksensa tutkimukseen ennen osallistumistaan. Tutkittavat saivat myös moneen otteeseen, sekä taustakyselyn että haastatteluiden yhteydessä, kirjallisen tiedon tutkimuksen kulusta ja sen tarkoituksesta. Myös ennen haastatteluita jokaisella tutkittavalla oli mahdollisuus esittää suullisesti tarkentavia kysymyksiä tutkimuksesta. Tutkittavilla oli myös mahdollisuus keskeyttää tutkimukseen osallistuminen missä vaiheessa tahansa niin halutessaan. Kukaan ei kuitenkaan halunnut keskeyttää osallistumistaan, vaan kaikki tutkittavat olivat mukana tutkimuksen loppuun asti.

Tutkimuksen luotettavuuteen liittyy aina läheisesti tutkijan oma toiminta. Tutkija on osa sosiaalista todellisuutta ja siten myös osa tutkimusprosessia. Tutkija vaikuttaa tutkimukseen muun muassa valitsemalla tutkimuksessa käytettävät käsitteet, keräämällä tutkimusaineiston ja analysoidessaan sitä. Tein tutkijana tutkimuksen kannalta merkittävän valinnan rajatessani tutkimukseen osallistuneet urheiluseurat ennakkokäsitysteni ja aiemman kirjallisuuden perusteella koskemaan tiettyä joukkoa, jonka oletin vastaavan tutkimuskysymyksiini parhaiten. Tutkijana tehtyjen rajausten ja valintojen seurauksena tutkimukseen ja kyselyyn osallistuneet seurat eivät edustaneet satunnaista otosta vaan ennalta rajattua ja valittua tutkimusjoukkoa. Haastatteluun osallistuneet seurat edustivat edelleen rajautunutta joukkoa sen suhteen, että haastatteluun valitsin kaikki halukkaat seurat, eikä haastatteluiden kohteita näin ollen rajattu erikseen.

Laadullisessa tutkimuksessa tutkija itse on myös aineistonkeruun inhimillinen väline (Hirsjärvi ym. 2012, 164), jolloin voidaan aineistoon liittyvien tulkintojen katsoa kehittyvän tutkijan omassa tietoisuudessa tutkimusprosessin edetessä (Kiviniemi 2001). Tutkimuksen toteuttajana olen ollut tietoinen omista lähtökohdistani ja ennakkokäsityksistäni ja pyrkinyt ottamaan huomioon ne tuloksia raportoidessani. Laadullisessa tutkimuksessa tulosten läpinäkyvyys vaikuttaa myös niiden luotettavuuteen (Ruusuvoori ym. 2010).

Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa korostuvat analyysin systemaattisuuden ja tulkinnan luotettavuuden kriteerit. Systemaattisuus tarkoittaa analyysin kaikissa vaiheissa tehtyjen valintojen ja analyysin etenemisen avaamista lukijalle. Lisäksi lukijalle esitellään aineiston kokonaisuuden koostuminen ja kuvataan ne aineiston osat, joihin päähavaintojen rakentaminen perustuu. (Ruusuvoori ym. 2010.) Tutkijan on pystyttävä esittämään, miten hän on luokitellut ja kuvannut tutkittavaa ilmiötä niin kuin hän on sen tehnyt. Hänen tulee pystyä perustelemaan tehdyt ratkaisut uskottavasti. (Hirsjärvi & Hurme 2000.) Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta lisää tutkijan yksityiskohtainen raportointi tutkimuksen toteuttamisesta. Raportointi koskee tutkimuksen kaikkia vaiheita. Tutkijan on myös tärkeää perustella tekemänsä valinnat ja ratkaisut. (Hirsjärvi ym. 2012, 233.) Olen pyrkinyt tutkimuksen jokaisessa vaiheessa lisäämään tutkimukseni läpinäkyvyyttä raportoimalla tarkkaan ennakkokäsitykseni, aineiston analysoinnin vaiheet ja syntyneet päätelmät.

Tutkimuksen haastatteluiden laadukkuutta voidaan etukäteen pyrkiä parantamaan sillä, että haastattelurunko on hyvin tehty ja haastatteluissa käytettävä tekninen välineistö on kunnossa (Hirsjärvi & Hurme 2000). Pysin varmistamaan haastattelurungon toimivuuden tutustumalla aihepiiriin taustakirjallisuuteen, käymällä ohjaajien kanssa keskustelua sen sisällöstä sekä esitestaamalla sitä ennen varsinaisia haastatteluita. Haastatteluaineiston luotettavuuden ja laadun voidaan sanoa olevan yhteydessä toisiinsa (Hirsjärvi & Hurme 2000), minkä vuoksi halusin panostaa haastatteluaineistoon, sen valmisteluun ja keräämiseen mahdollisimman paljon parantaakseni tutkimukseni luotettavuutta.

Haastattelun luotettavuutta voi tutkijan omista valmisteluista huolimatta heikentää se, että haastateltavat saattavat antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia totuuden sijaan (Hirsjärvi ym. 2012, 206). Tutkimuksessani osa kysymyksistä oli sellaisia, jotka liittyivät tutkittavien omiin käsityksiin ja näin ollen kysymyksiin ei ollut niin sanottuja oikeita vastauksia. Osa kysymyksistä, varsinkin vastaajien epäpuhtaisiin motiiveihin ja odotuksiin liittyvät teemat, oli arkaluonteisempia ja liittyi yleisesti hyväksytyihin normeihin. Näiden kysymysten kohdalla on olemassa riski siitä, että vastaajat antoivat sosiaalisesti hyväksyttävämpiä vastauksia. Haastateltavien vastauksiin tulee suhtautua varauksellisesti. Todellisuus voi olla toinen kuin mitä haastateltavat vastauksissaan toivat esiin. Esimerkiksi haastateltavien todelliset motiivit voivat kohdistua oman edun tavoitteluun enemmän kuin mitä he haastatteluissa halusivat korostaa. Pysin kuitenkin vähentämään suotuisten vastausten mahdollisuutta korostamalla, että tutkimukseen osallistuvat seurat ja heidän edustajansa pysyisivät anonyymeina, eikä heitä voisi siten tutkimuksesta ainakaan helposti tunnistaa. Myös se, että haastateltavat saivat vastata kysymyksiin omin sanoin, auttoi saamaan totuudenmukaisia vastauksia.

Edellisten kriteerien lisäksi myös triangulaation käyttö lisää tutkimuksen luotettavuutta (Hirsjärvi & Hurme 2000). Tutkimuksen luotettavuutta lisää siis se, jos tutkimuksessa hyödynnetään useita eri menetelmiä. Aineistotriangulaatio tarkoittaa useiden erilaisten aineistojen keräämistä saman tutkimusongelman ratkaisemiseksi. (Hirsjärvi ym. 2012, 233.) Käyttämällä sekä taustakyselyä että haastattelua aineistonkeruun menetelmänä ja kysymällä samaan teemaan liittyviä kysymyksiä usealla eri tavalla, pystyin lisäämään tutkimuksessa saatujen vastausten luotettavuutta.

Tutkijan omien tulkintojen pätevyyttä voidaan arvioida vertaamalla niiden toimivuutta muissa vastaavissa aineistoissa tai julkaisuissa sekä suhteuttamalla niitä aiempien tutkimusten tulkitoihin (Ruusuvaori ym. 2010). Laadullisessa tutkimuksessa voidaan siis puhua tulosten yleistettävyydestä arvioitaessa tutkimuksen luotettavuutta (Ruusuvaori ym. 2011). Olen verrannut saatuja tuloksiani aiheesta aiemmin tehtyihin tutkimuksiin ja aihepiiriin liittyvään teoreettiseen viitekehykseen. Tutkimuksessa tekemäni tulkinnat ovat saaneet kohtuullisesti tukea muusta kirjallisuudesta ja näin ollen tuloksiani voidaan kuvata yleistettävissä oleviksi.

8.2 Jatkotutkimusehdotukset

Tutkimukseni keskittyi rajatulla alueella toimiviin erilaisiin urheiluseuroihin. Tutkimukseni perusteella ammattilaisseurat osallistuvat monipuolisemmin ja laajemmin hyväntekeväisyyteen, joten jatkossa näihin seuroihin keskittyminen valtakunnallisesti olisi mielenkiintoista ja hyödyllistä. Niiden seurojen tutkiminen, jotka ovat tehneet eniten hyväntekeväisyyttä, voisi tuottaa laajempaa tietoa siitä, mitkä tekijät vaikuttavat osallistumiseen ja miten urheiluseurojen osallistumista voisi entisestään edesauttaa. Tietoa siitä, miten eri hyväntekeväisyyden osallistumistavat rakentuvat eri tavalla erilaisten seurojen välillä, tarvitaan jatkossa lisää.

Laadullisella tutkimusotteella saadut tutkimustulokset tuottavat vain pintaraapaisun urheiluseurojen hyväntekeväisyyteen liittyvistä tekijöistä. Tutkimukseni on kuitenkin tuottanut tärkeää tietoa siitä, millaisia nämä vaikuttavat tekijät ovat. Jatkossa olisikin kiinnostavaa ja hyödyllistä tutkia määrällisellä tutkimusotteella sitä, miten nämä eri tekijät käytännön syyseuraussuhteiden tasolla vaikuttavat. Määrällinen tutkimus mahdollistaisi myös otosten hyödyntämisen ja hyväntekeväisyyttä harjoittavien seurojen profiloinnin. Myös itse vaikutuksia ja hyötyjä olisi hyödyllistä tarkastella tarkemmin. Vaikutusten todentaminen ja niiden esiin tuominen voisi auttaa motivoimaan hyväntekeväisyyteen uudella tavalla.

Tarkemman tiedon ja ymmärryksen avulla voidaan näihin tekijöihin vaikuttaa ja ottaa ne paremmin huomioon tulevaisuudessa. Hyväntekeväisyyttä edistävien tekijöiden tunnistamisen kautta voidaan kannustaa useimpia toimijoita toimintaan. Vastaavasti tunnistamalla hyväntekeväisyyttä vaikeuttavia tekijöitä niihin voidaan puuttua ja pyrkiä poistamaan ne.

LÄHTEET

- Adloff, F. 2006. Beyond Interests and Norms: Toward a Theory of Gift-Giving and Reciprocity in Modern Societies. *Constellations* 13 (3), 407–427.
- Alasuutari P. 2011. *Laadullinen tutkimus 2.0*. Tampere: Vastapaino.
- Alonso, A. D. & O'Shea, M. 2012. "You only get back what you put in": perceptions of professional sport organizations as community anchors. *Community Development* 43 (5), 656–676.
- Anagnostopoulos, C., Byers, T. & Shilbury, D. 2014. Corporate social responsibility in professional team sport organisations: towards a theory of decision-making. *European Sport Management Quarterly* 14 (3), 259–281.
- AP. 2015. Liiga. Liiga ja tähdet ovat mukana uudessa hyväntekeväisyydessä. [www-dokumentti] [viitattu 10.6.2016] <http://liiga.fi/uutiset/2015/12/02/liiga-ja-tahdet-ovat-mukana-uudessa-hyvantekevaisyydessa>
- Aronen, H. 2015. Urheilun sponsorointi yrityksen markkinointiviestinnän muotona. Jyväskylän yliopisto, Liikuntakasvatuksenlaitos/Kauppakorkeakoulu. Pro gradu -tutkielma.
- Babiak, K., Mills, B., Tainsky, S. & Juravich, M. 2012. An Investigation Into Professional Athlete Philanthropy: Why Charity Is Part of the Game. *Journal of Sport Management* 26 (2), 159–176.
- Babiak, K. & Wolfe, R. 2009. Determinants of Corporate Social Responsibility in Professional Sport: Internal and External Factors. *Journal of Sport Management* 23 (6), 717–742.
- Banks, J. & Tanner, S. 1997. *The State of Donation: Households gifts to charity, 1974–96*. The Institute for Fiscal Studies. Commentary 62. London: An ESRC Research Centre.
- Banks, S. K. 1979. Gift-Giving: A Review and An Interactive Paradigm. *Advances in Consumer Research* 6 (1), 319–324.
- van Batenburg, J. 2013. *The Phenomenon of the Sport and Non-Sport Charity-Challenge from a Consumer Perspective*. University of Amsterdam. Faculty of Economics and Business. Master Business Studies.
- Bauman, Z. 1993. *Postmodern Ethics*. Blackwell Publishing Limited.
- Basil, D. Z., Rigway, N. M. & Basil, M. D. 2008. Guilt and giving: A Process Model of Empathy and Efficacy. *Psychology & Marketing* 25 (1), 1–23.

- Beatty, S. E., Kahle, L. R. & Homer, P. 1991. Personal Values and Gift-Giving Behaviors: A Study Across Cultures. *Journal of Business Research* 22 (2), 149–157.
- Bennett, R. 2003. Factors underlying the inclination to donate to particular types of charity. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing* 8 (1), 12–29.
- Bennett, R. & Ali-Choudhury, R. 2009. Second-gift behaviour of first-time donors to charity: an empirical study. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing* 14 (3), 161–180.
- Bennett, R., Mousley, W., Kitchin, P. & Ali-Choudhury, B. 2007. Motivations for participating in charity-affiliated sporting events. *Journal of Customer Behaviour* 6 (2), 155–178.
- Bingham, T. & Walters, G. 2013. Financial Sustainability Within UK Charities: Community Sport Trusts and Corporate Social Responsibility Partnerships. *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations* 24 (3), 606–629.
- Caillé, A. 2001. The double inconceivability of the pure gift. *Angelaki: Journal of the Theoretical Humanities* 6 (2), 23–39.
- Chopik, W. J., O'Brien, E. & Konrath, S. H. 2016. Differences in Empathic Concern and Perspective Taking Across 63 Countries. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. Published online before print October 14, 2016.
- Davies, G., Whelan, S., Foley, A. & Walsh, M. 2010. Gifts and gifting. *International Journal of Management Reviews* 12 (4), 413–434.
- Dolfsma, W., van der Eijk, R. & Jolink, A. 2009. On a source of social capital: Gift exchange. *Journal of Business Ethics* 89 (3), 315–329.
- Douglas, M. 1990. No free gifts. Foreword in M. Mauss. *The Gift. The form and reason for exchange in archaic societies*. London: Routledge. Translated by W. D. Halls, 7–16.
- Douglas, M. 1999. Pyyteettömiä lahjoja ei ole. Esipuhe teoksessa M. Mauss. *Lahja. Vaihdannan muodot ja periaatteet arkaaisissa yhteiskunnissa*. Helsinki: Tutkijaliitto. Suomentaneet J. Nurmiainen ja J. Hakapää, 7–21.
- Eskola, J. & Vastamäki, J. 2015. Teemahaastattelu: opit ja opetukset. Teoksessa R. Valli & J. Aaltola (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle*. 4. uudistettu ja täydennetty painos. Juva: PS-kustannus, 27–43.

- Filo, K., Funk, D. C. & O'Brien, D. 2009. The meaning behind attachment: Exploring camaraderie, cause and competency at a charity sport event. *Journal of Sport Management* 23 (3), 361–387.
- Filo, K., Groza, M. D. & Fairley, S. 2012. The Role of Belief in Making a Difference in Enhancing Attachment to a Charity Sport Event. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing* 24 (2), 123–140.
- Godbout, J. T. 1998. *World of the Gift*. Canada, Montreal: McGill-Queen's University Press. In collaboration Alain Caille. Translated from the French by Donald Winkler.
- Hakala, A. 2015. Using sport for corporate social responsibility (CSR) in Finland. University of Jyväskylä. Faculty of Sport and Health Sciences. Master's Thesis.
- Haltia, J. 2016. Urheiluseura on arvonluontikone. Turun ammattikorkeakoulu, Centre for sport business. Arvoa urheilusta -hanke. Päivitetty 4.3.2016. [www-dokumentti] [viitattu 16.3.2016] <http://www.csb.fi/arvoa-urheilusta-hanke/urheiluseura-on-arvonluontikone/>
- Harju, A. 2005. Kansalaisyhteiskunta vapaaehtoistoiminnan innoittajana. Teoksessa M. Nylund & A. B. Yeung (toim.) *Vapaaehtoistoiminta. Anti, arvot ja osallisuus*. Tampere: Vastapaino, 58–79.
- Harju, A. s.a. Kansallinen herääminen. Kansalaisyhteiskunta. [www-dokumentti] [viitattu 11.2.2016] http://www.kansalaisyhteiskunta.fi/kansalaisyhteiskunta/kansalaisyhteiskunnan_historia/kansallinen_heraaminen
- Harvey, S. R. 2012. Presencing of the gift and the economy of exchange. In E. R. Severson (Ed.) *Gift and Economy: Ethics, Hospitality and the Market*. UK, Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 10–17.
- Heikkala, J. 2009. Liikunta ja urheilu vastuullisuuden oppimisen areenana. Teoksessa J. Lampinen & M. Melén-Paaso (toim.) *Tulevaisuus meissä. Kasvaminen maailmanlaajuiseen vastuuseen. Opetusministeriön julkaisuja 2009:40*. Opetusministeriö, Koulutus- ja tiedepolitiikan osasto, 127–130.
- Hentilä, S. 1987. Urheilu, kansakunta ja luokat. Teoksessa R. Alapuro, I. Liikanen, K. Smeds & H. Stenius (toim.) *Kansa liikkeessä*. Helsinki: Kirjayhtymä, 213–235.
- Hibbert, S. & Horne, S. 1995. To give or not to Give: Is that the Question? *European Advances in Consumer Research* 2, 179–182. [www-dokumentti][viitattu 28.1.2016] <http://acrwebsite.org/volumes/11093/volumes/e02/E-02>

- Hibbert, S. & Horne, S. 1996. Giving to charity: questioning the donor decision process. *The Journal of Consumer Marketing* 13 (2), 4–13.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2012. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Hossain, T., Suortti, K. & Kallio, M. 2013. Urheiluseurat kunniaan. Liikunnan ja urheilun rahoituksen painopisteeksi perustaso – lapset ja nuoret. *Valtion liikuntaneuvoston julkaisuja* 2013:7, 32–37.
- Huovinen, S. 2008. Suolahden Urhon 100 vuotta -juhlapuhe. [www-dokumentti] [viitattu 11.2.2016] <http://www.suolahdenurho.net/100juhla/susannahuovisenjuhlapuhe.htm>
- Ilmanen, K. 1998. Liikunnan kansalaistoiminnan varhaista paikantamista Helsingissä. Jyväskylän yliopisto, Liikunnan sosiaalitieteiden laitos. Tutkimuksia 62/1998.
- Ilmanen, K. 2015. Liikuntapalvelujen muutos 1800-luvun lopulta 2000-luvulle. Teoksessa H. Itkonen & A. Laine (toim.) *Liikunta yhteiskunnallisena ilmiönä*. Jyväskylän yliopisto, Liikuntakasvatuksen laitos. Tutkimuksia 1/2015, 19–25.
- Itkonen, H. 2015. Kansalaistoimintojen kaudet ja muuttuvat käytännöt. Teoksessa H. Itkonen & A. Laine (toim.) *Liikunta yhteiskunnallisena ilmiönä*. Jyväskylän yliopisto, Liikuntakasvatuksen laitos. Tutkimuksia 1/2015, 39–56.
- Jaanu-Schröder, M. 2015. Hyvien tekojen aarre. Laupeudentöitä tekemään. Vantaa: Amanda-kustannus.
- Kiviniemi, K. 2001. Laadullinen tutkimus prosessina. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. Jyväskylä: PS-kustannus, 68–82.
- Komter, A. 2007. Gifts and Social Relations The Mechanisms of Reciprocity. *International Sociology* 22 (1), 93–107.
- Komter, A. E. 2004. Gratitude and Gift Exchange. In R. A. Emmons & M. E. McCullough (Eds.). *The Psychology of Gratitude*. Oxford, New York: Oxford University Press, 195–211.
- Konttinen, E. s.a. Kolmas sektori. Kansalaisyhteiskunnan tutkimusportaali. Jyväskylän yliopisto. [www-dokumentti][viitattu 28.1.2016] <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/kolmas-sektori>

- Kosunen, J. 2016. Valioliigaseuran fanit hyvittävät typerän teon hienolla oivalluksella. *Iltta-Sanomat*, 27.2.2016. [www-dokumentti] [viitattu 20.11.2016] <http://www.iltasanomat.fi/valioliiga/art-2000001127533.html>
- Kuvaja, S. 2010. Hyvä raha. Ihmiset ja yhteisöt maailmaa parantamassa. Helsinki: Kirjapaja.
- Laine, T. 2001. Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.). *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. Jyväskylä: PS-kustannus, 26–31.
- Lee, Y-K. & Chang, C-T. 2007. Who gives what to charity? Characteristics affecting donation behavior. *Social Behavior and Personality: an international journal* 35 (9), 1173–1180.
- Levermore, R. 2010. CSR for Development Through Sport: examining its potential and limitations. *Third World Quarterly* 31 (2), 223–241.
- Mahoney, T. Q. 2013. Exploring the influence of social media on future intentions of charity sport participants. University of Louisville. Department of Leadership, Foundations, and Human Resource Education. Doctoral Dissertation.
- Malik, N. 2008. Defining “Charity” and “Charitable Purposes” in the United Kingdom. *The International Journal of Not-for-Profit Law* 11 (1), 36–50.
- Marttinen, M. 2010. Urheilun sponsorointipäätöksiin vaikuttavat tekijät. Itä-Suomen yliopisto, Kauppatieteiden laitos. Pro gradu -tutkielma
- Mauss, M. 1999. Lahja. Vaihdannan muodot ja periaatteet arkaaisissa yhteiskunnissa. Helsinki: Tutkijaliitto. Suomentaneet J. Nurmiainen ja J. Hakapää.
- Mauss, M. 1990. *The Gift. The form and reason for exchange in archaic societies*. London: Routledge. Translated by W. D. Halls.
- McGowan, R. A. & Mahon, J. F. 2015. Corporate Social Responsibility in Professional Sports: An Analysis of the NBA, NFL, and MLB. ResearchGate. [www-dokumentti][viitattu 28.1.2016] https://www.researchgate.net/profile/John_Mahon/publication/237650658_Corporate_Social_Responsibility_in_Professional_Sports_An_Analysis_of_the_NBA_NFL_and_MLB/links/00b7d51ccd48f4c546000000.pdf
- Meijer, M-M. 2009. The Effects of Charity Reputation on Charitable Giving. *Corporate Reputation Review* 12 (1), 33–42.

- Metsämuuronen, J. 2006a. Metodologian perusteet ihmistieteissä. Teoksessa J. Metsämuuronen (toim.) Laadullisen tutkimuksen käsikirja. Jyväskylän yliopisto, Koulutuksen tutkimuslaitos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy, 18.
- Metsämuuronen, J. 2006b. Laadullisen tutkimuksen perusteet. Teoksessa J. Metsämuuronen (toim.) Laadullisen tutkimuksen käsikirja. Jyväskylän yliopisto, Koulutuksen tutkimuslaitos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy, 112–115, 124.
- Mäenpää, P. & Korkatti, S. 2012. Urheiluseurat 2010-luvulla. Ajatuksia seurojen kehittymisestä ja kehittämisestä. SLU-Julkaisusarja 1/2012. Sporttipaino Oy. [www-dokumentti] [viitattu 13.5.2016]
<http://www.sport.fi/system/resources/W1siZiIsIjIwMTQvMDQvMTcvMTRfMjlfMTZfNDI1X1VyaGVpbHVzZXVyYXRfMjAxMF9sdXZ1bGxhLnBkZiJdXQ/Urheiluseurat%202010-luvulla.pdf>
- Männistö, M. 2015. Kiekkoareena. Jypin CHL-paidasta huudettiin Suomessa kovin hinta hyväntekeväisyyteen. [www-dokumentti] [viitattu 10.6.2016] <http://kiekkoareena.fi/jutut/jypin-chl-paidasta-huudettiin-suomessa-kovin-hinta-hyvan-tekevaisyyteen>
- Nikkilä, A-R. 2016. Tapanilan karatekohu: Uusi mielenosoitus tulossa, asukkaat kypsyivät. Helsingin Uutiset. [www-dokumentti] [viitattu 11.6.2016]
<http://www.helsingin uutiset.fi/artikkeli/372421-tapanilan-karatekohu-uusi-mielenosoitus-tulossa-asukkaat-kypsyivat>
- Nylund, M. & Yeung, A. B. 2005. Vapaaehtoisuuden anti, arvot ja osallisuus murroksessa. Teoksessa M. Nylund & A. B. Yeung (toim.) Vapaaehtoistoiminta. Anti, arvot ja osallisuus. Tampere: Vastapaino, 13–32.
- Opetus- ja kulttuuriministeriö. 2016. Liikuntatoimi tilastojen valossa. Perustilastot vuodelta 2014. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2016:11. [www-dokumentti] [viitattu 31.10.2016]
<http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2016/liitteet/okm11.pdf?lang=fi>
- Ogura, T. 2014. Segmenting Participants of a Charity Sport Event. The University of Texas at Austin. Master`s Thesis. [www-dokumentti][viitattu 28.1.2016]
<https://repositories.lib.utexas.edu/bitstream/handle/2152/26415/OGURA-MASTERSREPORT-2014.pdf?sequence=1>
- de Oliveira, A. C. M., Croson, R. T. A. & Eckel, C. 2011. The giving type: Identifying donors. Journal of Public Economics 95 (5–6), 428–435.
- Pessi, A. B. & Saari, J. 2008. Hyvä tahto. Auttamisen asenteet ja rakenteet Suomessa. Helsinki: Sosiaali- ja terveysturvan keskusliitto.

- Pessi, A. B. & Oravasaari, T. 2011. Suomalaisen altruismin tyypit. Auttamisen kolme muotokuvaa. Teoksessa A. B. Pessi & J. Saari (toim.) Hyvien ihmisten maa. Auttaminen kilpailukyky-yhteiskunnassa. Helsinki: Diakonia-ammattikoskeakoulu. Tutkimuksia 31, 71–87.
- Pyyhtinen, O. 2014. The Gift and It's Paradoxes: Beyond Mauss. University of Turku, Finland.
- Pöyhä, T. 2004. Urheilutapahtuman vapaaehtoistyö uuden yhteisöllisyyden ilmentäjänä? Tapauksena vuoden 2003 jääkiekon MM-kisat. Jyväskylän yliopisto, Liikunnan sosiaalitieteiden laitos. Pro gradu -tutkielma.
- Rantanen, S. 2016. Urheiluseuran niskaan satelee vihapostia – Rajat kiinni -väen mielenilmaus pelästytti lapset. MTV. [www-dokumentti] [viitattu 11.6.2016]
<http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/urheiluseuran-niskaan-satelee-vihapostia-rajat-kiinni-vaen-mielenilmaus-pelastytti-lapset/5735938>
- Ribar, D. C. & Wilhelm, M. O. 2002. Altruistic and Joy-of-Giving Motivations in Charitable Behavior. *Journal of Political Economy* 110 (2), 425–457.
- Ruffle, B. J. 1999. Gift giving with emotions. *Journal of Economic Behavior & Organization* 39 (4), 399–420.
- Ruusuvuori, J., Nikander, P. & Hyvärinen, M. 2010. Haastattelun analyysin vaiheet. Teoksessa J. Ruusuvuori, P. Nikander & M. Hyvärinen. Haastattelun analyysi. Tampere: Vastapaino, 11–25.
- Saari, J. 2011. Kansalliset mallit ja auttaminen Euroopan Unionissa. Teoksessa A. B. Pessi & J. Saari (toim.) Hyvien ihmisten maa. Auttaminen kilpailukyky-yhteiskunnassa. Helsinki: Diakonia-ammattikoskeakoulu. Tutkimuksia 31, 43–67.
- Sargeant, A. 1999. Charitable Giving: Towards a Model of Donor Behaviour. *Journal of Marketing Management* 15 (4), 215–238.
- Saukkonen, P. 2013. Kolmas sektori – Vanha ja uusi. *Kansalaisyhteiskunta* 1 (4), 6–31.
- Seippel, Ø. 2008. Sports in Civil Society: Networks, Social Capital and Influence. *European Sociological Review* 24 (1), 69–80.
- Severson, E. R. 2012. Economy, Gift and Mystery. In E. R. Severson (Ed.). *Gift and Economy: Ethics, Hospitality and the Market*. UK, Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 1–7.
- Sherry, J. F. 1983. Gift Giving in Anthropological Perspective. *The Journal of Consumer Research* 10 (2), 157–167.

- Sheth, H. & Babiak, K. M. 2010. Beyond the Game: Perceptions and Practices of Corporate Social Responsibility in the Professional Sport Industry. *Journal of Business Ethics* 91 (3), 433–450.
- Silk, J. 2004. Caring at a distance: gift theory, aid chains and social movements. *Social & Cultural Geography* 5 (2), 229–251.
- Smith, A. C. T. & Westerbeek, H. M. 2007. Sport as a Vehicle for Deploying Corporate Social Responsibility. *Journal of Corporate Citizenship* 25 (1), 43–54.
- Suomen Urheilugaala. s.a. [www-dokumentti] [viitattu 17.9.2015]
http://www.suomenurheilugaala.fi/Urheilun_hyv%C3%A4ntekij%C3%A4/
- Suomisanakirja.fi s.a. [www-dokumentti] [viitattu 28.1.2016] <http://www.suomisanakirja.fi/>
- Szerovay, M. 2015. Liikunnan ja urheilun järjestökentän muutoksia. Teoksessa H. Itkonen & A. Laine (toim.) *Liikunta yhteiskunnallisena ilmiönä*. Jyväskylän yliopisto, Liikuntakasvatuksen laitos. Tutkimuksia 1/2015, 117–129.
- Tapahtumainfo. 2015. Jyväskylän Kiri: miesten superpesis 2015. [www-dokumentti] [viitattu 10.6.2016] <http://tapahtumainfo.fi/tapahtuma/2015/08/jyvaskylan-kiri-miesten-superpesis-2015/130452>
- Tonkin, E. 2009. Is charity a gift? Northern Irish supporters of Christian missions overseas. *Social Anthropology* 17 (2), 171–183.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Urheilusuomi.com. 2015. Jyväskylän urheiluseurat. [www-dokumentti] [viitattu 28.10.2015]
<http://www.urheilusuomi.com/jyvaskyla/seurat.asp>
- Valkama, V. 2014. *Urheilun sponsorisopimukset ja lojaliteetti*. Helsingin yliopisto, Oikeustieteellinen tiedekunta. Pro gradu -tutkielma.
- Valtion liikuntaneuvosto. 2013. Liikunnan kansalaistoiminta tutkimustiedon valossa. Kannanotot ja lausunnot 22.10.2013. [www-dokumentti] [viitattu 13.5.2016]
http://www.liikuntaneuvosto.fi/ajankohtaista/lausunnot/arkisto/liikunnan_kansalaistoiminta_tutkimustiedon_valossa.572.news
- Vesterlund, L., Wilhelm, M. & Xie, H. 2008. Motives for charitable giving. [www-dokumentti] [viitattu 28.1.2016]
https://www.ecn.ulaval.ca/sites/ecn.ulaval.ca/files/motivesforcharitablegiving_0408.pdf

- Walker, M. & Kent, A. 2009. Do Fans Care? Assessing the Influence of Corporate Social Responsibility on Consumer Attitudes in the Sport Industry. *Journal of Sport Management* 23 (6), 743–769.
- Walters, G. 2009. Corporate Social Responsibility through Sport. *Journal of Corporate Citizenship* 35 (1), 81–94.
- Wright, K. 2001. Generosity vs. altruism: Philanthropy and Charity in the United States and United Kingdom. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations* 12 (4), 399–416.
- Won, D., Park, M. & Lee, Y. 2013. Factors influencing college students' choice of a charity sport event. *Journal of Global Scholars of Marketing Science* 23 (1), 41–54.
- Won, D., Park, M. & Turner, B. A. 2010. Motivations for Participating in Health Related Charity Sport Events. *Journal of Venue and Event Management* 1 (1), 17–44.
- Woolf, J., Heere, B. & Walker, M. 2013. Do Charity Sport Events Function as “Brandfests” in the Development of Brand Community? *Journal of Sport Management* 27 (2), 95–107.
- Wood, L., Snelgrove, R. & Danylchuk, K. 2010. Segmenting Volunteer Fundraisers at a Charity Sport Event. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing* 22 (1), 38–54.
- Yle. 2012. Hyväntekeväisyys urheilun avulla on suosittua. [www-dokumentti] [viitattu 17.9.2015] <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2012/06/29/hyvantekevaisyys-urheilun-avulla-suositua>
- Yle. 2010. Kansojen halukkuus hyväntekeväisyyteen tutkittu – Suomi keskitasoa. [www-dokumentti] [viitattu 17.9.2015] http://yle.fi/uutiset/kansojen_halukkuus_hyvantekevaisyyteen_tutkittu_-_suomi_keskitasoa/5628504
- Yli-Patola, S. 2013. Hukattuja voimavaroja etsimässä: Seurojen tekemän viestinnän merkitys voimisteluseurojen vapaaehtoistoiminnassa. Jyväskylän yliopisto, Viestintätieteiden laitos. Pro gradu -tutkielma.
- Zoom. 2013. Raittius- ja urheiluseura / Sport and Sobriety Club. Huikea hyväntekeväisyysottelu Vaasassa tuotti yli 15000 euroa Lasten Sairaallalle ja VPS:n junioriryölle! [www-dokumentti] [viitattu 10.6.2016] <http://www.zoombyspiel.fi/uutiset/?id=323>

Liite 1

Kysely keskisuomalaisten urheiluseurojen harjoittamasta hyväntekeväisyydestä

- Taustatiedot
 - Urheiluseuran nimi _____
 - Vastaajan tehtävä/rooli seurassa
 - Toiminnanjohtaja
 - Puheenjohtaja
 - Seurajohtaja
 - Sihteeri
 - Muu, mikä _____
 - Seuran jäsenmäärä
 - 0 – 100
 - 101 – 200
 - 201 – 300
 - 301 – 400
 - 401 – 500
 - 501 – 1 000
 - 1 001 – 2 000
 - 2 001 – 3 000
 - 3 001 – 4 000
 - 4 001 –
 - Seuran budjetti
 - 0 – 2 000
 - 2 001 – 5 000
 - 5 001 – 10 000
 - 10 001 – 50 000
 - 50 001 – 100 000
 - 100 001 – 300 000
 - 300 001 – 500 000
 - 500 001 – 1 000 000
 - 1 000 001 – 5 000 000
 - 5 000 001–
 - Seuran urheilulajien määrä
 - 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - 6
 - 7
 - 8
 - 9

• 10

- Onko urheiluseuranne harjoittanut hyväntekeväisyystyötä?
 - Kyllä
 - Ei
- Millaista hyväntekeväisyyttä urheiluseuranne on harjoittanut viimeisen viiden vuoden aikana? Anna myös konkreettinen esimerkki toiminnan toteutuksesta.
 - Lahjoittanut rahaa _____
 - Lahjoittanut tavaroita _____
 - Lahjoittanut aikaa/palveluita _____
 - Järjestänyt hyväntekeväisyystapahtumia _____
 - Osallistunut työllistämiprojekteihin _____
 - Tukenut harrastamista alennetuilla maksuilla yms. _____
 - Muuta, mitä _____
- Milloin viimeksi urheiluseuranne on harjoittanut hyväntekeväisyyttä?

- Oletteko halukas osallistumaan myöhemmin aihetta koskevaan haastatteluun?
 - Kyllä
 - Ei
- Mahdollisuus vapaaseen kommentointiin

Liite 2

Saatekirje

Teen Jyväskylän yliopiston kansalaisyhteiskunnan maisteriohjelmassa pro gradu -tutkielmaa, jossa tutkitaan jyvaskylälaisten urheiluseurojen harjoittamaa hyväntekeväisyyttä. Tutkielmas-
sa määrittelen hyväntekeväisyyden laajasti erilaisten apua ja tukea tuottavien toimintojen
kautta. Näitä ovat muun muassa rahan, tavaroiden, ajan ja palveluiden lahjoittaminen, hyvän-
tekeväisyystapahtumien järjestäminen, osallistuminen työllistämiprojekteihin sekä harras-
tusmaksujen alentaminen.

Pyydän teitä ystävällisesti vastaamaan alla olevasta linkistä löytyvään nettikyselyyn, johon
menee aikaa vain noin viisi minuuttia. Kyselyyn vastaaminen on tärkeää, vaikka seuranne ei
harjoittaisi hyväntekeväisyyttä tai se olisi vähäistä. Kyselyn pohjalta valitaan osallistujia
myöhemmin toteutettavaan haastattelututkimukseen. Osallistuminen on täysin vapaaehtoista.
Tutkimus suoritetaan ehdottaman luottamuksellisesti noudattaen hyvää tieteellistä käytäntöä.
Yksittäisten kyselyyn vastanneiden seurojen nimiä ei mainita tutkimusraportissa.

<http://MRINTERVIEW2.ad.jyu.fi/mrIWeb/mrIWeb.dll?I.Project=JKLSEURAT&i.test=1>

Tutkimustulokset antavat arvokasta tietoa siitä, mikä on urheiluseurojen ja hyväntekeväisyys-
työn yhteys ja nykytila. Tutkimustuloksia voidaan hyödyntää tulevaisuudessa tämän yhteyden
kehittämisessä ja lisäämisessä.

Tutkielma tullaan julkaisemaan verkkojulkaisuna. Tutkielman ohjaajina toimivat Jyväskylän
yliopiston liikuntakasvatuksen laitoksen tutkijatohtori Antti Laine ja Kansalaisyhteiskunnan
maisteriohjelman yliopistonopettaja Hanna-Mari Husu.

Ystävällisesti

Minna Hirvonen
puh. 040 5898 046
sähköposti: minna.l.hirvonen@student.jyu.fi

Liite 3

Haastattelurunko

Teemahaastattelun alustavat teemat:

- Yleinen käsitys hyväntekeväisyydestä (MITÄ)
 - Mikä on vastaajan mielestä hyväntekeväisyyttä
 - Mikä sen tarkoitus on
 - Näkykö hyväntekeväisyys seuran arjessa ja keskusteluissa, miten

- Syyt osallistua hyväntekeväisyystyöhön (MIKSI)
 - Miksi seura lähtenyt mukaan hyväntekeväisyyteen
 - Mikä motivoi osallistumaan
 - Mikä edistää osallistumista
 - Mikä estää osallistuminen

- Hyväntekeväisyyskohteen valinnan taustalla olevat tekijät (KOHDE)
 - Kuka valitsee kohteen
 - Millä perusteella se valitaan

- Odotukset hyväntekeväisyydeltä (ODOTUKSET)
 - Mitä odotuksia ja toiveita hyväntekeväisyyteen osallistumisella on
 - Onko vaikutuksia ollut, millaisia vaikutuksia

- Urheiluseuran ja hyväntekeväisyystyön tulevaisuus (TULEVAISUUS)
 - Miltä yhteistyö tulevaisuudessa vaikuttaa
 - Odotuksia/toiveita/parannettavaa tulevaisuudessa

Liite 4

Suostumus tutkimukseen osallistumisesta (haastatteluun)

Teen Jyväskylän yliopiston kansalaisyhteiskunnan maisteriohjelmassa pro gradu -tutkielmaa, jossa tutkitaan jyvaskylälaisten urheiluseurojen harjoittamaa hyväntekeväisyyttä. Tutkielmas-
sa määrittelen hyväntekeväisyyden laajasti erilaisten apua ja tukea tuottavien toimintojen
kautta. Näitä ovat muun muassa rahan, tavaroiden, ajan ja palveluiden lahjoittaminen, hyvän-
tekeväisyystapahtumien järjestäminen, osallistuminen työllistämiprojekteihin sekä harras-
tusmaksujen alentaminen.

Tutkimustulokset antavat arvokasta tietoa siitä, mikä on urheiluseurojen ja hyväntekeväisyys-
työn yhteys ja nykytila. Tutkimustuloksia voidaan hyödyntää tämän yhteyden kehittämisessä
ja lisäämisessä. Tutkielma tullaan julkaisemaan verkkojulkaisuna. Tutkielman ohjaajina toi-
mivat Jyväskylän yliopiston liikuntakasvatuksen laitoksen tutkijatohtori Antti Laine ja Kansa-
laisyhteiskunnan maisteriohjelman yliopistonopettaja Hanna-Mari Husu.

Osallistuminen on täysin vapaaehtoista. Tutkimus suoritetaan ehdottoman luottamuksellisesti
noudattaen hyvää tieteellistä käytäntöä. Yksittäisten kyselyyn vastanneiden seurojen nimiä ei
mainita tutkimusraportissa.

Osallistuessani tutkimukseen

minä _____

annan luvan nauhoittaa itseni ja tutkijan väliset haastattelut ja suostun siihen, että haastatte-
lussa antamiani tietoja käytetään kyseisen tutkimuksen tarpeisiin.

Paikka _____

Aika _____

Allekirjoitus _____

Ystävällisesti

Minna Hirvonen

puh. 040 5898 046

sähköposti: minna.l.hirvonen@student.jyu.fi