

**SUPERPESISJOUKKUE KIRITTÄRIEN YLEISÖPROFILI JA YLEISÖN
MOTIIVIT OTTELUTAPAHTUMIIN OSALLISTUMISEEN**

Sara Heimonen

Liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkielma
Liikuntatieteellinen tiedekunta
Jyväskylän yliopisto
Kevät 2018

TIIVISTELMÄ

Heimonen, S. 2018. Superpesisjoukkue Kirittärien yleisöprofiili ja yleisön motiivit ottelutapahtumiin osallistumiseen. Liikuntatieteellinen tiedekunta, Jyväskylän yliopisto, liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkielma, 86 s., 1 liite.

Urheilutapahtumat ovat muuttuneet viihteellisiksi kulutushyödykkeiksi, joita on kehitettävä jatkuvasti vastaamaan kuluttajien odotuksia. Huippu-urheilua ei olisi nykyisessä muodossaan ilman yleisöä, mikä tekee urheilun katsojista tärkeän tutkimuskohteen. Urheiluyleisön tutkiminen tuottaa useille toimijoille arvokasta tietoa yleisön rakenteesta, motiiveista ja toiveista. Ei ole kuitenkaan olemassa yhtenäistä urheiluyleisöä, vaan eri urheilulajeilla on erilaiset yleisönsä. Pesäpalloa on tutkittu varsin vähän huolimatta lajin perinteistä ja suosiosta palloilulajien joukossa. Naisten Superpesis on yleisömäärin mitattuna Suomen seuratuin naisten palloilularja, jonka yksi menestyneimmistä joukkueista on jyvaskyläläinen Kirittäret.

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, millainen on Superpesisjoukkue Kirittärien yleisöprofiili. Lisäksi tutkitaan, miksi Kirittärien ottelutapahtumiin osallistutaan. Kiinnostus kohdistuu motiivien ohella osallistumisen määrään ja ottelutapahtuman osa-alueiden merkityksiin. Kyseessä on kvantitatiivinen survey-tutkimus. Tutkimusjoukko koostuu Kirittärien kotiottelun katsojista Superpesiskaudella 2017. Tutkimusaineisto (n=265) hankittiin käyttämällä tähän tutkimukseen laadittua kyselylomaketta, jonka suunnittelussa hyödynnettiin aikaisempia urheilun yleisötutkimuksia.

Tulokset osoittivat Kirittärien kotiottelun kiinnostavan tasaisesti sekä miehiä että naisia, mutta sukupuoli erosi toisistaan merkittävästi iän ja ammattiaseman suhteen. Katsojat painotivat jyvaskyläläisiin ja korkeakoulututkinnon suorittaneisiin. Ikäluokista 60–69-vuotiaiden osuus oli suurin. Katsojat harrastivat runsaasti vapaa-ajan kuntoliikuntaa, mutta useammalla kuin joka toisella ei ollut pesäpallotaustaa. Kirittärien ottelutapahtumaan osallistuttiin, koska se oli mukava ajanviettotapa. Katsojat halusivat seurata huippupesäpalloa ja nähdä taitavia pelisuorituksia. Ottelutapahtuman osa-alueista keskimäärin tärkeimpänä pidettiin yleisön kannustusta. Suurin osa katsojista ei pitänyt alkoholimyyntiä tärkeänä pesäpallo-ottelussa.

Tulokset viittaavat siihen, että pesäpallo on molempien sukupuolten laji sekä kentillä että katsomoissa. Osa katsojista seuraa otteluita ilman vahvaa sidosta Kirittäriin, mutta katsomosta löytyy myös Kirittärien faneja. Kaikkiaan katsojilla on paljon erilaisia syitä osallistua Kirittärien ottelutapahtumiin. Tutkimus tarjoaa Kirittärielle mahdollisuuden kehittää ottelutapahtumiaan ja edistää toimintaansa yhteistyökumppaneiden kanssa. Vastaavaa naisten huippu-urheilutapahtumiin kohdistuvaa tutkimusta olisi tehtävä myös jatkossa tapahtumien kehittämiseksi.

Asiasanat: pesäpallo, penkkiurheilu, yleisö, yleisötutkimus

ABSTRACT

Heimonen, S. 2018. The profile and motives of the spectators of Finnish baseball team Kirittäret. Faculty of Sport and Health Sciences, University of Jyväskylä, Master's thesis in Social Sciences of Sport, 86 pp., 1 appendix.

Within contemporary consumer culture sports events are produced by adding entertainment elements to enhance the spectator experience. Without sports spectators there would not be professional sports and athletes. However, there are different spectators in different sports. Finnish baseball has been studied relatively little even though Finnish baseball, the national game of Finland, is one of the most popular ball games in Finland. Kirittäret from Jyväskylä is one of the most successful women's teams in the Finnish baseball league, Superpesis.

The purpose of the study is to determine the profile of the spectators of Finnish baseball team Kirittäret. In addition, the purpose is to examine the factors that motivate the spectators of Kirittäret to attend the games. The study is a quantitative survey research. The target group comprises the spectators of Kirittäret in the 2017 Finnish baseball season. The data (n=265) were collected via a questionnaire. The questionnaire based on earlier research on sports spectators.

The results of the study showed that both men and women were interested in watching the game of Kirittäret. However, there were differences in age and occupation between men and women. Most spectators were from Jyväskylä. They exercised a lot in their free time but over half of them had not played or coached Finnish baseball. For most spectators, watching Finnish baseball game in the stadium was a nice leisure activity which they wanted to spend time on. The spectators wanted to watch the elite league games and the finesse of the players. In addition, it is important for the spectators that the crowd cheers the players in the games. For most spectators, alcohol is not an important factor in the Finnish baseball games.

There are strong references to the fact that Finnish baseball is enjoyed equally by men and women. There are both the fans of Kirittäret and those who have not a strong relationship with Kirittäret in the games. All in all, the spectators of Kirittäret have lots of reasons to attend the games. It is important to continue researching the sports spectators of women's sports in the future.

Key words: Finnish baseball, spectator sports, the study of sports spectators

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

1 JOHDANTO.....	1
2 URHEILUN SEURAAMISEN MUUTOKSET JA MERKITYKSET SUOMESSA....	3
2.1 Urheiluyhteisö liikuntatieteellisenä tutkimuskohteena	3
2.2 Suomalainen urheiluyhteisö.....	6
2.3 Urheilutapahtumat kulutusyhteiskunnassa	13
2.4 Urheilun seuraajien motiiveista.....	17
3 NAISPESÄPALLO OSANA JYVÄSKYLÄLÄISTÄ PALLOILUKULTTUURIA...	24
3.1 Pesäpallo yleisölajina	24
3.2 Naispesäpallon historia Jyväskylässä.....	30
3.3 Jyväskylä – palloilukaupunki?.....	33
3.4 Superpesisseura Kirittäret.....	36
4 TUTKIMUSONGELMAT	42
5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	43
5.1 Tutkimusstrategia.....	43
5.2 Kyselylomakkeen suunnittelu	44
5.3 Tutkimusaineiston hankinta ja analysointi	47
5.4 Tutkimuksen luotettavuus.....	49
6 TUTKIMUSTULOKSET.....	51
6.1 Kirittärien yleisöprofiili.....	51
6.1.1 Sosiodemografinen tausta	51
6.1.2 Liikunta- ja pesäpallotausta.....	56

6.1.3 Kirittärien viestintäkanavien seuraaminen	59
6.2 Kirittärien ottelutapahtumiin osallistuminen	63
6.2.1 Osallistumisen määrät	63
6.2.2 Osallistumisen motiivit	65
6.2.3 Ottelutapahtuman osa-alueiden merkitys	69
7 POHDINTA	75
7.1 Tulosten tarkastelu	75
7.2 Tulosten hyödyntäminen jyvaskyläläisen naispesäpalloilun kehittämisessä	82
7.3 Tutkimuksen arviointi ja jatkotutkimusehdotukset	85
LÄHTEET	87
LIITTEET	

1 JOHDANTO

”Pelin teknisestä luonteesta johtuu, ettei omien voitto tai sinne päin tapahtuva tilanteen ratkaisu ole katsojilleen niin tärkeä ja nautintoa tuottava kuin hyvä peli sellaisenaan.”

Pesäpallon kehittäjä Lauri ”Tahko” Pihkala

Koukkunäpin onnistuminen ratkaisevassa tilanteessa, pelitapahtumien analysointi vieressä istuvan ystävän kanssa, kioskissa paistuvat makkarat tai yksinkertaisesti hyvä peli, kuten suomalaisen pallonlyönnin uranuurtaja Pihkala (1966, 23) toteaa sitaatissa. Monet asiat houkuttelevat katsojia stadioneille ja kenttien reunoille pesäpallon ottelutapahtumiin. Nykyistä kaupallistunutta huippu-urheilua ei olisi ilman katsojia, sillä huippu-urheilu on taloudellisesti riippuvainen yleisöstä ja julkisuudesta. Urheiluyhteisön tutkiminen tuottaa useille toimijoille arvokasta tietoa yleisön rakenteesta, motiiveista ja toiveista. Moniin urheilulajeihin ensimmäinen kosketus saadaan juuri kilpaurheilun seuraamisen kautta, ja sykehdyttävä penkkiurheilukokemus voi parhaimmillaan johtaa laajempaan kiinnostukseen. Pesäpallo-ottelun ratkaisu on äänestetty jopa vuoden sykehdyttävimmäksi urheiluhetkeksi (ks. YLE 2011).

Urheilun seuraaminen on ollut merkittävä osa suomalaisten vapaa-aikaa jo useiden vuosikymmenten ajan. Liikuntakulttuurin ja kuluttajien vapaa-ajan muutokset ovat kuitenkin vaikuttaneet urheilun seuraamiseen siten, että urheilutapahtumiin osallistutaan nykyisin harvemmin kuin ennen. Huippu-urheilutapahtumat ovat muuttuneet viihteellisiksi kulutushyödykkeiksi, joita on kehitettävä jatkuvasti vastaamaan kuluttajien odotuksia. Uudenlaisia tapahtumia kehittämällä ja urheilulajeja tuotteistamalla pyritään tarjoamaan yleisölle monipuolisia elämyssisältöjä ja merkityksiä sekä luomaan jännitystä ja viihdettä. Toisaalta elämysten tuottaminen urheilutapahtumissa on haasteellista, sillä jokaiselle katsojalle elämys on kokemuksena erilainen riippuen henkilökohtaisesta ajatus- ja kokemusmaailmasta (Vallo & Häyrynen 2016, 139). Ilman yleisötutkimuksia urheilulajeja ja -tapahtumia ei välttämättä kehitetä oikeaan suuntaan.

Urheilun seuraamiseen liittyvät yhteisölliset elementit tekevät siitä liikuntasosiologisesta näkökulmasta kiinnostavan ilmiön. Lisäksi penkkiurheilu perustuu kilpaurheilun myötäelämiseen, joten se tukee yhteiskunnallisesti merkittäviä arvoja, kuten sinnikkyyttä ja kilpailukykyä. Urheilun katsojat eivät kuitenkaan ole herättäneet tutkijoiden kiinnostusta, joten tutkimusta aiheesta on varsin vähän (ks. Heinonen 2005, 25). Erityisesti naisurheilun yleisötutkimukselle on tarvetta, koska naisten urheilu on jäänyt koko historiansa ajan tutkimuksissa miesten urheilun varjoon. On tärkeää tutkia tietyn lajin yleisöä, sillä eri urheilulajeilla on erilaiset yleisönsä (ks. Heinonen & Godenhjelm 2000, 97). Pesäpallon korkein sarjataso Superperis on yleisömäärin mitattuna Suomen seuratuin naisten palloilusarja. Naisten huippupesäpallo on pysynyt selvästi suosituimpana naispalloilulajina koko 2000-luvun ajan, mutta pesäpallon ottelutapahtumien laatu on vaihdellut merkittävästi (ks. Suomen Pesäpalloliitto 2016).

Tässä pro gradu -tutkielmassa selvitetään, millainen on Superperisjoukkue Kirittärien yleisöprofiili. Lisäksi tutkitaan, miksi Kirittärien ottelutapahtumiin osallistutaan. Motiivien ohella kiinnostus kohdistuu osallistumisen määriin ja ottelutapahtuman osa-alueiden merkityksiin. Tutkimuksen taustalla on Keski-Suomen Liikunnan *Kaikki peliin* -hanke, joka pyrkii ohjelmassa mukana olevien jyvaskyläläisten pääsarjatason palloiluseurojen ottelutapahtumien ja niiden markkinoinnin kehittämiseen (ks. Keski-Suomen Liikunta 2018). Pesäpallolla on Jyväskylässä vahva paikallinen lajiperinne, mutta kaupungissa on runsaasti myös muita pääsarjatason palloilulajeja, joille kaikille pitäisi riittää yleisöä ja muita resursseja. Pesäpallon ottelutapahtumien kehittämiseksi on oltava ajankohtaista tietoa pesäpallokatsojista ja -faneista (ks. Suomen Pesäpalloliitto 2016). Tämän tutkimuksen tarkoituksena on edistää jyvaskyläläistä naispesäpalloilua tuottamalla tietoa Kirittärien kotiotteluiden yleisöstä.

2 URHEILUN SEURAAMISEN MUUTOKSET JA MERKITYKSET SUOMESSA

2.1 Urheiluyhteisö liikuntatieteellisenä tutkimuskohteena

Urheilukilpailujen ja otteluiden seuraamisella on merkittävä rooli laajojen ihmisjoukkojen viihteenä ja kuluttamisen muotona. Yleisön kiinnostus on suurelta osin urheilulajien olemassaolon perusta (Heinilä 1994), mikä tekee urheilun seuraajista tärkeän tutkimuskohteen. Huippu-urheilun viihteellistyminen on entisestään kasvattanut katsojien merkitystä, sillä ilman yleisöä huippu-urheilua ei olisi nykyisessä muodossaan (Heinilä 1994; Heinonen & Godenhjelm 2000, 108; Pyykkönen 2003). Huippu-urheilun kaupallistuessa ja viihteellistyessä mielikuva urheilun seuraamisesta jää helposti pinnalliseksi (Robinson 2003). Urheilun seuraaminen on kuitenkin liikuntasosiologisesta näkökulmasta mielenkiintoinen ilmiö, sillä se luo mahdollisuuksia yhteisöllisyyden tunteen kokemiseen, itsensä toteuttamiseen sekä sosiaalisten suhteiden kehittämiseen (ks. Heinilä 1994; Heinonen & Godenhjelm 2000, 98). Urheilun seuraaminen yhteisöllisenä kokemuksena yhdistää perheitä, ystäviä ja jopa kansakuntia (Heinonen & Godenhjelm 2000, 98; Wann, Schrader & Wilson 1999).

Urheilun seuraamisesta käytetään usein käsitettä penkkiurheilu (Heinonen 2005, 22), jonka ympärille suomalainen urheilun yleisötutkimus on kietoutunut. Teknologisoituneessa yhteiskunnassamme penkkiurheilun käsitteeseen katsotaan sisältyvän sekä urheilukilpailun katsojissa tapahtuva että mediavälitteinen urheilun seuraaminen (Turtiainen 2012, 8). Penkkiurheilukulutus voidaan jakaa primaarisiin eli välittömiin ja sekundaarisiin eli välitettyihin penkkiurheilupalveluihin. Urheilun seuraaminen tapahtumapaikalla luetaan primaaripenkkiurheiluksi, kun taas sekundaaripenkkiurheilulla tarkoitetaan tiedotusvälineiden kautta seurattua urheilua. (Järvinen 1994; Lehmuskallio 2007, 31.) Heinilä (2000) käyttää urheilukilpailun katsomossa tapahtuvasta seuraamisesta käsitettä katsomopenkkiurheilu erottaakseen sen median kautta seurattua urheilusta, jossa kommunikaatio on yksisuuntaista. Kyseinen jäsennys on sosiaalisen median käytön yleistymisen myötä vanhentunut, koska sosiaalisen median hyödyntäminen tapahtumissa mahdollistaa moniulotteisen kommunikaation myös kotisohvalta käsin.

Liikuntatieteellisenä tutkimuskohteena urheilun katsojat on usein käsitteellistetty ”sohvaperunoiksi” arkipuheen tavoin (Heinonen 2004a). Urheilun seuraaminen on siten mielletty vain passiiviseksi toiminnaksi. Penkkiurheilijoita ei ole pidetty tärkeänä tutkimuskohteena, koska yleisö on nähty vastakohtana liikunnan ja urheilun omakohtaiselle harrastamiselle eli aktiiviselle osallistumiselle (Heinonen 2004a; Heinonen & Godenhjelm 2000, 8–9). Sosiologisessa tutkimuksessa kulttuurin harrastamista, kuten konserteissa käymistä tai kaunokirjallisuuden lukemista, pidetään kuitenkin aktiivisena toimintana. Urheiluyleisön käyttäytyminen voi olla hyvin aktiivista tässä kontekstissa: katsojat osallistuvat tapahtumaan huutaen, taputtaen ja kannustaen. (Heinonen 2004a; 2004b.) Thrane (2001) luokittelee penkkiurheilun passiiviseen kotisohvalla harrastettavaan ja aktiiviseen katsomossa tapahtuvaan urheilun seuraamiseen. On silti huomioitava, että myös kotona reaaliaikaista urheilulähetystä seurattaessa katsoja voi tuntea olevansa ajallis-tilallisesti osallisena tapahtumassa (ks. Heinonen 2004a).

Liikuntasosiologisesta näkökulmasta tarkasteltuna penkkiurheilu on kulttuurin harrastamisen muotona aktiivista toimintaa. Urheilun seuraaminen voidaan laskea yhdeksi populaarikulttuurin muodoksi, jota on leimannut moralisoiva diskurssi muun kansankulttuurin tapaan (Heinonen 2004a; Heinonen & Godenhjelm 2000, 10). Heinosen (2005, 25) mukaan yleisön merkitys urheilussa on tunnistettu, mutta siitä huolimatta ”yleisöä ei ole pystytty käsitteellistämään mielenkiintoiseksi edes liikuntatieteellisen teorian tasolla”. Urheilun yleisötutkimus on alkujaan käynnistynyt urheilulajien tarpeesta selvittää katsojien odotuksia ja mieltymyksiä lajien markkinoinnin edistämiseksi (Heinilä 2000). Urheiluyleisön tutkimisen toinen pragmaattinen lähtökohta on jalkapallohuliganismiksi nimetyssä ilmiössä (Heinilä 2000; Heinonen 2004a). Yleisön häiriökäyttäytymisestä otteluissa on tehty runsaasti tutkimusta (ks. esim. Cleland & Cashmore 2016; Kossakowski 2017; Scott 2012; Wood 2017). Myös yleisön alkoholinkäyttö on kiinnostanut tutkijoita (ks. esim. Heinonen & Godenhjelm 2000; Merlo, Hong & Cottler 2009; Ostrowsky 2014).

Urheiluyleisöjen rakenteesta ja profiileista on tehty jonkin verran suomenkielisiä ja runsaammin kansainvälistä tutkimusta. Yleisöprofiilitutkimukset ovat keskittyneet voimakkaasti palloilulajien yleisöihin. Tutkimuskohteena ovat olleet muun muassa pesäpalloyleisö (Kiviaho & Mustikkamaa 1978; Mustikkamaa 1973), koripalloyleisö (Heinilä 1986; Ojala & Viinikainen 1992), amerikkalaisen jalkapallon yleisö (Mattila 1991), jääkiekkoyleisö (Koponen & Raine-

salo 1995) ja jalkapalloyleisö (Koski & Latonen 1999; Rasila & Salasuo 2001). Yksilölajeista on tutkittu esimerkiksi yleisurheiluyteisöä (Mähönen 2008) ja golfin yleisöä (Kshetri, Queen, Schioppa & Elmore 2009). Lisäksi urheiluyteisön segmentointia ja profiloointia on tehty yleisön kulutuskäyttäytymisen selvittämiseksi (ks. esim. Keaton, Watanabe & Gearhart 2015; Kim, Duncan & Jai 2016; Scott & Turco 2009). Anttila (2001), Pöntinen (2001) sekä Alpimaa, Hakulinen, Hautala ja Manninen (2001) selvittivät sosiologisissa tutkimuksissaan turkulaisten jääkiekkjoukkueiden yleisöprofiilien lisäksi katsojien motiiveja otteluiden seuraamiseen. Urheilun seuraajien motiivit ovat kiinnostaneet tutkijoita ympäri maailman (ks. esim. Gencer, Kiremitci & Boyacioglu 2011; James & Ross 2004; Park, Suh & Pedersen 2016; Trail & James 2001; Wang, Min & Kim 2013; Wann 1995; Wann ym. 1999).

Tutkijoiden kiinnostus on kohdistunut 2000-luvulla yhä enemmän koko yleisön sijaan intohimoiseen kannattajajoukkoon eli faneihin. Suomessa liikuntatieteellistä tutkimusta on tehty sekä jalkapallofaneista (Heinonen 2005; Heinonen & Godenhjelm 2001; Salminen 2014) että jääkiekkofaneista (Tyni 2011). Dahlberg ja Laine (2017) selvittivät puolestaan miesten jääkiekon MM-kisauutisoinnissa urheiluyteisölle tuotettuja representaatioita, kun taas Asposalo, Kuosmanen, Rantanen ja Takala (2001) paneutuivat yleisön tunteiden käsittelyyn. Urheilun yleisö on ollut tutkimuskohteena myös liikuntakäyttäytymistä selvittävässä tutkimuksessa. Esimerkiksi Lasten ja nuorten liikuntakäyttäytyminen Suomessa (LIITU) -tutkimuksessa (Koski 2015; Koski, Laine & Matilainen 2016) on selvitetty peruskoululaisten urheilun seuraamisen määriä.

Urheilun seuraaminen on vuosien saatossa muuttunut yhä enemmän puhtaaksi viihteeksi (Zacheus 2008a, 213). Urheilun yleisöstä tehdään jatkuvasti kaupallisiin tarkoituksiin räätälöityjä markkinatutkimuksia. Esimerkiksi sponsorointiin erikoistunut tutkimusyriitys Sponsor Insight tutkii suomalaisten kiinnostusta urheilutapahtumiin ja -lajeihin (Sponsor Insight 2018). Urheiluviihteen merkitys globaalina ilmiönä on yksi peruste yleisötutkimuksen tärkeydelle. Sadat miljoonat ihmiset ympäri maailman seuraavat jalkapallon MM-kisoja ja olympialaisia riippumatta kulttuurista, kielestä tai aikavyöhykkeestä. Urheilun seuraamisen taloudelliset, sosiaaliset ja kulttuuriset vaikutukset tekevät aiheesta merkittävän tutkimuskohteen myös paikallisessa ja kansallisessa kontekstissa, joten penkkiurheilun ulottuvuuksia on syytä tutkia jatkossakin.

2.2 Suomalainen urheiluyhteisö

Urheilun seuraaminen on kuulunut suomalaisten vapaa-aikaan jo useiden vuosikymmenten ajan (Zacheus 2008a, 213; 2008b, 46). Suomalaisten huippu-urheilijoiden kansainväliset saavutukset ovat luoneet kansallista identiteettiämme ja kohottaneet myös urheiluyhteisön itsetuntoa (Heinilä 2010, 167; Virtapohja 1998, 229; Zacheus 2008a, 213). Suomen jääkiekkomaajoukkueen ensimmäinen maailmanmestaruus vuonna 1995 kasvatti kansalaisten yhteenkuuluvuuden tunnetta ja uskoa menestykseen taloudellisen taantuman jälkeen. Maailmanmestaruutta seurasi koko kansan karnevaali, jollaista ei oltu koskaan aikaisemmin koettu. (Virtapohja 1995, 93; 1998, 15, 228.) Sen sijaan Lahdessa vuonna 2001 tapahtunut hiihdon maailmanmestaruuskisojen dopingskandaali koetteli myös suomalaisten urheilun seuraajien itsetuntoa (Virtapohja 2010).

Zacheuksen (2008a, 214) mukaan suomalaisessa liikuntakulttuurissa tapahtuneet muutokset näkyvät erityisen selvästi urheilun seuraamisessa. Urheilun seuraaminen sekä nuoruudessa että aikuisuudessa on muuttunut Suomessa täysin, mihin on osaltaan vaikuttanut uusien lajien syntyminen liikuntakulttuurimme eriytyessä (Itkonen 1996, 283; Zacheus 2008a, 214–215, 229). Jo arkiymmärrys kertoo seuratuimpien lajien muutoksesta viime vuosikymmeninä: joukkuelajien ja moottoriurheilun suosio on kasvanut yksilölajien kustannuksella. Perinteisiä, yksinäiseen puurtamiseen perustuvia lajeja ei ole kuitenkaan kokonaan hylätty, sillä niissä menestyvät suomalaisurheilijat nousevat suosituiksi puheenaiheiksi ja arvostuksen kohteiksi esimerkiksi olympialaisten aikana (vrt. Zacheus 2008a, 244–245).

Zacheus (2008a) selvitti tutkimuksessaan 1900-luvun sukupolvien suosituimpia penkkiurheilulajeja eri elämänvaiheissa. Nuoruudessaan hiihtoa seurasi yli 70 prosenttia 1920–1930-luvuilla syntyneistä suomalaisista. Lisäksi lähes 70 prosenttia seurasi kesäisin yleisurheilua. Sen sijaan 1980-luvulla syntyneistä 14 prosenttia seurasi nuoruudessaan hiihtoa ja 16 prosenttia yleisurheilua. Tutkija puhuuakin urheilun seuraamisen vallankumouksesta, sillä hiihdon ja yleisurheilun suosion pudotessa jääkiekon ja moottoriurheilun seuraaminen on kasvanut suurin harppauksin. Jääkiekkoa seurasi nuoruudessaan neljä prosenttia 1920–1930-luvuilla syntyneistä ja lähes 75 prosenttia 1980-luvulla syntyneistä. Moottoriurheilussa vastaava seuraa-

misen muutos oli yhdestä prosentista 34 prosenttiin. (Zacheus 2008a, 214–216, 224–225.) On kuitenkin otettava huomioon, että 1920–1930-luvuilla syntyneiden nuoruudessa urheilun seuraamisen mahdollisuudet olivat täysin erilaiset kuin myöhemmin syntyneiden.

Samanlainen muutos urheilun seuraamisessa on tapahtunut myös suomalaisten aikuisuudessa. Zacheuksen (2008a, 229) tutkimuksessa jääkiekon, moottoriurheilun ja jalkapallon seuraaminen aikuisuudessa yleistyi perinteisten yksilölajien suosion hiipussa sitä enemmän, mitä myöhemmin syntyneistä oli kyse. Kyseisessä tutkimuksessa urheilulajien seuraamista kartoitettiin kysymällä vastaajilta kolme tärkeintä penkkiurheilulajia eri elämänvaiheissa (ks. Zacheus 2008a, 102). Muita mahdollisesti seurattuja lajeja ei siten huomioitu eikä seuraamisen määrällisiä muutoksia tarkasteltu. Tutkimus vahvistaa joka tapauksessa näkemystä siitä, että eriytyneessä liikuntakulttuurissa lajien asema muuttuu jatkuvasti ja suosituimpien lajien on kyettävä uudistumaan säilyttääkseen valta-asemansa (ks. Itkonen 1996, 238).

Myös yhteiskunnassa arvostettavat asiat kokevat muutoksia vuosikymmenten kuluessa. Zacheuksen (2008a, 215) mukaan nuorten seuraamat lajit muuttuvat yhteiskunnassa arvostettujen merkitysten mukaan. Lajikulttuuriin kuuluvat lajieleментit vaikuttavat siten siihen, mitä lajeja kulloinkin suositaan. Esimerkiksi nopeasti vaihtuvia tilanteita sisältävät lajit sopivat 2000-luvun nopeatempoiseen yhteiskuntaamme hyvin (Zacheus 2008a, 215). Toisaalta yhteiskunnan kaupallistuminen ja teknillistyminen ovat heijastuneet myös urheilun seuraamiseen. Yleisösuosio on kasvanut kaupallista viihdettä tarjoavissa lajeissa, kuten vauhtia ja vaarallisia tilanteita sisältävässä jääkiekossa (Zacheus 2008a, 215). Itkonen (1996, 60) mukaan ihmisten elämäntapojen eriytyminen ja yksilön omien valintojen korostuminen vaikuttavat urheilulajien suosioon.

Skandaalien vaikutus urheilulajien suosioon voi sen sijaan olla joko myönteistä tai kielteistä. Koska skandaali syntyy normien rikkomisesta ja väärinteosta, skandaalit herättävät usein vahvoja tunteita, kuten tuhtumusta, paheksuntaa ja ärtymystä (Dahlgren, Kivistö & Paasonen 2011; Hamqvist 2009, 73). Toisaalta skandaalia saattaa seurata myös myönteisiä asioita (Dahlgren ym. 2011). Jalkapalloon linkittyvä huliganismi tai jääkiekossa ilmenevä aggressiivisuus saavat mediassa ja ihmisten puheissa paljon huomiota ja tekevät siten lajeista kiinnos-

tavia (Heinonen 2005, 24). Urheilussa tapahtuvien skandaalien vaikutus on silti useimmiten skandaalin kohteelle kielteinen, kuten Suomessa tapahtuneet hiihdon doping- ja pesäpallon sopupeliskandaalit osoittivat. Hiihdon MM-kisojen dopingskandaalin jälkeen suomalaiset olivat pettyneitä ja häpesivät hiihtäjiämme. Penkkiurheilijoita pidettiin tapauksen uhreina. (Virsu 2010.) Hiihdon suosio siis kärsi skandaalin seurauksena. Pesäpallon yleisömäärät puolestaan laskivat selvästi vuoden 1998 sopupeliskandaalin jälkeen (Paloaro 2001, 11; Suomen Pesäpalloliitto 2001, 203).

Penkkiurheilutarjonta on viime vuosikymmenten aikana jatkuvasti lisääntynyt tapahtumien määrän kasvun ja seuraamismuotojen monipuolistumisen myötä. Heinosen ja Godenhjelm (2000, 51–53) urheilun seuraamista kartoittaneessa tutkimuksessa kuitenkin selvisi, että suomalaisten urheilun seuraaminen tapahtumapaikalla keskittyi vain muutamaiin lajeihin. Suurin osa pääsymaksullisissa kilpaurheilutapahtumissa käyneistä penkkiurheilijoista seurasi vain yhtä lajia tapahtumapaikalla. Pesäpallon katsojat olivat suosituimpien yleisölajien seuraajista lajiuskollisimpia. Enemmistö pesäpallokatsojista seurasi ainoastaan Suomen kansallispeliä kesäisin pesäpallokauden aikana. (Heinonen & Godenhjelm 2000, 51–53.) Tulosta selittää osaltaan lajin pelaaminen maaseutupaikkakunnilla, joiden urheilutapahtumatarjontaan ei ole kesäisin kuulunut juuri muita lajeja kuin pesäpallo.

Urheilun seuraamista on perinteisesti luonnehdittu miehiseksi vapaa-ajanviettotavaksi, sillä miesten on havaittu seuraavan urheilua enemmän kuin naisten (ks. esim. Minkkinen, Pääkkönen & Liikkanen 2001, 11; Thrane 2001; Viitanen 1999, 17; Zacheus 2008b, 48). Heinilän (1985; 1994) mukaan kilpaurheilun miesvaltaisista perinteistä johtuen urheilun seuraaminenkin on ollut miehinen harrastus. Esimerkiksi suomalaisista perheistä urheilua ovat seuranneet lähinnä isät poikineen (ks. Heinilä 2000). Lisäksi miesurheilun seuraaminen on ollut selvästi suosituempaa kuin naisurheilun. Urheilumediassa on korostunut penkkiurheilun tapaan miesten urheilu, sillä maskuliinista urheilusankaruutta luovassa mediassa naisten asema on jäänyt marginaaliseksi (Itkonen, Ilmanen, Matilainen & Jaskari 2008, 71; Pirinen 2006; 39). Miesten urheilumenestys on perinteisesti nostettu naisten saavutuksia korkeammalle (Kokkonen 2015, 227; Pirinen 2006, 15, 42). Naisurheilijoiden toisarvoinen representointi urheilumediassa on kuitenkin vähentynyt 2000-luvulla (Kaivosari 2017, 195).

Heinosen ja Godenhjelm (2000, 55) tutkimuksessa eri lajien yleisöjen sukupuolirakenteet erosivat toisistaan melko paljon, mutta kaikissa yleisömäärin mitattuna suurimpien lajien tapahtumissa kävi enemmän miehiä kuin naisia. Pesäpallon sukupuolirakenne oli suurimmista yleisölajeista tasaisin. Pöntisen (2001) tutkimuksessa noin joka kolmas miesten jääkiekkottelun katsojista oli nainen, kun taas Alpimaan ym. (2001) saman lajin tutkimuksessa naisia oli yleisöstä noin viidesosa. Sen sijaan Mähösen (2008, 35) tutkimuksessa yleisurheilun eliittikatsomoiden sukupuolijakauma oli tasainen. Kyseisessä tutkimuksessa ei oteta kantaa siihen, edustaako otos luotettavasti koko perusjoukkoa, mutta tulos antaa viitteitä naisurheilijoiden vaikutuksesta naiskatsojien määrään. Sukupuolen on nimittäin havaittu vaikuttavan penkkiurheiluun määrällisen eron lisäksi siten, että naiset suosivat naisurheilun seuraamista, kun taas miehet katsovat enemmän miesurheilua (Kahle, Duncan, Dalakas & Aiken 2001).

Eri-ikäisten suomalaisten urheilun seuraamisessa on määrällisiä eroja, sillä nuoremmat seuraavat urheilutapahtumia useammin kuin vanhemmat (Minkkinen ym. 2001, 11; Zacheus 2008b, 48–49). Pöntisen (2001) tutkimuksessa jääkiekkokatsojista 71 prosenttia oli alle 37-vuotiaita. Myös Alpimaan ym. (2001) tutkimuksessa nuorten ikäluokkien osuus oli suuri: yleisöstä 62 prosenttia oli alle 41-vuotiaita. Jääkiekkoyleisössä miehet olivat keskimäärin vanhempia kuin naiset (Alpimaa ym. 2001; ks. myös Pöntinen 2001). Iän lisäksi tulotaso vaikuttaa urheilun seuraamiseen, sillä urheilun kaupallistumisen seurauksena tulojen merkitys penkkiurheilun harrastamismahdollisuuksien laajuuteen on lisääntynyt (Zacheus 2008b, 48–49). Thranen (2001) tutkimuksessa selvisi, että korkeammat tulot lisäsivät urheilun seuraamisen määrää. Sen sijaan koulutuksella ja urheilun seuraamisella ei ollut yhteyttä.

Urheilua aktiivisesti harrastavien on todettu myös seuraavan sitä muita enemmän (ks. esim. Heinilä 1985; Heinonen & Godenhjelm 2001, 18; Koski ym. 2016; Thrane 2001). Kiinnostus urheilun harrastamiseen laajeneekin usein penkkiurheiluksi (Heinilä 1985). Urheilulajin harrastamisen ja seuraamisen välillä on nähtävissä positiivinen kierre (Piispa 2013). Lajin yleisökiinnostavuus vaikuttaa sen saavuttamaan arvostukseen, joka edistää lajin harrastajamäärien kasvua (Heinilä 1985; Piispa 2013). Harrastettavaa lajia puolestaan seurataan enemmän, joten kierto jatkuu kertaantuen (Piispa 2013). Penkkiurheilulajien suosio perustuukin usein harrastajapohjaan (Heinonen 2004a). Potentiaalisena yleisönä lajien harrastajat ovat huippu-urheilulle tärkeitä kohderyhmiä ottelutapahtumien markkinoinnissa.

Urheilun seuraamisen ja harrastamisen välistä yhteyttä perustellaan useista näkökulmista. Sosiologi Pierre Bourdieun (1985, 159–160) mukaan penkkiurheilun kiinnostavuus perustuu osittain kuvitteelliseen osallistumiseen, joka luodaan entisen todellisen urheiluharrastuksen pohjalta. Kilpaurheilun tarjoamia elämyksiä ja herättämiä tunteita on mahdollista kokea myötälämisen kautta myös penkkiurheilussa (Heinilä 1985; 2010, 169). Entinen urheiluharrastus otetaan urheilun seuraamisen kautta uudella tavalla käyttöön. Erityisesti kaikkein intohimosimpien katsojien eli fanien osallistuminen on usein imaginaarista. (Bourdieu 1985, 160–161.) Kilpailun, voiton tai häviön myötäläminen on kuitenkin samalla tavalla mahdollista myös muiden elämäkokemusten kautta ilman urheilutaustaa.

Myötälämisen lisäksi penkkiurheilun ja urheilun harrastamisen yhteyttä perustellaan urheilun syvällisen ymmärtämisen kautta. Heinosen (2004a) mukaan lajin perusidean ymmärtäminen ei yleensä luo urheilun elämyksellisyyttä ja jännittävyttä, vaan siihen vaaditaan lajikulttuurin hallitsemista. Oman harrastuksen avulla lajikulttuuri sisäistetään syvällisesti ja elämyksellisesti. Lajikulttuurista käytetään myös termiä lajin maailma, joka ymmärretään lajin omakohtaisen kokemuksen kautta (Koski & Latonen 1999, 24). Oma lajiharrastus auttaa kyseisen lajin merkitysrakenteiden tulkitsemisessa lisäten siten kiinnostusta lajin seuraamiseen (Lehmuskallio 2007, 110). Jalkapalloyleisön mieltymyksiä ja viihtyvyyttä kartoittaneessa tutkimuksessa (Koski & Latonen 1999, 24) selvisi, että katsojista 71 prosentilla oli aiempi suhde jalkapalloon. Toisaalta jääkiekkoyleisöstä tehty tutkimus (Pöntinen 2001) osoitti vain viidenneksen yleisöstä pelanneen tai pelaavan jääkiekkoa.

Urheilukilpailuissa ja otteluissa käyminen on vähentynyt selvästi Suomessa. Minkkisen ym. (1999, 11) mukaan vuonna 1991 urheilukilpailuissa kävi joka toinen suomalainen, mutta vuonna 1999 kävijäosuus oli laskenut 39 prosenttiin. Heinosen ja Godenhjelmin (2000, 47) tutkimuksessa 43 prosenttia suomalaisista 15–74-vuotiaista oli käynyt seuraamassa urheilutapahtumaa viimeisen vuoden aikana. Sama suunta urheilun seuraamisessa on jatkunut 2000-luvulla, sillä urheilun seuraaminen tapahtumapaikalla ei ole ollut kovin yleistä. Vuonna 2007 alle kymmenen prosenttia suomalaisista kävi urheilutapahtumissa useita kertoja kuukaudessa tai useammin. Miehistä noin joka neljäs (26 %) ja naisista lähes puolet (49 %) ei käynyt koskaan urheilutapahtumissa vapaa-ajallaan. Yli 65-vuotiaista vastaava osuus oli 60 prosenttia. (Zacheus 2008b, 48–49.)

Tuoreimmat suomalaistutkimukset urheilun seuraamisen määristä ovat koskeneet lapsia ja nuoria, joiden penkkiurheilukäyttäytymisessä on tapahtunut merkittäviä muutoksia (ks. Koski 2015; Koski ym. 2016). Jo vuosien 1991 ja 1999 välillä ilmeni huomattavaa laskua lasten ja nuorten tapahtumapaikalla seurattavan urheilun määrässä (Minkkinen ym. 2001, 11). Lasku on jatkunut myös 2000-luvulla, sillä vuonna 2014 ikäluokasta 10–14-vuotiaat urheilua seurasi tapahtumapaikalla noin 120 000 lasta ja nuorta vähemmän kuin vuonna 1991. Lähes puolet lapsista ja nuorista ei käynyt vuonna 2014 seuraamassa urheilutapahtumia katsomosta käsin ollenkaan. (Koski 2014; 2015.) Tytöt seuraavat poikia harvemmin urheilua tapahtumapaikalla (Koski 2015; Koski ym. 2016).

Kosken ym. (2016) mukaan aivan viime vuosina urheilutapahtumissa kerran vuodessa käyvien lasten ja nuorten suhteellinen osuus ei ole enää laskenut. Sen sijaan lasten ja nuorten penkkiurheiluaktiivisuus on vähentynyt siten, että usein urheilua tapahtumapaikalla seuraavien osuus on laskenut. Lisäksi jonkin verran kasvua on tapahtunut sellaisten lasten ja nuorten osuudessa, jotka eivät koskaan seuraa urheilua tapahtumapaikalla. Kiinnostus urheilun ja liikunnan seuraamiseen sekä tapahtumapaikalla että mediavälitteisesti vähenee lapsilla ja nuorilla iän myötä. (Koski ym. 2016.) Lasten ja nuorten vapaa-ajasta kilpailevat penkkiurheiluharrastuksen lisäksi monet muut liikuntaan ja urheiluun liittyvät harrastukset sekä liikuntakulttuurin ulkopuoliset vapaa-ajanviettotavat. Yhteiskunnan teknologisoituminen on luonut 2000-luvulla paljon uusia vapaa-ajanviettomuotoja, joita ei ennen vuosituhannen vaihdetta ollut vielä tarjolla.

Televisio on uusintoinen, hidastuksineen ja selostuksineen vaikuttanut merkittävästi katsojien tapaan seurata urheilua. Digitaalitekniikka mahdollistaa urheilun seuraajalle omakohtaisen penkkiurheilukokemuksen koostamisen, sillä television lisäksi tarjolla on lukemattomia muita median urheilusta tuottamia sisältöjä ja palveluja. (Turtiainen 2012, 91–92.) Urheilutapahtumiin osallistumisen suosiota mediavälitteisen urheilun seuraamisen rinnalla perustellaan tapahtumapaikan tunnelmalla, katsojien osallistumismahdollisuudella, paremmalla tilan näkyvyydellä ja katsomossa koettavalla yhteisöllisyydellä (Heinilä 2000; Koski & Latonen 1999, 50). Näistä tekijöistä huolimatta median välineiden ja tarjonnan kehittyminen on aiheuttanut tapahtumapaikalla seurattavan urheilun suosiolle suuria haasteita (Koski ym. 2016). Median kautta urheilua voidaan seurata helposti ajasta tai paikasta riippumatta.

Kosken ym. (2016) tutkimuksessa lapset ja nuoret käyttivät urheilun ja liikunnan seuraamiseen yleisimmin sosiaalista mediaa, muita nettitalenteita ja televisiota. Nettitalenteet, kuten Youtube, ja sosiaalinen media, kuten Twitter ja Facebook, olivat monilta osin ohittaneet television suosion. Noin puolet lapsista ja nuorista ei seurannut urheilua lainkaan lehtien tai radion välityksellä. Mediavälitteinen urheilun seuraaminen oli kokonaisuudessaan suositumpaa poikien kuin tyttöjen keskuudessa. Urheilun seuraaminen sosiaalisen median kautta oli yleisintä 13-vuotiaiden joukossa: noin joka neljäs (27 %) seurasi urheilua päivittäin sosiaalisesta mediasta. (Koski ym. 2016.) Myös aikuisväestön sosiaalisen median ja nettitalenteiden käyttöä urheilun seuraamiseen tulisi jatkossa tutkia.

Urheilun seuraamisesta on erityisesti 2000-luvun aikana tullut niin moniulotteista, että penkkiurheilun käsite saattaa olla harhaanjohtava. Penkkiurheilu sanana on peräisin 1920-luvulta, jolloin kilpaurheilun seuraaminen lisääntyi Suomessa. Katsojista tuli tällöin penkkiurheilijoita. (Kokkonen 2015, 94.) Vaikka penkkiurheilun käsitteeseen katsotaankin nykyään sisältyvän myös mediavälitteinen urheilun seuraaminen, käsite luo auttamatta vanhahtavia mielikuvia kentän reunalla puisilla penkeillä istuvista katsojista. Media ja erityisesti sosiaalinen media muokkaavat kuitenkin jatkuvasti urheilun seuraamisen kenttää muun muassa uusien älypuhelinsovellusten muodossa. Kiireiset urheilun seuraajat valitsevat helposti hidastempoisen otteletapahtuman seuraamisen sijaan netistä löytyvän maalikoosteen. Urheilun seuraamisen muutoksista huolimatta penkkiurheilu on säilyttänyt asemansa suomen kielessä.

Koski ym. (2016) toteavat, että uuden katsojasukupolven luomisesta ei ole huolehdittu tarpeeksi. Potentiaalisten katsojakuntien kehittämiseen tulisi kiinnittää jatkossa enemmän huomiota, sillä jatkuvassa muutoksessa oleva penkkiurheilu on sukupolvisidonnainen ilmiö (Zacheus 2008a, 245). Huippu-urheilun kehittäminen yleisön osalta ei ole ollut pitkäjänteistä, mikä voi heijastua tulevaisuudessa koko liikuntakulttuurin arvostukseen ja asemaan muiden elämänalueiden joukossa. Suomessa lapset ja nuoret eivät esimerkiksi lue suomalaisurheilijoiden kansainvälistä menestystä yhteiskunnallisesti merkittävimpien arvojen joukkoon (Laine, Salasuo & Matilainen 2016). Urheilun seuraamisen hiipuminen saattaa vaikuttaa myös yksilöiden liikuntasuhteen rakentumiseen (Koski ym. 2016). Moniin urheilulajeihin ensimmäinen kosketus saadaan kilpaurheilun seuraamisen kautta, ja sykähdyttävä penkkiurheilukokemus voi parhaimmillaan johtaa laajempaan kiinnostukseen.

2.3 Urheilutapahtumat kulutusyhteiskunnassa

Urheilu tarjoaa katsojille viihdettä, jännitystä, irtiottoa arjesta ja huippusuorituksista syntyviä elämyksiä, mihin sen yleisösuosio osaltaan perustuu (Heinilä 2000; 2010, 169–171). Kaupallistuessaan ja viihteellistyessään penkkiurheilu on laajentunut perinteisestä miesten harrastuksesta useita kohderyhmiä tavoittelevaksi liiketoiminnaksi, jonka on kyettävä jatkuvasti kehittämään pärjätäkseen kilpailussa muiden vapaa-ajanviettomuotojen kanssa. Urheilukilpailut ja ottelut muuttuivat 1990-luvulla tapahtumiksi pyrkien kohentamaan urheilun asemaa kasvavassa viihdetarjonnassa (Kokkonen 2015, 329). Urheilutapahtumista on tullut vuosien saatossa karnevalistisia spektaakkeleita, jotka viihteellisine oheistoimintoineen tarjoavat yleisölle kokonaisvaltaisia elämyksiä (Crawford 2005, 82; Heinonen & Godenhjelm 2000, 10; Robinson 2003).

Suomi on viimeisen viiden vuosikymmenen aikana muuttunut kaupallistumisen, tulotason kohentumisen ja vapaa-ajan lisääntymisen myötä kulutusyhteiskunnaksi (Lehmuskallio 2007, 28). Sosiologi Zygmunt Baumanin (2002, 91–93) mukaan kulutusyhteiskunnassa kuluttaminen on loputonta toimintaa, jonka avulla yksilö rakentaa jatkuvasti identiteettiään. Koko yhteiskunnan tavoin myös liikuntakulttuurissa on vahvistunut kulutuslähtöinen ajattelu kaupallistumisen seurauksena (Kokkonen 2015, 333; Mertaniemi, Puronaho & Näsi 1994). Urheilun seuraamisen viihteellistyminen on johtanut siihen, että sitä on vaikea erottaa muun viihteen tai populaarikulttuurin kulutuksesta (Heinonen & Godenhjelm 2000, 99). Penkkiurheilupalveluiden kuluttaminen on liikuntapalveluiden ja -hyödykkeiden kuluttamisen sekä välillisten liikuntamenojen ohella liikuntakulutuksen pääalueita (Lehmuskallio 2007, 30–31).

Puhe urheilubisneksestä yleistyi Suomessa 1990-luvulla esikuvanaan pohjoisamerikkalainen urheiluviihde (Herlin & Holopainen 2003, 9; Kokkonen 2015, 329; Mesikämmen 2002). Kaupallistunutta urheilutoimintaa toteutetaan yhä enemmän liiketoiminnan ehdoilla, minkä seurauksena useiden lajien perinteet on unohdettu (Robinson 2003; Zacheus 2008a, 214). Joidenkin urheilulajien kohdalla kyse on jo enemmän liiketoiminnasta kuin urheilusta (Zacheus 2008a, 214). Lajien tuotteistamisella ja sääntömuutoksilla on pyritty edistämään lajien tarjoamaa jännitystä ja viihdettä sekä lisäämään siten yleisösuosiota. Esimerkiksi koripallon

kolmen pisteen heittosäännön taustalla oli yleisön viihtyvyyden parantaminen (Mertaniemi ym. 1994). Pesäpalloa puolestaan muokattiin 1990-luvulla sopivammaksi televisioon (Itkonen 1996, 243). Nopearytmisen joukkuepelin viihdearvoa hyödyntävä jääkiekko on kehittynyt Suomessa suureksi yleisölajiksi, jossa ensimmäiset kaupallistumisen vaikutukset olivat nähtävissä jo 1960-luvulla (Kokkonen 2015, 329; Mesikämmen 2002; Sironen 1995, 98; Zacheus 2008a, 214). Jääkiekkokaukaloihin ja joukkueiden pelipaitoihin ilmestyi suuria mainoksia, jotka levisivät vähitellen pelaajien muihinkin varusteisiin. Huippujääkiekosta tuli lopullisesti kaupallista viihdettä ja mediaurheilua 1990-luvulla. (Mesikämmen 2002.)

Urheilutapahtumien tuotteistaminen on yleisösuosiosta kamppailun lisäksi kilpaurheilun luomien kustannuspaineiden seurausta (Heinilä 1994; Itkonen 1996, 245). Jääkiekon ohella jalkapallo muuttuu jatkuvasti yhä vahvemmin kaupallisen viihde- ja kulutusteollisuuden osaksi (Nevala 2012). Hjelseth (2006) tutki norjalaisten jalkapallokannattajien kokemuksia lajin ja ottelutapahtumien kaupallistumisesta. Kaupallistumisen vastustus oli sitä yleisempää, mitä enemmän se vaikutti kannattajien kokemuksiin ottelutapahtuman yhteydessä. Kannattajat kuitenkin myönsivät jalkapallon tarvitsevan sponsoreita. Vastustusta ei koettu sellaisia kaupallistumisen muotoja kohtaan, jotka eivät suoraan vaikuttaneet kannattajan ja urheiluseuran suhteeseen tai jalkapallon perinteisiin. Kannattajat eivät pitäneet itseään ensisijaisesti tuotteiden kuluttajina ostaessaan pääsylippuja otteluihin tai oheistuotteita tapahtumissa, vaan he korostivat sitoutumistaan kannattamaansa joukkueeseen. (Hjelseth 2006, 382–385.)

Globalisoituneet urheilun suur tapahtumat ovat omistajilleen taloudellisesti kannattavia erityisesti kasvaneiden televisiointitulojen ansiosta. Muidenkaan urheilutapahtumien tuotto ei yleensä rajoitu pääsylipputuloihin, sillä tapahtumien yhteydessä järjestetään usein tuotemyyntiä, kuten fanituote- ja alkoholimyyntiä. (Kolamo 2018, 18–20.) Lisäksi 1990-luvulta lähtien urheilutapahtumiin ovat kuuluneet monipuolisella tarjonnallaan tapahtumaa täydentävät kisatorit (Itkonen 1996, 245). Suurimmat urheilustadionit ovat muuttuneet ostoskeskusten kaltaiseksi kauppoinen, pikaruokaketjuinen ja pubeineen. Robinson (2003) toteaa, että pelkkä pelin pelaaminen ei 2000-luvun ottelutapahtumissa enää riitä, vaan sen lisäksi tarvitaan alkua ja puoliaikaviihdettä. Urheilutapahtumien järjestäjät pyrkivät tulojen maksimointiin viihde- tuotteeseen linkitettyjen palveluiden avulla (Vanni 1997).

Myös urheiluyhteisön rooli on kokenut muutoksia urheilun kaupallistumisen seurauksena. Urheilutapahtumien muuttuminen kulutushyödykkeiksi on suunnannut etenkin fanien roolia seuraan sitoutuneista jäsenistä tuotteiden uskollisiksi kuluttajiksi (ks. Anttila 2001). Heinosen (2004a) mukaan yleisöllä on urheilutapahtumissa kaksi roolia, sillä yleisö on yhtä aikaa sekä tapahtuman kuluttaja että osa tapahtuman tunnelmaa. Toisin sanoen yleisö on osa kuluttamaansa tuotetta. Urheilun tuotteistuminen on vaatinut yleisöltä uuden roolin omaksumista sekä uudenlaista suhtautumista kannattamiinsa joukkueisiin ja urheilijoihin (Anttila 2001). Viihde- ja massakulttuurin läpimurto suomalaiseseen yhteiskuntaan 1980-luvulta lähtien on edistänyt ajattelutavan muutosta myös urheilun kontekstissa (Mesikämmen 2002).

Urheilun kuluttamisessa keskeistä ovat muun populaarikulttuurin tapaan emotionit ja affektii- vinen ulottuvuus (Heinonen & Godenhjelm 2000, 9). Sosiologi Gerhard Schulze (1996) loi kulttuurin kulutusta käsittelevässä teoksessaan ”Die Erlebnisgesellschaft” kuluttamisen nau- tinnonhakuista muutossuuntaa kuvaavan teorian elämysyhteiskunnasta. Elämysajattelu sisäl- tää estetiikan, viihteen, oppimisen ja arjen yläpuolelle nousemisen kokemuksia (Vallo & Häy- rinen 2016, 139). Huippu-urheilun viihteellistymisen seurauksena elämyksellisyys on painot- tunut myös urheilutapahtumissa 1990-luvulta lähtien (Kokkonen 2015, 333). Uudenlaisia otte- lutapahtumia kehittämällä pyritään tarjoamaan yleisölle monipuolisia elämyssisältöjä ja mer- kityksiä (Heinilä 1994). Elämysten tuottaminen urheilutapahtumassa on kuitenkin haasteellis- ta, sillä jokaiselle katsojalle elämys on kokemuksena erilainen riippuen henkilökohtaisesta ajatus- ja kokemusmaailmasta (Vallo & Häyrinen 2016, 139).

Yritykset nousivat urheilutapahtumien keskeisiksi asiakkaiksi jo 1990-luvulla, jolloin urheilu kasvoi yritysten suurimmaksi sponsorointikohteeksi Suomessa (Kokkonen 2015, 328; Vanni 1997). Markkinoinnin onnistumiseksi seuran on kyettävä tarjoamaan riittävän paljon vaihto- ehtoisia toimintamalleja yhteistyökumppaneille (Vanni 1997). Urheilijoiden ja urheilujoukku- eiden yhteistyö yritysten kanssa on yhä enemmän vastavuoroista toimintaa, jossa kumpikin osapuoli tarjoaa toiselle vastineita. Ottelutapahtumien sponsoroinnissa yritys pystyy hyödyn- tämään joukkueen tai tapahtuman mainosarvoa ja saa näkyvyyttä mainoksilleen, kun taas ur- heilijalle tai joukkueelle sponsorin rahallinen tuki ja tapahtuman markkinointi ovat merkittä- viä yhteistyön vastineita (Vallo & Häyrinen 2016, 94).

Urheilutapahtumien viihteellistymisessä on otettava huomioon median vaikutus. Urheilun viihdemarkkinat ovat syntyneet median avulla (Heinilä 2010, 61). Kaupallistuminen ja kasvanut viihdyttämisen paine ovat siirtäneet median huomiota yhteiskunnallisista kysymyksistä toisaalle ja vaikuttaneet esimerkiksi urheilijoiden representointiin mediassa (Fairclough 1997, 24). Kaupallistunut huippu-urheilu onkin yhä enemmän riippuvainen yleisön lisäksi median tarjoamasta julkisuudesta. Heinilän (2010, 62) mukaan huippu-urheilun, median ja yleisön välillä on nähtävissä symbioottinen suhde, jossa jokainen osapuoli tarvitsee toistaan. Esimerkiksi extreme-lajeja on tuotteistettu kilpailutoiminnan kautta yleisöä ja mediaa kiinnostaviksi (Kokkonen 2015, 302–303). Itkonen ym. (2008, 9) näkevät samantapaisen kolmiyhteyden urheilutuotteen, median ja markkinoiden välillä. Huippu-urheilu on tuotteistunut urheilumedian kanssa käsi kädessä. Huippu-urheilussa pätee markkinoiden periaate, jossa toimintaa suunnataan kysynnän mukaan (Heikkala 1994).

Urheilutapahtumien luoma yhteisöllisyys houkuttelee sekä tapahtumapaikoille että esimerkiksi fanipubeihin runsaasti osallistujia, jotka 2010-luvulla jakavat ahkerasti kokemuksiaan muille älypuhelimien ja sosiaalisen median välityksellä. Urheiluseurat puolestaan hyödyntävät teknologisia laitteita fanien houkuttelussa, kun taas urheilutähdet luovat sosiaalisessa mediasa omaa henkilöbrändiään. (Kolamo 2018, 18–22.) Älylaitteet ja sosiaalinen media ovat luoneet jälleen uuden ulottuvuuden urheilutapahtumien tuotteistamisessa, sillä erilaiset sovellukset ja keskustelualustat mahdollistavat moniulotteisen kommunikaation urheilun seuraajien, urheilijoiden ja seurojen välillä. Lisäksi katsojat saattavat käyttää älylaitteita urheilutapahtumassa esimerkiksi samaan aikaan muualla pelattavien otteluiden seuraamiseen.

Kaupallisuus on tunkeutunut urheilun kentälle voimakkaasti (Vehmas ym. 2005, 9). Erityisesti urheilun suur tapahtumista on luotu spektaakkeleita, joissa itse urheilutuote on sivuroolissa (Itkonen ym. 2008, 36; Nevala 2012). Seuratessaan huippu-urheilua yleisö altistuu laajemmin länsimaisen kulutuskulttuurin markkinoille (Itkonen ym. 2008, 36). Urheilutapahtumien tuotteistamisen tavoitteena on luoda tietyille ryhmälle kohdistettu markkinointipaketti (Itkonen 1996, 243). Urheilun tuotteistaminen on kasvanut niin suuriin mittasuhteisiin, että supertuotteistamisen käsite on nostettu esiin (Itkonen ym. 2008, 36). Kokkonen (2015, 359) arvion mukaan liikunnan ja urheilun tuotteistaminen on vasta alussa ja muiden tuotteiden sekä viihteellisten elementtien liittäminen liikuntaan tulee entisestään yleistymään.

2.4 Urheilun seuraajien motiiveista

Yhteen ääneen kentällä kilpailevaa joukkuetta tai urheilijaa kannustavan täyden katsomon ulkopuolinen tarkkailu saattaa luoda urheilun katsojista yhtenäisen kuvan. Esimerkiksi islantilaisien jalkapallofanien esittelemä vaikuttava kannatushuuto ja suomalaisyleisön eläytyminen miesten jääkiekkomaajoukkueen menestykseen vahvistavat käsitystä yleisöstä kokonaisuutena, jonka käyttäytyminen on varsin homogeenista. Urheiluyleisö koostuu kuitenkin yksilöistä ja ryhmistä, joiden suhde ja sitoutuminen urheiluun sekä urheilun seuraamiseen saattavat poiketa huomattavasti toisistaan (Heinilä 2000). Katsojilla on paljon yksilöllisiä syitä seurata urheilua tapahtumapaikalla. Toisaalta tutkimuksissa on löydetty myös yleisöä yhdistäviä tekijöitä.

Motivaatiopsykologian teoriat tuottavat ymmärrystä ihmisten toiminnasta ja ajatuksista. Motivaatiota eri käsittein, tietyssä toimintaympäristössä kuvaavia motivaatioteorioita on runsaasti, mikä luonnehtii tällä hetkellä motivaatiotutkimusta. (Nurmi & Salmela-Aro 2017.) Motivaatiotutkimukset kertovat, miksi ihmiset toimivat juuri tietyllä tavalla vaihtoehdoisen tavan sijaan (Franken 1998, 3; Nurmi & Salmela-Aro 2017). Motivaation avulla voidaan siis esimerkiksi selittää, miksi ihmiset lähtevät perjantai-iltana seuraamaan pesäpallo-ottelua pesäpallokentälle sen sijaan, että he jäisivät kotiin katsomaan televisiosta elokuvaa. Yksittäisissä tilanteissa tehtyjen valintojen lisäksi motivaatio ilmenee koko elämänkaaren toimintojen ja tavoitteiden yhteneväisyytenä (Nurmi & Salmela-Aro 2017).

Motivaatiota määritellään teorioiden ja mallien pohjalta monilla toisistaan poikkeavilla tavoilla (Wong 2000, 2). Motivaatio suuntaa toimintaa ja valintoja tyypillisesti siten, että ihmiset etsivät miellyttäviä asioita ja pyrkivät välttämään epämukavuutta (Schreiber 2016, 3). Tiettyyn toimintaan motivoituneella henkilöllä on motiiveja eli syitä toimintaansa. Toimintaan ryhdytään innokkaasti, jos siitä ollaan kiinnostuneita. Jotta toimintaan voi liittyä motiiveja, toiminnalla on oltava vapaasti valittavia vaihtoehtoja. (Nurmi & Salmela-Aro 2017.) Motivaatioselitystä ei siis voida antaa esimerkiksi vangin vankilassa oleskelulle. Tässä tutkimuksessa Kirittärien ottelutapahtumaan osallistumisen motiiveilla tarkoitetaan syitä, joiden takia katsojat tulevat seuraamaan naisten pesäpallo-ottelua Hippoksen pesäpallostadionille.

Urheilun seuraamisesta haetaan erilaisia asioita. Suuri osa urheilun katsojista on kiinnostunut itse pelistä tai kilpailusta (Koski & Latonen 1999, 47; Pöntinen 2001). Erityisesti urheilun asiantuntevimmat seuraajat motivoituvat pelin tai kilpailun tapahtumista, mutta siitä huolimatta myös huippusuorituksia odotetaan (Koski & Latonen 1999, 10). Pöntisen (2001) jääkiekon yleisötutkimuksessa hyvätasoinen ottelu ja suosikkijoukkueen menestys olivat yleisön mielestä tärkeimmät asiat ottelutapahtuman kannalta. Myös Anttilan (2001) tutkimuksessa juuri jääkiekon seuraaminen ja ottelutapahtuman kokeminen nousivat esille yleisön motiiveissa. Kyseisessä tutkimuksessa ei kuitenkaan tarkasteltu määrällisesti motiivien yleisyyttä tai niiden suhdetta toisiinsa.

Urheilufanien motivaation tutkimiseen on kehitetty 1990-luvulla Sport Fan Motivation Scale (SFMS) -mittari, joka koostuu 23 Likert-asteikollisesta, kahdeksaa eri motiivia mittaavasta väittämästä (Wann 1995; Wann ym. 1999). Yksi mittarin motiiveista on itsetunto: joukkuetta tai urheilijaa kannattamalla urheilun seuraajat pystyvät kehittämään positiivista minäkäsitystä samastumalla menestykseen (Wann ym. 1999). Suomalaisessa yhteiskunnassa on jo pitkään arvostettu menestystä sekä urheilussa että muussa elämässä. Kilpailun ja vastakkainasettelun kautta tavoitellaan arvostusta ja pyritään olemaan etevämpiä kuin toiset. (Heinilä 1994; 2010, 169.) Kun kilpailu kasvaa kaikilla elämänalueilla, omiin saavutuksiin saatetaan olla tyytymättömiä. Oma menestyksen puutetta pyritään korvaamaan urheilijoiden tai joukkueiden saavutuksiin samastumalla (Heinilä 2010, 169).

Urheilujoukkueen menestyksen on todettu korreloivan positiivisesti otteluiden yleisömäärien kanssa (ks. esim. Coates & Harrison 2005; Coates & Humphreys 2007; Iho & Heikkilä 2010; McDonald & Rascher 2000; Suominen 2013, 75). Suomisen (2013, 73) tutkimuksessa kulttuuri- ja urheilutapahtumien kysyntää selittävistä tekijöistä selvisi, että jääkiekon SM-liigassa kotijoukkueen hyvä menestys, kuten ansaitut pisteet kauden kotiotteluista, houkuttelee enemmän katsojia kuin heikot saavutukset. Jalkapallon Veikkausliigan katsojamääriä tutkineiden Ihon ja Heikkilän (2010) mukaan viidestä viimeisestä ottelusta saavutetut voitot nostavat seuraavan ottelun yleisömäärää. Menestys ja sen myötäeläminen motivoivat siten osaa katsojista. Toisaalta katsojien on todettu suosivan ennakoasetelmaltaan sellaisia otteluita, joissa suosikkijoukkueen odotetaan voittavan, mutta voitto ei ole täysin varma (Rascher & Solmes 2007).

Sport Fan Motivation Scale -mittarin toisena motiivina on viihde. Tällöin urheilua seurataan samasta syystä kuin esimerkiksi katsotaan elokuvia: se on viihdyttävä ajanviettotapa. (Wann ym. 1999.) Ottelutapahtumiin osallistutaan viihteen lisäksi rentoutumisen takia (Alpimaa ym. 2001; Koski & Latonen 1999, 10). Urheilua seuraamalla katsoja voi irrottautua arkipäiväisistä rutineista, minkä lisäksi omat ongelmat ja stressi saattavat unohtua urheilukilpailun tapahtumiin eläytyessä (Alpimaa ym. 2001; Anttila 2001; Gencer ym. 2011; Koski & Latonen 1999, 10). Pakeneminen on myös eräs SFMS-mittarin motiiveista: henkilökohtaisten ongelmien hetkellinen unohtaminen urheilun seuraamisen kautta motivoi elämäänsä tyytymättömiä urheilufaneja (Wann ym. 1999).

Urheilutapahtumista voidaan etsiä viihteen lisäksi elämyksiä, jolloin lajien elämystarjonta vaikuttaa suoraan yleisön kiinnostukseen (Heinilä 1994; 2000). Esimerkiksi viihteelliseen jääkiekon ottelutapahtumaan saatetaan osallistua, jotta päästään näkemään ja kokemaan karnevalistinen tapahtuma (ks. Anttila 2001). Urheilun seuraamiseen ei välttämättä sitouduta pitkäjänteisesti, vaan tapahtumista haetaan elämyksiä satunnaisesti päivästä tai ottelusta riippumatta (Koski & Latonen 1999, 11–12). Schulzen (1996, 165) mukaan elämisyhteiskunta voidaan luokitella viihteen sosiaaliseen miljööseen, joissa elämysten muodot suuntautuvat toisistaan poikkeavasti. Viidestä ulottuvuudesta viihdemiljöö sisältää urheilun kuluttamisen. Elämisyhteiskuntateorian mukaan urheilutapahtumista hakevat elämyksiä erityisesti alle 40-vuotiaat vähemmän koulutetut henkilöt. (Schulze 1996, 330.)

Palloilulajien yleisökiinnostavuus perustuu rikkaan elämysisällön lisäksi vaihteleviin ja jännitystä luoviin pelitilanteisiin (Heinilä 1994). Penkkiurheilussa on siirrytty perinteisistä yksilölajeista vauhdikkaiden ja vaarallisia tilanteita sisältävien joukkuelajien seuraamiseen (Zacheus 2008a, 215). Jännitystä ei välttämättä koeta tarpeeksi arkipäiväisissä tilanteissa, joten sitä on etsittävä vapaa-ajalla esimerkiksi urheilua seuraamalla (Elias & Dunning 1970). Heinilä (1994) toteaa jännityksen säilymistä, kuten lopputuloksen ennustamattomuutta, edistävien lajimuutosten olevan tärkeä edellytys lajin yleisökiinnostavuudelle. Myös Alpimaan ym. (2001) sekä Anttilan (2001) yleisötutkimuksissa jännitys yleisön motiivina nousi esille. Sport Fan Motivation Scale -mittarissa yksi kahdeksasta tutkittavasta motiivista on hyvänlaatuinen stressi, joka syntyy jännityksestä nauttimisen kautta (Wann ym. 1999).

Anttilan (2001) mukaan jääkiekkoyleisön tuo halliin ottelutapahtumien sosiaalinen lumo. Päätelmä perustuu kyseisen tutkimuksen kvalitatiivisen aineiston yhdistämiseen aiempiin teorioihin ja yleisötutkimuksiin. Sport Fan Motivation Scale -mittarissa yksi tutkittavista motiiveista on perhe. Joitakin urheilun seuraajia motivoi perheen kanssa vietetty aika. (Wann ym. 1999.) Mittari ei kuitenkaan huomioi, että urheilutapahtumissa käydään usein ystävien kanssa (ks. esim. Alpimaa ym. 2001; Anttila 2001). Tapahtumien kokeminen yhdessä muiden kanssa on monille katsojille tärkeää. Kosken ja Latosen (1999, 11–12) mukaan urheilutapahtumien seuraaminen mahdollistaa postmodernin yhteisöllisyyden, kuten massahurmion, kokemisen.

Urheilun seuraamisen motiivina voi olla paikallisuus tai ”omien” kannattaminen. Wann ym. (1999) toteavat, että joitakin urheilufaneja motivoi tarve tuntea yhteenkuuluvuutta. Sosiologi Erik Allardtin (1970, 31) mukaan menestyvillä joukkueilla on paikallista väestöä yhdistävä vaikutus. Urheilun seuraaminen yhdistää ihmisiä esimerkiksi yhteisten symbolien ja kollektiivisen identiteetin kautta. Sosiaalistuminen joukkueen kannattajaksi tapahtuu usein ympäröivään kulttuuriin, kotipaikkakuntaan tai ystäväpiiriin sosiaalistumisen seurauksena. (Heinonen 2004a.) Urheilujoukkue ei ole samalla tavalla itsenäinen toimintayksikkö kuin esimerkiksi liikeyritykset, sillä joukkue edustaa aina myös laajempaa yhteisöä, kuten urheiluseuraa, joukkueen kotipaikkakuntaa, kansakuntaa tai alueellista ryhmää (ks. Heinilä 2000). Itkosen ja Kortelaisen (1999, 33) mukaan paikalliset tekijät vaikuttavat urheilulajin saavuttamaan suosiioon. Esimerkiksi pesäpallon parissa voidaan viihtyä paikkakuntaylpeyden tai paikallisen identiteetin ja kulttuurin takia (Itkonen & Kortelainen 1999, 16).

Taloudelliset tekijät saattavat motivoida urheilukatsojia. Esimerkiksi urheiluviedonlyönti voi olla syynä urheilun seuraamiseen. Sport Fan Motivation Scale -mittarissa motiivien joukkoon lasketaan taloudellisten tekijöiden lisäksi esteettisyys. (Wann ym. 1999.) Myös Trailin ja Jamesin (2001) luomassa Motivation Scale for Sport Consumption (MSSC) -mittarissa urheilun seuraajien yhdeksi motiiviksi luokitellaan esteettisyys, minkä lisäksi mittarin motiivifaktoreita ovat saavutuksien myötäeläminen, tieto, draama, pakeneminen, perhe, fyysinen viehätys, fyysiset taidot sekä sosiaalinen vuorovaikutus. Yhdeksää motiivia mittaavat 27 väittämää 7-portaisella asteikolla. Park ym. (2016) käyttivät MSSC-mittaria tutkimuksessaan, jonka mukaan alle 55-vuotiaille katsojille pakeneminen oli merkittävin tekijä, kun taas 55-vuotiaat ja tätä vanhemmat katsojat motivoituivat eniten sosiaalisesta vuorovaikutuksesta.

Jamesin ja Rossin (2004) mukaan urheilun seuraajien motiivit voidaan luokitella urheiluun liittyviin, urheilun seuraajaa määrittäviin ja henkilökohtaisiin hyötyihin. Urheiluun liittyviä motiiveja ovat esimerkiksi viihde, draama, fyysiset taidot ja irtiotto arjesta. Menestykseen samastuminen ja yhteenkuuluvuuden tunne luokitellaan urheilun seuraajaa määrittäviin motiiveihin, kun taas henkilökohtaisten etujen motiiviluokkaan kuuluvat esimerkiksi perhe ja sosiaalinen vuorovaikutus. (James & Ross 2004.) Motiivit ovat siis hyvin samantyyppisiä kuin edellä käsitellyissä mittareissa. Jamesin ja Rossin (2004) voittoa tavoittelemattomien yliopistourheilulajien seuraajien motiiveja käsittelevässä tutkimuksessa urheiluun liittyvät motiivit nousivat merkittävimiksi.

Urheilun yleisötutkimusten avulla on pyritty luomaan urheilukatsojia yhdistäviä ja erottavia kategorioita. Penkkiurheilijasta voisi Heinosen (2004b) mukaan käyttää nimitystä fani, joka kuvaisi paremmin urheilusta syntyvien merkitysten aktiivista tuottamista. Suomen kielessä fanin käsitteellä viitataan usein koko yleisöön, jolloin fanius mielletään jostain populaarikulttuurin elementistä pitämiseksi (Heinonen 2004a; 2005, 29). Heinilä (2000) kuitenkin erottaa intohimoisiksi kuvatut fanit urheilun yleisöjaottelussaan erilliseksi ryhmäksi. Fanien lisäksi urheiluyleisön kategorioita ovat ekspertit, satunnaiskatselijat, hulinoitsijat sekä keskiverto-katselijat, joihin kuuluvat perheet ja muut ryhmät (Heinilä 2000). Fanin käsitettä ei tällöin voida rinnastaa penkkiurheilijan synonyymiksi.

Heinilän (2000) yleisöjaottelun mukaan fanit ja ekspertit ovat voimakkaimmin urheilun seuraamiseen sitoutuneita katsojia. Ekspertit ovat urheilun asiantuntijoita yleensä oman urheilu-uransa myötä. Edellä todettiin erityisesti urheilun asiantuntevimpien seuraajien motivoituvan pelin tai kilpailun tapahtumista. Myös Heinilä (2000) mainitsee jaottelussaan, että asiantunteuksensa kautta ekspertit pystyvät tulkitsemaan urheilukilpailun tai ottelun tarjoamia merkityssisältöjä laajemmin kuin muut katsojat. Urheilua seuratessaan fanit lyöttäytyvät yhteen tiettyssä katsomon osassa, kun taas ekspertit ovat hajallaan eri puolilla katsomoa. Satunnaiskatselijat ovat puolestaan katsojia, jotka eivät ole kovin kiinnostuneita itse urheilusta. He tulevat seuraamaan urheilua tapahtumapaikalle satunnaisesti esimerkiksi yritysvieraina. (Heinilä 2000.) Satunnaiskatselijat eivät siten ole samalla tavalla sitoutuneita urheilun seuraamiseen kuin fanit tai ekspertit.

Hulinoitsijat ovat urheilun väärinkäyttäjiä, jotka eivät ole sitoutuneet urheilullisuuteen tai urheilukatsomon hengen mukaiseen järjestykseen. He pyrkivät aiheuttamaan urheilutapahtumissa häiriötä. Sen sijaan suurin osa yleisöstä seuraa urheilua sen viihteellisyyden, elämyksellisyyden tai yhteisöllisyyden takia. Yleisökategoriassa keskivertokatselijat pakenevat urheilutapahtumissa arkea ja viettävät yhteistä aikaa perheen tai ystävien kanssa. (Heinilä 2000.) Mähönen (2008) selvitti, sopiiko Heinilän (2000) teoreettinen yleisöjaottelu suomalaiseen yleisurheiluyhteisöön. Yleisurheiluyhteisössä oli runsaasti asiantuntevia eksperttejä ja yhteisestä ajasta nauttivia perheitä sekä jonkin verran satunnaiskatselijoita. Sen sijaan faneja tai hulinoitsijoita ei katsomosta juuri löytynyt. (Mähönen 2008, 61–63.) Kyseisen tutkimuksen aineiston analysointi oli kuitenkin varsin subjektiivista valmiiden arviointiohjeiden puuttuessa.

Jääkiekkoseura Turun Palloseuran yleisöstä löydettiin fanien lisäksi neljä ”suurta yleisöä” kuvaavaa katsojatyyppejä: kiihkokannattajat, kestokannattajat, pistäytyjät ja satunnaiset kävijät (Anttila 2001). Katsojatyypeissä on sekä yhtäläisyyksiä että eroja Heinilän (2000) jaottelun kanssa. Kiihkokannattajat eläytyvät pelin tapahtumiin äänekkäästi haluten osallistua pelin kulkuun. Otteluiden seuraaminen on heille irtiotto arjesta. Kiihkokannattajilla on pitkäaikainen suhde kannattamaansa seuraan, johon kuuluminen on osa heidän identiteettiään. Myös kestokannattajat ovat seuranneet otteluita jo useita vuosia ja luoneet siten vahvan suhteen kannattamaansa seuraan. Otteluiden seuraaminen tapahtumapaikalla aikatauluttaa kestokannattajien arkipäivien vapaa-aikaa. Heidän käyttäytymisensä jääkiekko-otteluissa on maltillisempaa kuin kiihkokannattajien. (Anttila 2001.)

Katsojatyypeistä pistäytyjät seuraavat otteluita ”säännöllisen epäsäännöllisesti”. He osallistuvat ottelutapahtumiin pääasiassa ystävien tai perheen takia. Otteluiden seuraaminen liittyy silti olennaisesti pistäytyjien arkipäivään kestokannattajien tavoin. Pistäytyjien ryhmästä löytyy useita yhtäläisyyksiä satunnaisten kävijöiden kanssa, mutta satunnaisia kävijöitä määrittelee pitkäaikaisempi sitoutuminen ottelussa pelaavan kotijoukkueen kannattamiseen. Satunnaisille kävijöille ottelutapahtumat ovat kiihkokannattajien tapaan arjesta irtaantumista ja pelitapahtumiin eläytymistä. (Anttila 2001.) Sekä pistäytyjiä että satunnaisia kävijöitä luonnehtivat samanlaiset piirteet kuin Heinilän (2000) jaottelun keskivertokatselijoita. Anttilan (2001) katsojatyypeistä ei löydy hulinoitsijan tai ekspertin piirteitä, sillä luokittelu perustuu vahvasti katsojien kannattamaansa seuraan muodostamaan suhteeseen.

Yleisöjaottelut yksinkertaistavat heterogeenista urheiluyhteisöä tehden siitä helpommin tarkasteltavan, mutta todennäköisesti kaikille katsojille ei löydy jaotteluista sopivaa kategoriaa. Joka tapauksessa yleisökategoriat tuottavat motiivien tarkastelun ohessa tietoa siitä, mitä yleisö haluaa urheilutapahtumilta. Edellä käsitellyt yleisöjaottelut ovat peräisin 2000-luvun alusta, joten on aiheellista pohtia, sopivatko jaottelut nykypäivän urheiluyhteisöön. Vaikka esimerkiksi helsinkiläisseurojen keskinäisten jalkapallo-otteluiden yhteydessä on viime vuosina ilmennyt säännöllisesti kannattajien välisiä yhteenottoja, urheilutapahtumia koskeva huliganismi on Suomessa marginaalinen ilmiö. Faneja, asiantuntijoita ja satunnaisia kävijöitä löytyy varmasti urheilukatsomoista edelleen. Suuret muutokset urheilun seuraamisessa viime vuosikymmenten aikana viittaavat kuitenkin siihen, että tarkka jaottelu nykypäivän urheiluyhteisöstä vaatisi tuoreita mittareita ja tutkimuksia.

Kaiken kaikkiaan urheilutapahtumat kokoavat yhteen runsaasti katsojia hyvin erilaisin motiivien. Yhteisön motiivien tutkiminen on tärkeää katsojien urheilun seuraamiseen sitouttamisen kannalta. Katsojien urheilutapahtumiin osallistumiseen saattaa nimittäin vaikuttaa kokemus siitä, onko urheilun seuraaminen edistänyt heidän hyvinvointiaan täyttämällä sisäisen motivaation tarpeita, kuten yhdessäoloa perheen kanssa tai tunnetta menestyksestä (Wang ym. 2013). Heinosen ja Godenhjelmin (2000, 97) mukaan ei ole olemassa yhtenäistä urheiluyhteisöä, vaan eri urheilulajeilla on erilaiset yhteisönsä. Urheilulajin tapahtumien kehittämiseksi on siis tutkittava kyseisen lajin yhteisöä. Ei ole mahdollista selvittää yhtä oikeaa vastausta siihen, miksi ihmiset seuraavat tai eivät seuraa urheilua, mutta yksilöistä ja ryhmistä koostuvaa urheiluyhteisöä tutkimalla voidaan hahmottaa katsojien välisiä yhtäläisyyksiä ja eroja.

3 NAISPESÄPALLO OSANA JYVÄSKYLÄLÄISTÄ PALLOILUKULTTUURIA

3.1 Pesäpallo yleisölajina

Suomalaisen liikuntakulttuurin merkittävä vaikuttaja Lauri ”Tahko” Pihkala aloitti pitkäpallon kehittämisen uudeksi peliksi Jyväskylässä vuonna 1920 (Laitinen 1980, 22; Pihkala 1966, 22; Salimäki 2000, 12). Kuningaspallosta jalostuneen pitkäpallon tavoitteena oli ollut toimia aito-na, kaikille suomalaisille yhteisenä kansallispelinä, jonka säännöt olisivat samat koko maassa (Pihkala 1917, 53). Pihkala ei ollut kuitenkaan tyytyväinen pitkäpalloon, vaan halusi suomalaisen pallonlyönnin perustuvan vahvemmin yhteispeliin (Laitinen 1983, 59). Amerikkalaisen baseballin heikkoutena Pihkala (1917, 55) piti puolestaan syöttöä, sillä syöttäjät pääsivät sen ansiosta hallitsemaan merkittävästi peliä. Pesäpallosta pyrittiin luomaan edeltäjiänsä ja amerikkalaista vastinettaan toimivampi ja tapahtumarikkaampi peli (Laitinen 1983, 65). Suomalaista pallonlyöntiä jalostaessaan Pihkala (1917, 60–64) huomioi pelaajien fyysisten taitojen kehittämisen lisäksi muun muassa pelaajien itseluottamuksen, päättäväisyyden ja yritteliäisyyden edistämisen.

Suomen kansallispelejä syntyi useiden kokeilujen jälkeen vuonna 1922, jolloin pesäpallon viralliset säännöt julkaistiin (ks. Pihkala 1922) ja pitkäpallon sijaan ryhdyttiin pelaamaan pesäpallola (Laitinen 1980, 23; Luomi & Viherkenttä 1965, 10; Salimäki 2000, 213). Pitkäpallon kausi jäi lopulta lyhyeksi siirtymäksi kuningaspallosta pesäpalloon, mutta se muutti suomalaisen pallonlyönnin kilpailupeliksi (Viherkenttä 1972, 12). Pesäpallo erosi pitkäpallosta ja kuningaspallosta erityisesti pelikentän ja juoksusääntöjen osalta, sillä pesien lukumäärä kasvoi neljään ja jokaisella pesävälillä oli mahdollisuus polttaa etenijä (Laitinen 1983, 62). Pesäpallon ”isä” Pihkala oli taitava markkinoimaan uutta peliä: kansallispelejädiskurssi sopi erityisen hyvin 1920-luvulla vallinneeseen nationalistiseen ilmapiiriin. Toisaalta Pihkala painotti myös pesäpallon kasvatuksellista ulottuvuutta houkutellessaan kouluja ja kansalaisjärjestöjä pelin pariin. Armeijalle ja suojeluskunnille korostettiin pesäpallossa kehittyviä maanpuolustuksellisia taitoja. (Kokkonen 2015, 76.)

Pitkätalon vaihduttua pesäpalloon pallonlyönnin yleisösuosio laski selvästi, ja pesäpallon katsojamäärät pysyivät alhaisina koko 1920-luvun ajan (Laitinen 1983, 160; Luomi & Viherkenttä 1965, 9). Pitkätalon seuraajat eivät siis suoraan ottaneet uutta peliä omakseen. Seuraavalla vuosikymmenellä pesäpallon kilpailutoiminnasta tuli säännöllisempää ja järjestäytyneempää urheiluseurojen lajiin panostamisen seurauksena, mikä levitti myös tietoisuutta lajista ja lisäsi katsomoihin yleisöä. Lisäksi suunnitelmallinen pesäpallomarkkinointi lajin edistämiseksi aloitettiin 1930-luvulla. (Laitinen 1983, 93, 97.) Pesäpallonlyönnin rakenteesta lajin ensimmäisinä vuosikymmeninä on saatavissa vain vähän tietoa yleisötutkimusten puutteen takia. Kaupungeissa pesäpallon katsojat muodostuivat lähinnä koululaisista ja opiskelijoista, kun taas keski-ikäiset puuttuivat kaupunkien pesäpallokatsomoista vielä 1930-luvulla. Maa-seutupaikkakunnilla yleisö koostui todennäköisesti tasaisemmin eri ikäluokista. Pesäpallonlyönnin yhdistivät pelaajien lisäksi myös katsojia. (Laitinen 1983, 162, 193.)

Vuoden 1922 ensimmäisten virallisten sääntöjen jälkeen pesäpallonlyönnin tehtiin toiseen maailmansotaan saakka jatkuvasti muutoksia otteluiden sisä- ja ulkopelin tasapainottamiseksi (Laitinen 1983, 141–144; Viherkenttä 1972, 24). Säännöt määräisivät vahvasti, oliko peli runsasjuoksuista sisäpelin juhlaa vai muutamaan juoksuun ratkeavaa ulkopelin hallintaa. Jatkuvat sääntömuutokset sekä lajin vähäinen näkyvyys julkisuudessa vaikeuttivat kansallispelin asemaa Suomen urheiluelämässä. Erityisesti jalkapallon ja yleisurheilun kannattajat kokivat pesäpallon vievän resursseja kansainvälisiltä, arvokkaammilta lajeilta. Vastustuksesta huolimatta pesäpallonlyönnin onnistui vakiinnuttamaan asemansa suomalaisten suosimien lajien joukossa. (Laitinen 1983, 185–188, 193; Viherkenttä 1972, 26.) Pihkalan (1966, 42) mukaan pesäpallonlyönnin kehitys perustuu lajissa kehittyviin taitaviin liikesuorituksiin, jos katsoja ymmärtää suorituksen haastavuuden. Pesäpallonlyönnin on paljon nopeasti vaihtuvia tilanteita ja taktisia kuvioita, joita lajiin perehtymättömän katsojan voi olla vaikea ymmärtää. Pihkala (1917, 25) totesi jo pitkätalon aikakaudella: ”Pallonlyönnistä ei perehtymätön sen sijaan ymmärrä enempää kuin sika hopealusikasta.”

Pesäpallonlyönnin esiintyi tiedotusvälineissä monia muita urheilulajeja vähemmän 1960- ja 1970-luvuille saakka, kunnes se saavutti tasavertaisemman aseman lajien joukossa. Kilpailu muiden urheilulajien kanssa johti 1970- ja 1980-luvuilla useisiin pesäpallonlyönnin markkinointia helpottaviin sääntömuutoksiin, joiden avulla peliin pyrittiin tuomaan lisää vauhtia ja elävyyttä. Sota-

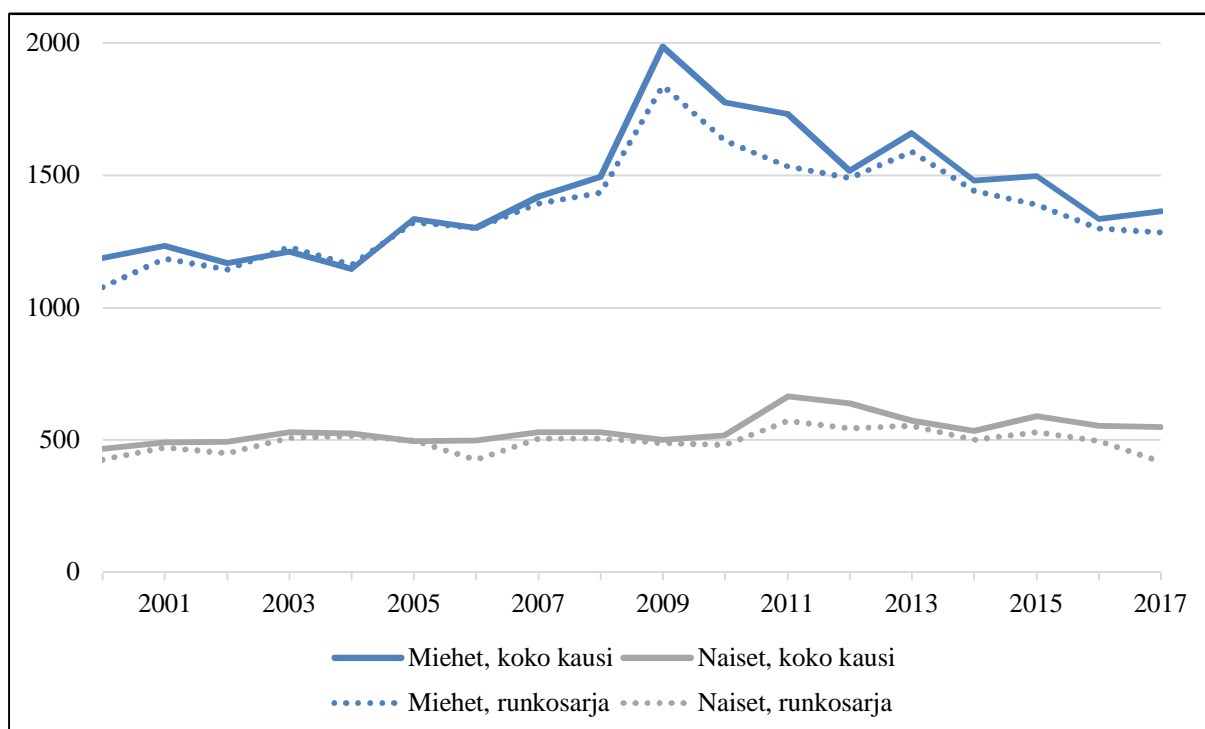
vuosien jälkeen myös yleisön kiinnostus pesäpalloa kohtaan kasvoi vuosikymmenestä toiseen. (Laitinen 1983, 242, 302, 336.) Lajin perinteisiin ja paikallisuuteen perustuvan suosion lisäksi pesäpallokatsomoiden täyttymisen mahdollistivat kansalaisten vapaa-ajan ja ansiotulojen lisääntyminen sekä kiinnostuksen kasvaminen kaikkia liikunnan osa-alueita kohtaan suomalaisen hyvinvointivaltion kehittyessä (Kokkonen 2015, 176–177). Pesäpalloyleisö eläytyi vahvasti pelin tapahtumiin pyrkien häiritsemään vastustajan pelaajia ja vaikuttamaan pelisuoriin (Laitinen 1983, 338). Pihkala (1966, 32) kuitenkin esitti 1960-luvulla, että urheilumielen kohentamiseksi ja lajin arvon nostamiseksi pesäpalloyleisön tulisi olla hiljaa syöttö- ja lyöntihetkellä ja osoittaa suosiotaan vasta tilanteiden ratkettua.

Liikuntakulttuurissa lisääntynyt kulutuksellisuus on johtanut urheilulajien ja -tapahtumien tuotteistamiseen, mutta muutokset lajin säännöissä, kulttuurissa tai toimintaympäristössä saattavat aiheuttaa katsojissa kielteistä suhtautumista. Pesäpalloa kehitettiin perinteiden kustannuksella erityisesti 1990-luvulla, jolloin laji pyrki entistä vahvemmin median ja markkinoiden kentälle. Lajin olosuhteita parannettiin hiekkatekonurmikentillä, minkä lisäksi yleisön viihtymiseen kiinnitettiin aiempaa enemmän huomiota. (Itkonen 1999, 25.) Merkittävä sääntömuutos toteutettiin vuonna 1994, jolloin jaksopelijärjestelmä otettiin käyttöön. Jaksopelin myötä pesäpallo muuttui vedonlyöjiä kiinnostavammaksi tasapelin mahdollisuuden tullessa todennäköisemmäksi kuin ennen. Uudistus kohtasi paljon vastustusta etenkin vannoutuneiden pesäpallokannattajien keskuudessa. (Itkonen 1999, 25; Paloaro 2001, 18.) Vastalauseista huolimatta jaksopeliin siirtyminen oli merkittävä uudistus pesäpallon yleisösuosion kannalta.

Superpesikseksi vuonna 1989 muuttunut pesäpallon pääsarja saavutti suuren yleisösuosion 1990-luvulla: miesten yleisökeskiarvo ylitti useana vuonna 2000 katsojan rajan ja naisten puolella yllettiin lähes 700 katsojan keskimääriin (Suomen Pesäpalloliitto 2001, 203). Vuonna 1998 pesäpallossa koettiin Veikkauksen historian pahimmaksi sopupelitapaukseksi luokiteltu skandaali, jonka jälkeen erityisesti miesten otteluiden yleisömäärät laskivat (Paloaro 2001, 11; Suomen Pesäpalloliitto 2001, 203). Miesten pesäpallossa pelattiin tällöin useita otteluita, joiden lopputuloksista oli sovittu ennakkoon. Asia tuli ilmi vuoden 1998 elokuisena torstaina, jolloin keskeisimmät sopupeliottelut pelattiin. Pesäpallon sopupelit aiheuttivat Veikkaukselle 10–14 miljoonan markan tappion. Rikospoliisi tutki asiaa huomattavana petoksena, ja tuomion saaneita oli useita kymmeniä. Pesäpalloilun ”musta torstai” kertoo pesäpallon ammatti-

maistumisen ja markkinoistumisen seurauksena syntyneiden lajimuutosten mukanaan tuomasta jännitteestä. (Itkonen 1999, 24–25; Paloaro 2001, 11–12, 289–296.) Sopupeliskandaalin jälkeen pesäpallo on pystynyt kohoamaan takaisin suosituksi yleisölajiksi 2000-luvun aikana.

Vaikka naisurheilun arvostus on kohentunut viime vuosikymmenten aikana (ks. esim. Kaivo-saari 2017, 195), naisten pesäpallon yleisösuosio on selvästi jäljessä miesten pesäpallon saavuttamasta kiinnostuksesta. Naisten Superpesiksen koko kauden yleisökeskiarvo on pysynyt 2000-luvulla tasaisesti 500–600 välillä, kun taas miesten puolella on päästy vuosittain yli 1100 katsojan keskiarvon. Kaudella 2009 miesten Superpesiksessä yllettiin lähes 2000 katsojan keskiarvoon. Naisten Superpesiksessä on ylitetty 600 katsojan keskimääräinen raja 2000-luvulla kahdesti vuosina 2011 ja 2012. (Kuvio 1.) Sotkamon Jymyn yleisökeskiarvo 2131 oli kauden 2017 miesten Superpesisjoukkueiden keskiarvoista korkein. Lisäksi kiinnostusta on viime vuosina kerännyt erityisesti Kouvolan Pallonlyöjät, jonka kotiotteluissa ei ole kolmen viimeisen Superpesiskauden aikana ollut kertaakaan alle 1000 katsojaa. (Suomen Pesäpalloliitto 2017a.)



KUVIO 1. Miesten ja naisten Superpesiksen runkosarjan ja koko kauden yleisökeskiarvot vuosina 2000–2017

Miesten pesäpallo on miesten jääkiekon ja jalkapallon jälkeen seuratuinta palloilua Suomessa. Jääkiekon yleisömäärät ovat Suomessa omassa luokassaan: kaudella 2016–2017 Liigan yleisökeskiarvo oli runkosarjassa 4327 katsojaa (Liiga 2017). Jalkapallon Veikkausliiga saavutti toiseksi suosituimpana palloilusarjana yleisökeskiarvokseen 2478 kaudella 2017 (Kuntopuntari 2017). Suomen miesten koripallomaajoukkueen menestyksen synnyttämä Susijengi-ilmiö on näkynyt puolestaan Korisliigan katsojamäärissä, sillä liiga saavutti historiansa suurimman runkosarjan yleisökeskiarvon kaudella 2016–2017. Koripalloa seurasi runkosarjan aikana tapahtumapaikalla keskimäärin 941 katsojaa. (Suomen Koripalloliitto 2017.) Palloilulajien ja saman palloilusarjan joukkueiden yleisömäärien vertailua vaikeuttavat erilaiset käytännöt yleisömäärien laskemisessa, vaikka kansalliset lajiliitot pyrkivät yhtenäistämään sarjojen laskutapoja.

Pesäpallon korkein sarjataso Superpesis on yleisömääriä tarkasteltaessa Suomen seuratuin naisten palloilusarja. YLE (2016) vertaili suomalaisten palloilusarjojen yleisömääriä vuosilta 2014–2015. Vuonna 2015 naisten Superpesiksen runkosarjan yleisökeskiarvo oli 531, kun taas naisten jalkapallon pääsarjaa seurasi keskimäärin 195 katsojaa. Naisten Salibandyliigan yleisökeskiarvo oli 155 kauden 2014–2015 runkosarjassa. Pesäpallon jälkeen suurimman yleisökeskiarvon saavutti lentopallo: naisten Mestaruusliigan runkosarjaa seurasi keskimäärin 419 katsojaa kaudella 2014–2015. Naisten huippupesäpallo on pysynyt suosituimpana naispalloilulajina koko 2000-luvun ajan. Superpesiksestä löytyy myös Suomen suosituin naisten palloilujoukkue Porin Pesäkarhut (ks. Helsingin Sanomat 2017). Kaudella 2017 Pesäkarhujen otte-luita kävi katsomassa runkosarjassa keskimäärin 1028 ja koko kauden aikana keskimäärin 1131 katsojaa. Keskiarvoillaan Pesäkarhut haastoi muun muassa monet miesten Superpesis-joukkueet.

Pesäpallo on kansallinen laji, jota ei juuri pelata muualla kuin Suomessa. Pesäpalloa pyrittiin heti lajin alkuvaiheessa viemään ulkomaille: Suomi pelasi ensimmäisen maaottelunsa Tallinnassa vuonna 1932 (Arponen 1995). Kansainvälistymisyrietykset eivät kuitenkaan johtaneet pidemmälle. Vaikka vuonna 2017 järjestettyyn pesäpallon yhdeksänten World Cup -turnaukseen osallistui ennätysellisesti seitsemän maata (ks. Suomen Pesäpalloliitto 2017b), pesäpallon pelaaminen muualla maailmassa on hyvin vähäistä. Kilpailu kansainvälisten lajien kanssa aiheuttaa pesäpallolle useita haasteita, mutta kansallispelin suomalaisuus on myös ai-

nutlaatuinen mahdollisuus ja ylpeyden aihe. Lajin kehitys ei ole useiden muiden palloilulajien tapaan riippuvainen kansainvälisistä liitoista, vaan pesäpalloa pystytään viemään eteenpäin ”omin käsin”. Lisäksi pesäpallon yleisömäärät viittaavat siihen, että kansainvälisyys ei ole urheilulajin suosion edellytys. Pesäpallon haasteena voidaan pitää suhteellisen vähäistä toimintaa useissa Suomen kasvukeskuksissa, kuten pääkaupunkiseudulla, joissa laaja väestöpohja takaisi potentiaalisen yleisön riittävyyden.

Yleisölajina pesäpalloon liittyy lisäksi kaksi ajankohtaista asiaa: tv-ottelut ja sääntömuutokset. Pesäpallon televisiotarjonta on viime vuosina jatkuvasti lisääntynyt. Kaudella 2017 Superpesisotteluita pystyi seuraamaan kotikatsomoista enemmän kuin koskaan aiemmin (Suomen Pesäpalloliitto 2017c). Superpesiksen tv-oikeuksista on solmittu Nelonen Median kanssa sopimus pesäpallokausille 2018–2021, ja televisiotarjonta tulee entisestään kasvamaan. Superpesisottelut eivät kuitenkaan ole seurattavissa vapaasti näkyviltä kanavilta vaan maksullisesta palvelusta, ja miesten otteluita on ollut tarjolla selvästi naisten otteluita enemmän. (Ks. Suomen Pesäpalloliitto 2018.) Tarjonnan lisääntyessä lajin yleisösuosion toivotaan kasvavan, mutta pesäpallo-otteluiden kesto ja hidastempoisuus ovat puhuttaneet pesäpallokatsojia viime vuosina. Laji on saanut yleisöltä kritiikkiä pitkittyneistä otteluista ja pelitapahtumien yksipuolisuudesta. Otteluiden elävöittämiseksi ja kokonaisuuden tiivistämiseksi on pohdittu ja kokeiltu sääntöuudistuksia, mutta kansallispelin sääntöihin ei ole vielä tehty pysyvästi suuria muutoksia (ks. Superpesis 2018).

Pesäpalloliikkeen vuoteen 2022 ulottuvassa strategiassa (Suomen Pesäpalloliitto 2016) pesäpallon ottelutapahtumiin ja yleisömääriin liittyvät haasteet ja mahdollisuudet on tunnistettu. Pesäpalloliikkeen visiona on, että lajin pääsarjojen ottelutapahtumat ovat kesäisin ”parasta osallistavaa urheiluviihdettä”. Naisten Superpesiksen yleisökeskiarvotavoitteena on 800 katsojaa, kun taas miesten Superpesiksessä tavoitellaan 2000 katsojan keskimäärää. Lisäksi tavoitteena on ottelutapahtumien olosuhteiden parantaminen lisäämällä katettujen katsomoiden määrää pesäpallostadioneilla. Ottelutapahtumia pyritään kehittämään lisäämällä tietoa pesäpallokatsojista ja -faneista sekä jakamalla parhaita käytäntöjä. Interaktiivisten sähköisten palveluiden avulla tavoitellaan ottelutapahtumien osallistavuuden kasvua. (Suomen Pesäpalloliitto 2016.) Pesäpalloyleisön tutkimukselle on kyseisen strategian perusteella tarvetta.

3.2 Naispesäpallon historia Jyväskylässä

Jyväskylä oli 1920-luvulla yksi niistä pesäpallon kehittämiseen ja edistämiseen ryhtyneistä paikkakunnista, joihin uusi laji juurtui erityisen hyvin (Laitinen 1983, 66). Jo pitkäpallo oli menestynyt kaupungissa sekä pelaajien että katsojien keskuudessa (Laitinen 1980, 21–22). Pesäpallon leviämiseen lajin alkuvuosina vaikutti merkittävästi suojeluskuntajärjestö (Luomi & Viherkenttä 1962, 7). Suojeluskuntapesäpallo oli hallitsevassa asemassa myös Jyväskylässä 1920-luvulla. Jyväskyläläisen suojeluskunnan pesäpalloukkue jäi kuitenkin jälkeen valtakunnallisesta huipputasosta, koska muualla Suomessa ryhdyttiin perustamaan pesäpallon erikoisseuroja, jotka keskittyivät vain Pihkalan kehittämän lajin harjoittamiseen. Jyväskyläläisten pesäpalloilijoiden mielestä kaupungin yleisseurakaan ei mahdollistanut lajin jatkuvaa kehittämistä, joten pesäpallosta innostuneet perustivat lajin erikoisseuran vuonna 1930. Uuden pesäpalloseuran nimeksi annettiin Jyväskylän Kiri. (Laitinen 1980, 27–32.)

Jyväskylän Kirin perustamisen jälkeen pesäpallon pelaaminen laajeni Jyväskylässä nopeasti. Sekä joukkueiden että otteluiden määrät kasvoivat. Kirillä oli vuosina 1933–1934 kolme miesten joukkuetta, sillä kaikki halukkaat pelaajat eivät mahtuneet seuran edustusjoukkueeseen, jonka tehtävänä oli pelata valtakunnallisesti korkeimmalla tasolla. Myös naisten pesäpalloharrastus käynnistyi kaupungissa heti uuden seuran perustamisen myötä, sillä Kirin toimintaan otettiin alusta asti mukaan naiset ja nuoret. Jyväskylän Kirin perustamisesta ehti kulua vain runsas viikko, kun Kirin naisjoukkue jo matkasi Pieksämäelle pelatakseen ystävyysottelun. Jyväskylässä pelattiin ensimmäinen naisten pesäpallo-ottelu viikkoa myöhemmin, jolloin Kirittäriksi kutsuttu naisten joukkue kohtasi Pieksämäen naiset uudestaan. (Laitinen 1980, 32–39.) Laitisen (1980, 32) mukaan naispesäpallon ja nuorten pesäpalloharrastuksen käynnistyminen kuvaavat olennaisesti jyväskyläläistä pesäpalloa 1930-luvun alussa, mutta on huomioitava, että toiminta oli vielä pienimuotoista verrattuna miehiin.

Jyväskylän Kirin naisten joukkueen toiminta oli perustamisestaan lähtien virkeää, vaikka valtakunnallisesti naisten pesäpallotoiminta levisi lajin alkuvuosina verkkaisesti (Laitinen 1980, 40; 1983, 126). Naisten järjestelmällisen kilpailutoiminnan käynnistyminen oli hidasta, koska kilpaurheilu nähtiin sopimattomana naisille (Laitinen 1983, 126; Pirinen 2006, 15). Pesäpallo

oli kuitenkin naisten ensimmäisiä kilpailulajeja Suomessa, sillä naisten pesäpallon suomenmestaruudesta kilpailtiin ensimmäisen kerran jo vuonna 1931 (Laitinen 1983, 127; Viherkenttä 1972, 38). Sarjan käynnistymisestä huolimatta ottelumahdollisuuksia oli vähän, mistä johtuen Kirin naiset pelasivat vain 2–7 ottelua vuosittain 1930-luvulla. Naisten heikko menestys Keski-Suomen aluesarjassa katkaisi useimmiten tien valtakunnallisiin jatkopeleihin, joten useimmat joukkueen otteluista olivat itse järjestettyjä ystävyysotteluita Pieksämäen Palloilijoita, Lanneveden nuorisoseuraa ja Jyskyttäriä vastaan. (Laitinen 1980, 38–40.)

Kirin mies- ja naisjoukkue harjoittelivat usein samalla kentällä, joten naiset saivat runsaasti neuvoja seuran miespelaajilta. Valmennusopista huolimatta naisjoukkueen harjoittelussa oli hankaluuksia, sillä sopivia harjoitusvastustajia oli vähän. Naispesäpalloilijoita ei vielä riittänyt Kirissä kahteen joukkueeseen. Harjoitusvastustajapula ratkaistiin lopulta pelaamalla harjoitusotteluita oman seuran poikajoukkuetta vastaan 1930-luvun lopulla. (Laitinen 1980, 40.) Sotavuosina naiset pelasivat Jyväskylässä muutamia itse järjestettyjä otteluita, mutta muuten naisten pesäpallotoiminta hiljeni miespesäpallon tavoin (Laitinen 1980, 46; Viherkenttä 1972, 60). Vuonna 1948 sotavuosien aiheuttaman taantumisen jälkeen Kiri osallistui naisten sarjaan kahdella joukkueella, koska innokkaita pelaajia oli runsaasti. Naisten edustusjoukkue hallitsi selvästi Keski-Suomen piiriä vuodesta 1949 lähtien. (Laitinen 1980, 65, 78.)

Menestys jatkui 1950-luvulla valtakunnallisella tasolla johtaen Kirin ensimmäiseen naisten suomenmestaruuteen vuonna 1957. Vuosi 1957 oli Jyväskylän Kirille ja koko pesäpallolle erityisen historiallinen, sillä ensimmäistä kertaa sama seura voitti sekä naisten että miesten pesäpallon suomenmestaruudet. Jyväskylän Kirin miehet saavuttivat 1950-luvulla yhteensä neljä mestaruutta. (Luomi & Viherkenttä 1962, 80–81.) Nuorten kiinnostus Kirin toimintaa kohtaan kasvoi menestyksen myötä, joten seurassa ryhdyttiin panostamaan suunnitelmalliseen juniorityöhön. Tyttöjunioreiden valmennus käynnistyi Jyväskylässä 1950-luvun puolessavälissä. Jyväskylän Kiri osallistui ensimmäistä kertaa tyttöjen sarjaan vuonna 1953 saavuttaen piirinmestaruuden. Naisten ja tyttöjen pesäpallon kehittämistä ei nähty kuitenkaan oleelliseksi, sillä yleisö ei ollut kiinnostunut naisten otteluista samalla tavalla kuin miesten peleistä, joita saattoi seurata Harjun stadionin katsomossa jopa 5000 katsojaa. Kaupungin keskustassa Puistokoulun kentällä pelatuissa naisten mestaruussarjapeleissä oli parhaimmillaan 500 katsojaa. (Laitinen 1980, 78–82, 89, 104, 107.)

Jyväskyläläinen naispesäpallo koki lievän taantumisen 1960-luvulla, jolloin monet edellisellä vuosikymmenellä menestyneet pesäpalloilijanaiset luopuivat kilpailuihin tähtäävästä harjoittelusta. Suomenmestaruuden voittaneet naiset eivät enää motivoituneet harjoittelemaan tosissaan. Lisäksi useat sekä pesäpalloa että koripalloa pelanneet naiset valitsivat päälaajikseen koripallon, joten Kirin naisjoukkueessa tapahtui runsaasti muutoksia 1960-luvun puolenvälin jälkeen. Tällöin myös jyväskyläläiset pesäpallo-ottelut siirtyivät Harjun stadionilta ja Puistokoulun kentältä Hippoksen pesäpallokentälle Suomen Pesäpalloliiton pesäpallokenttiä koskevien määräysten vuoksi. ”Kiriläiset” hyvästelivät Harjun kentän ankeissa tunnelmissa vuonna 1967, sillä Hippoksen syrjäisen sijainnin ja heikkojen katsomotilojen pelättiin vähentävän yleisömääriä. (Laitinen 1980, 125, 138.)

Naispesäpallo sai 1970-luvulla Jyväskylän Kirissä entistä enemmän huomiota seuran naisvaliokunnan aktiivisen kehittämistyön ansiosta. Naisten pesäpalloa markkinoitiin yleisölle erilaisilla tapahtumilla, kuten tyttöjen ja naisten pesäpallopäivillä. Jyväskylän Kirin juniorikoulutuksen uusiminen johti tyttöpelaaajien määrän kasvuun, minkä seurauksena myös naisten toiminnan laajuus ja taso kohentuivat. Naisten ympärivuotinen valmennus aloitettiin Jyväskylässä vuonna 1975. Jyväskyläläinen naispesäpallo ei kuitenkaan saavuttanut 1970-luvulla suurta yleisösuosiota, sillä kaupungissa oli tarjolla runsaasti miesten mestaruussarjaotteluita. Naisten pesäpallo ei ollut seuralle taloudellisesti kannattavaa pienten yleisömäärien takia, mutta sitä pystyttiin ylläpitämään ja kehittämään vakaalla taloudenhoidolla. (Laitinen 1980, 125, 149–151.)

Miesurheilun hallitseva asema jatkui myös seuraavalla vuosikymmenellä. Naisten pesäpallon yleisökeskiarvot pysyivät Jyväskylässä alhaisina koko 1980-luvun ajan, vaikka monella muulla paikkakunnalla päästiin useiden satojen, jopa tuhansien katsojien lukuihin. Jyväskylän Kiri saavutti toisen mestaruutensa naisten pesäpallossa vuonna 1989, jolloin pesäpallon pääsarja muuttui Superpesikseksi. (Suomen Pesäpalloliitto 1990, 99, 118.) Seuraavalla vuosikymmenellä naispesäpallon yleisömäärät nousivat selvästi Jyväskylässä, mutta naispesäpalloilijat jäivät vielä mitalitaistelujen ulkopuolelle vuosina 1991–1995. Kiri menestyi naisten pesäpallossa jälleen 1990-luvun puolenvälin jälkeen voittaen suomenmestaruuden kaksi kertaa peräkkäin vuosina 1996 ja 1997. (Suomen Pesäpalloliitto 2001, 190.) Vuonna 1998 naispesäpallo eriytettiin Jyväskylän Kiristä, kun Kirittäret aloitti toimintansa (Kirittäret 1998).

3.3 Jyväskylä – palloilukaupunki?

”Jyväskylä on surkea palloilukaupunki mutta onneksi Kuopio on vielä surkeampi”

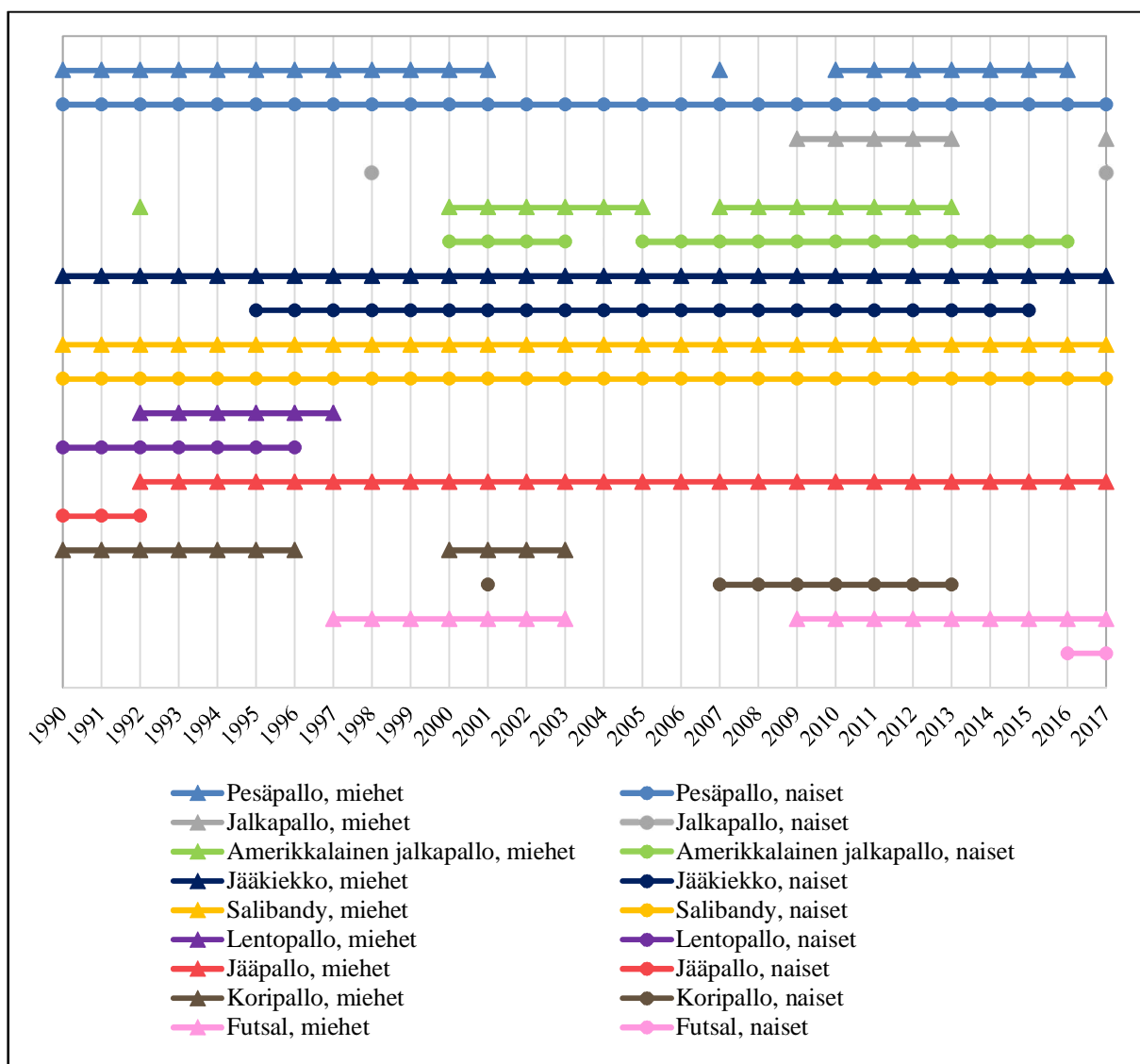
Keskisuomalainen 29.6.2015

Lehtiartikkelin otsikko ottaa kantaa jyvaskyläläisten perinteisen kilpakumppanin päihittämisen lisäksi Jyväskylän heikkoon menestykseen suosituimmissa palloilulajeissa. Artikkelissa viitataan jyvaskyläläisten miesjoukkueiden sijoituksiin kuuden palloilulajin pääsarjoissa vuosina 2000–2014 (Keskisuomalainen 2015). Jyväskylä on saavuttanut viime vuosina säännöllisesti menestystä lähinnä naisten Superpesiksessä. Myös miesten Futsal-liigassa on ylletty useasti mitaleille 2010-luvulla. Sen sijaan suomalaisissa valtalajeissa jääkiekossa ja jalkapallossa ei ole saavutettu toivottua menestystä. Arviointia huonoksi palloilukaupungiksi muutaman lajin miesjoukkueiden sijoituksiin perustuen voidaan kuitenkin kritisoida näkökulman kapeudesta, sillä liikuntaan ja urheiluun liittyy paljon muutakin kuin mitalisijat.

Jyväskylässä on ollut vuosikymmenestä toiseen useita pääsarjatason palloilujoukkueita, vaikka seuratuimmat urheilulajit ovat perinteisesti levinneet maantieteellisesti eri alueille Suomessa (ks. Kokkonen 2015, 317). Esimerkiksi pesäpalloa on pelattu maaseutumaisissa kunnissa, kun taas jääkiekko ja jalkapallo ovat olleet suurten kaupunkien lajeja (Itkonen 2000). Suosituimpien lajien jakautuminen eri alueille on ollut hyödyllistä katsojien kiinnostuksen näkökulmasta. Vaikka jääkiekon suosio yleisölajina on kasvanut 1990-luvulta lähtien räjähdysmäisesti ja jalkapallonkin katsojamäärät ovat ohittaneet pesäpallon, yleisöä on riittänyt alueellisesta eriytymisestä johtuen runsaasti myös Suomen kansallispelille (Kokkonen 2015, 317). Useilla pesäpallossa menestyneillä paikkakunnilla keskitytään vain yhteen tai kahteen palloilulajiin, joihin resurssit pystytään kohdistamaan.

Jyväskylässä pesäpallolla on vahva paikallinen lajiperinne, mikä on vaikuttanut siihen, että se on menestynyt kaupungissa jääkiekon ja jalkapallon rinnalla (ks. Itkonen & Kortelainen 1999, 17). Jyväskylässä ei ole kuitenkaan keskitytty vain muutamaani lajiin, sillä viimeisten vuosikymmenten aikana paikkakunnalla on pelattu useita palloilulajeja korkeimmalla sarjatasolla

sekä naisissa että miehissä. Kuviossa 2 esitetään pääsarjatason palloilulajeja Jyväskylässä vuosina 1990–2017. Talvilajien osalta merkintä on sen vuoden kohdalla, jolloin pääsarjakausi on alkanut. Jyväskyläläisillä palloiluseuroilla on pitkät perinteet korkeimmalla sarjatasolla muun muassa salibandyssa, jääpallossa ja amerikkalaisessa jalkapallossa. Kaupungissa on ollut useana vuonna toistakymmentä eri palloilulajia pääsarjoissa, joten jyvaskyläläisille on ollut tarjolla runsaasti huippu-urheilua seurattavaksi. (Kuvio 2.) Kuviossa 2 esitettyjen lajien lisäksi Jyväskylässä pelattiin esimerkiksi miesten kaukalopalloa pääsarjatasolla 1990-luvulla. Pääsarjatason ohella Jyväskylässä on ollut useita joukkueita palloilulajien toiseksi korkeimmilla sarjatasoilla.



KUVIO 2. Pääsarjatason palloilulajeja Jyväskylässä vuosina 1990–2017

Itkonen ja Kortelainen (1999, 16) mukaan paikallisen urheiluseuran menestyminen vaatii riittävän laajan väestöpohjan, joka mahdollistaa yleisön, harrastajien ja vapaaehtoistoimijoiden saatavuuden. Väestöpohjan lisäksi paikkakunnan tarjoamat taloudelliset resurssit ovat välttämättömiä urheiluseuralle (Itkonen & Kortelainen 1999, 16). Toisaalta esimerkiksi Vimpelin Vedon pesäpallohistoria osoittaa, että laaja väestöpohja ei ole kaikissa tapauksissa täysien katsomoiden tai urheilullisen menestyksen edellytys. Keski-Suomessa väestö on keskittynyt vahvasti Jyväskylän seudulle. Vuoden 2017 lopussa Jyväskylä oli 140 188 asukkaallaan väkiluvultaan Suomen seitsemänneksi suurin kaupunki (Jyväskylän kaupunki 2018). Tästä huolimatta Jyväskylässä on väestöpohjaansa nähden runsaasti palloilujoukkueita. Lajien välisessä kilpailussa pienemmät lajit joutuvat usein antamaan tilaa runsasta medianäkyvyyttä nauttivien ja merkittäviä sponsorisopimuksia solmiville lajeille (Itkonen 2000).

Suomalaiset urheiluseurat ovat viime aikoina pyrkineet laajentamaan toimialuettaan ja verkostoitumaan kuntarajojen yli. Katsojia hankitaan seuran kotipaikkakunnan lisäksi laajemmin koko maakunnasta, minkä seurauksena seuralle ja lajille annettavat paikalliset merkitykset muuttuvat seudullisiksi (Kokkonen 2015, 317–318). Lajien seutuistuminen tarkoittaa suurempaa potentiaalista yleisöä, mikä mahdollistaa sponsoreiden ja muiden tukijoiden laajemman kiinnostuksen (Itkonen & Kortelainen 1999 95). Jyväskylä on Keski-Suomen maakuntakeskuksena onnistunut viime vuosikymmenten aikana säilyttämään useita joukkueita palloilulajien huipputasolla. Huolimatta laajentuneesta väestöpohjasta ja taloudellisista mahdollisuuksista palloilulajit joutuvat kuitenkin kamppailemaan resursseista Jyväskylässä. Ajankohtaisia esimerkkejä ovat Jyväskylän Kirin miesten pesäpallojoukkue ja Happeen naisten salibandyjoukkue, jotka luopuivat sarjapaikoistaan vuonna 2017.

Lajien olosuhteet ovat yksi palloilukaupungin menestystekijä. Jyväskylässä Hippoksen pesäpallostadion ei täytä Suomen Pesäpalloliiton asettamia olosuhdevaatimuksia Superpesiksen ja miesten Ykköspesiksen osalta. Huippupesäpallon katsomo-olosuhteita on jo vuosia pyritty kehittämään, koska Hippoksen pesäpallostadion on hiekkatekonurmen uusimista lukuun ottamatta lähes alkuperäisessä kunnossaan (ks. esim. Huovinen 2003). Useiden lajien harjoitusolosuhteet ovat kuitenkin olleet Jyväskylässä hyvällä tasolla. Tällä hetkellä Jyväskylään suunnitellaan laajaa liikunnan, urheilun ja hyvinvoinnin osaamiskeskusta, jonka myötä Hippoksen

alueelle rakennettaisiin nykyaikaiset liikuntatilat. Uudet muunneltavat tilat tulisivat olemaan kolminkertaiset nykyisiin verrattuna. (Ks. Hippos2020 n.d.)

Jyväskylässä liikunta koetaan koko kaupungin tasolla tärkeäksi asiaksi: vuosien 2017–2021 kaupunkistrategiassa Jyväskylän asema Suomen liikuntapäikaupunkina on yksi neljästä strategisesta kärjestä (ks. Jyväskylän kaupunki 2017). Jyväskyläläiset palloilujoukkueet ovat tiivistäneet yhteistyötään esimerkiksi Keski-Suomen Liikunnan *Kaikki peliin* -ohjelman ja seurojen välisten sopimusten myötä (ks. JYP Jyväskylä 2017a; Keski-Suomen Liikunta 2018). Suurta menestystä 2000-luvulla nauttinut Superpesisseura Kirittäret on Jyväskylän kirkkaimpia tähtiä. Vaikka kehitettävää ja tehtävää riittää, Jyväskylä ei ole surkea palloilukaupunki.

3.4 Superpesisseura Kirittäret

Jyväskyläläinen Kirittäret perustettiin virallisesti marraskuun 26. päivänä vuonna 1998, jolloin Jyväskylän Kirin naisten joukkue eriytettiin itsenäiseksi yhtiöksi. Yhtiön nimeksi annettiin Etukenttä Oy, joka käytti työnimeä Kirittäret. Naisten pesäpallotoiminnan eriyttämisen tarkoituksena oli turvata sekä naisten että miesten pääsarjatason pesäpallon jatkuminen Jyväskylässä mahdollisimman pitkään. Kirittäret anoi Suomen Pesäpalloliitolta Jyväskylän Kirin naisten Superpesiksen sarjapaikan siirtämistä itselleen luvaten toimia Jyväskylän Kirin kanssa yhteistyössä ja kunnioittaa ”kiriläisiä” perinteitä. Yhtiö ryhtyi harjoittamaan naisten pesäpallotoiminnan lisäksi urheilutekstiilien ja -välineiden myyntiä. (Kirittäret 1998; Lahtinen 2017.)

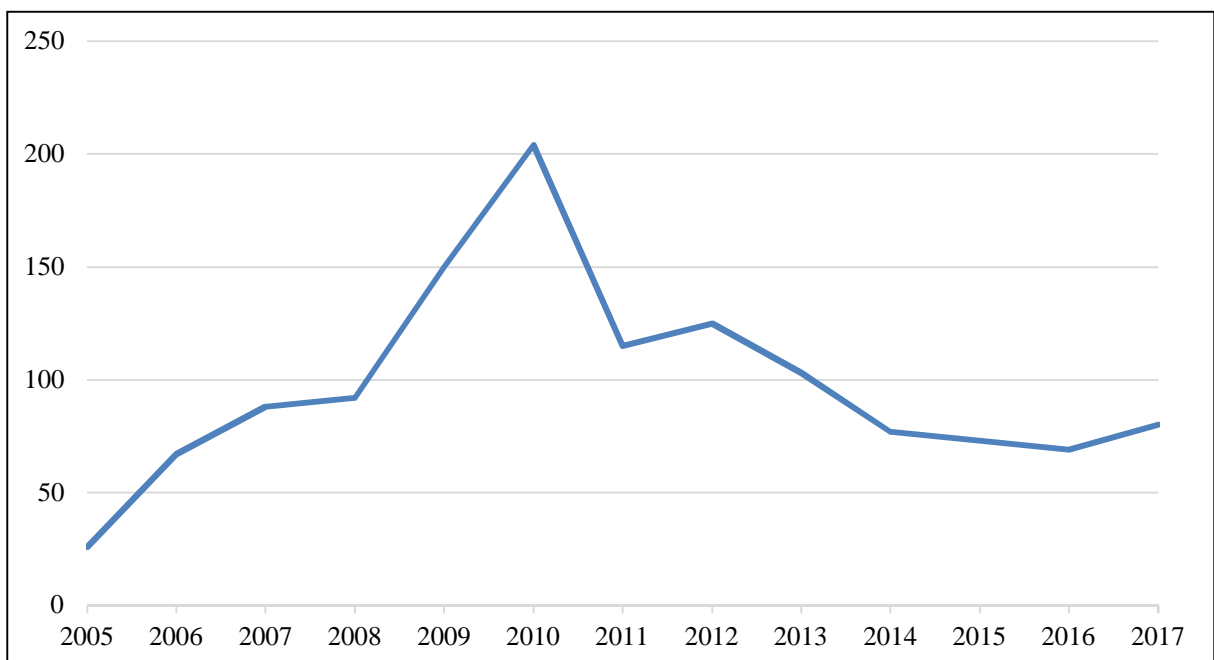
Kirittäret osallistui naisten Superpesikseen Jyväskylän Kirin lisenssillä vuosina 1999–2004, sillä osakeyhtiömuotoisena yhtiönä se ei saanut Suomen Pesäpalloliitolta omaa lisenssiä. Vuonna 2004 päätettiin perustaa yhdistysmuotoinen pesäpalloseura, jonka nimeksi annettaisiin Jyväskylän Kirittäret. Perustettavan seuran nimeä jouduttiin kuitenkin muuttamaan, sillä Jyväskylän Kiri piti sitä liian samanlaisena oman nimensä kanssa, jolloin sekaannuksia syntyi helposti. (Lahtinen 2017.) Lopulta 11.3.2005 yhdistysrekisteriin rekisteröitiin uusi yhdistys, nais- ja tyttöpesäpallon erikoisseura Jyväskylän Pesis ry (Patentti- ja rekisterihallitus, n.d.), jonka tavaramerkkinä ja edustusjoukkueen nimenä pysyi Kirittäret.

Kirittäret on saavuttanut 2000-luvulla 16 SM-mitalia naisten Superpesiksessä. Naisten suomenmestaruus on tullut Kirittärien ansiosta Jyväskylään kahdeksan kertaa vuosina 2003, 2005–2010 ja 2016, minkä lisäksi seura on voittanut yhtä monta kertaa kultaa naisten pesäpallon Halli-SM-turnauksessa. (Taulukko 1.) Jyväskyläläiset naiset pelasivat 12 kertaa peräkkäin naisten Superpesiksen finaaleissa vuosina 2001–2012, mikä kertoo menestyksen eteen tehdystä pitkäjänteisestä työstä ja voittamisen kulttuurin muodostumisesta. Kirittäret on Lapuan Virkiän ohella menestynein naisten Superpesisseura 2000-luvulla. Naiset ovat pitäneet Jyväskylän perinteikästä pesäpallomainetta yllä, sillä miesten pesäpallossa Jyväskylä ei ole yltänyt mitalisijoille menestyksekkään 1980-luvun jälkeen.

TAULUKKO 1. Kirittärien sijoitukset vuosina 1999–2017

Vuosi	Naisten Superpesis	Naisten Halli-SM
1999	Kuudes	Hopeaa
2000	Kuudes	Ei mitalia
2001	Hopeaa	Hopeaa
2002	Hopeaa	Pronssia
2003	Kultaa	Kultaa
2004	Hopeaa	Kultaa
2005	Kultaa	Kultaa
2006	Kultaa	Kultaa
2007	Kultaa	Pronssia
2008	Kultaa	Kultaa
2009	Kultaa	Hopeaa
2010	Kultaa	Kultaa
2011	Hopeaa	Hopeaa
2012	Hopeaa	Hopeaa
2013	Pronssia	Seitsemäs
2014	Hopeaa	Hopeaa
2015	Hopeaa	Kultaa
2016	Kultaa	Kultaa
2017	Viides	Viides

Vaikka Kirittärien edustusjoukkue on menestynyt vuodesta toiseen, pesäpalloseuran lisenssimäärä on vähentynyt selvästi 2010-luvulla (kuvio 3). Pesäpalloharrastajat olisivat seuralle tärkeitä lajin yleisösuosion kannalta, sillä joukkueurheilulajin harrastamisen ja seuraamisen välillä on nähtävissä positiivinen kierre (Piispa 2013). Kirittärien junioritoiminta on Jyväskylän Pesiksen (2016) vuoden 2016 toimintakertomuksen mukaan kehittynyt tasaisesti siten, että seuralla on tyttöjoukkue kaikissa pesäpallon ikäluokissa. Tammikuussa 2018 edellisenä vuonna henkiin herätetty seura Jyväskylän Kiri-Juniorit muutti nimensä Jyväskylän Kiri&Kirittäret Junioreiksi, mikä tarkoitti nuorimpien jyvaskyläläisten poika- ja tyttöjunioreiden yhdistämistä samaan pesäpalloseuraan. Junioriseuran tyttöjoukkueet pelaavat jatkossakin Kirittärien logolla. (Jyväskylän Kiri-Juniorit 2017.)

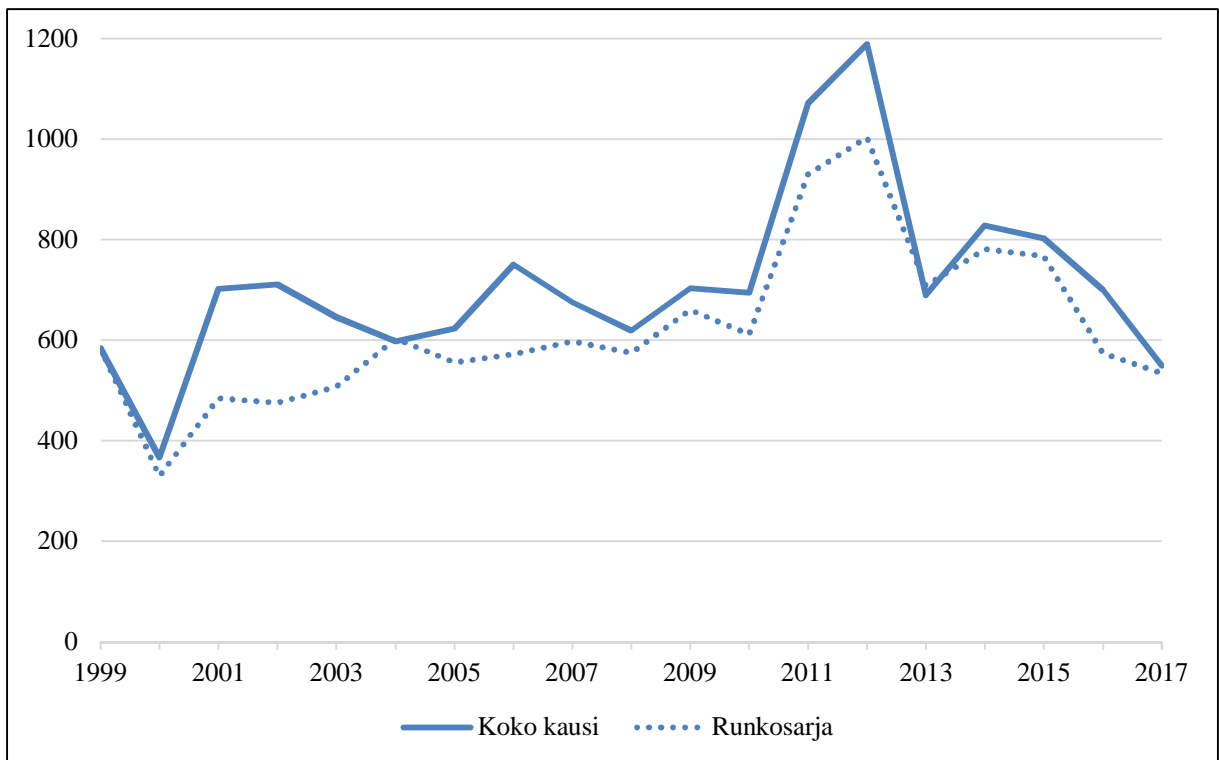


KUVIO 3. Jyväskylän Pesiksen (Kirittärien) lisenssimäärä vuosina 2005–2017

Kirittäret lähti naisten Superpesiskauteen vuonna 2017 hallitsevana mestarina ja Keski-Suomen Urheilugaalan palkitsemana vuoden joukkueena. Seura saavutti toimintavuonna 2016 suomenmestaruuden lisäksi ja osaltaan sen ansiosta historiansa parhaan taloudellisen tuloksen, joten organisaatio oli kokonaisuudessaan kunnossa uuden kauden alkaessa (Jyväskylän Pesis 2016). Kuusitoista peräkkäistä SM-mitalia motivoivat sekä joukkuetta että seuraa pesäpallokauteen valmistautumisessa. Naispesäpallon 2000-luvun kestomenestyjä oli kuitenkin

uuden tilanteen edessä, sillä joukkue uudistui aiempia vuosia enemmän kaudelle 2017. Lähes puolet joukkueen pelaajista vaihtui edellisen kauden mestaruusjoukkueesta. Joukkueessa aloittivat myös uudet pelinjohtajat, jotka saivat rinnalleen Kirittäriissä jo aiemmin toimineita henkilöitä valmennuksen ja taustaryhmän jäseniksi. (Kirittäret 2016.) Uudistunut joukkue voi olla yleisösuosion kannalta sekä haaste että mahdollisuus: uudet pelaajat voivat houkuttaa otteluihin uusia katsojia, mutta muualle siirtyneiden pelaajien fanit saattavat luopua joukkueen seuraamisesta.

Kaudelle 2017 Kirittärien edustusjoukkue asetti tavoitteekseen 17. peräkkäisen mitalin saavuttamisen naisten Superpesiksessä (Kirittäret 2017a). Sarjan pelinjohtajien ennen kautta esittämissä arvioissa uudistuneen joukkueen uskottiin yltävän mitalipeleihin, mutta jäävän kuitenkin neljänneksi (Suomen Pesäpalloliitto 2017d). Joukkue pelasi Superpesiskauden 2017 aikana yhteensä 31 ottelua, joista 15 pelattiin Kirittärien kotikentällä Hippoksen pesäpallostadionilla. Kirittäret jäi lopulta mitalipelien ulkopuolelle. Kotiotteluiden yleisökeskiarvo oli edellisvuotta matalampi sekä runkosarjan että koko kauden osalta (kuvio 4).



KUVIO 4. Kirittärien yleisökeskiarvo vuosina 1999–2017

Vuonna 2017 Kirittärien kotiotteluissa kävi koko kauden aikana keskimäärin 549 katsojaa. Kirittärien yleisökeskiarvo sekä runkosarjassa että pudotuspeleissä oli naisten Superpesis-joukkueista viidenneksi korkein. Seuran historian korkein yleisökeskiarvo saavutettiin vuonna 2012, jolloin katsojia oli koko kauden aikana keskimäärin 1189 ottelua kohden (kuvio 4). Kirittärien yleisömäärät ovat pysyneet naisurheilulle erinomaisella tasolla koko 2000-luvun ajan, mihin ovat vaikuttaneet menestyksen lisäksi paikalliseksi joukkueeksi profiloituminen, medianäkyvyys ja markkinointi sekä panostus ottelutapahtumien viihteellisyyteen (Heimonen 2017).

Vuoden 2016 toimintakertomuksensa (Jyväskylän Pesis 2016) mukaan jyväskyläläinen naispesäpalloseura näkee tulevaisuutensa valoisana ja organisaationsa vakaana. Ainoana tulevaisuuden uhkana pidetään pesäpallon olosuhteita Jyväskylässä. Hippoksen pesäpallostadionilla ei ole lähes lainkaan katettua katsomoa (kuva 1), joten katsojat ovat pesäpallo-ottelussa sään armoilla. Hippos2020-hankkeen suunnitelmissa huippupesäpallon olosuhteiden asema on ollut epävarma. Hankkeen myötä Kirittäret saattaa joutua lähitulevaisuudessa luopumaan koti-stadionistaan.



KUVA 1. Hippoksen pesäpallostadionin katsomo elokuussa 2017

Ottelutapahtumia on kehitettävä jatkuvasti vastaamaan yleisön odotuksia ja toiveita. Kirittäri-
rien ottelutapahtumiin tehtiin useita muutoksia kaudelle 2017. Seura panosti otteluiden kios-
kimyynnissä laadukkaisiin kotimaisiin tuotteisiin. Lisäksi ottelutapahtumat muutettiin alkoholi-
littomiksi, koska seura halusi edustaa urheilullisia arvoja ja raitista elämäntapaa sekä lisätä
lajin perhekeskeisyyttä. (Kirittäret 2017b.) Ottelutapahtumien palveluita lisättiin tarjoamalla
mahdollisuus pääsylippujen ostoon ennakoon nettisivustolta, ja tapahtumapaikalla maksu-
vaihtoehdot laajenivat käteisen, pankki- ja luottokortin lisäksi mobiililippuihin (Kirittäret
2017c). Kaudella 2017 Kirittäri-
rien kotiotteluiden markkinointi koostui pääosin lehti- ja radio-
mainonnasta. Lisäksi ottelutapahtumia markkinoitiin Kirittäri-
rien sosiaalisen median kanavissa.

Vuoden 2018 marraskuussa Kirittäri-
rien virallisesta perustamisesta tulee kuluneeksi 20 vuotta. Alkavalla pesäpallokaudella 2018 jyväs-
kyläläisen naispesäpalloujoukkueen tavoitteena on pa-
lata heti yhden väli vuoden jälkeen mitalisijoille naisten Superpesiksessä. Seurassa on myös
ryhdytty uudistuksiin. Jyväskylän Pesiksen syyskokouksen toisessa jatkokokouksessa
11.1.2018 seuran johtokunnan pitkäaikainen puheenjohtaja ja jyväs-
kyläläinen pesäpallovai-
kuttaja Veikko Lahtinen teki tilaa uudelle puheenjohtajalle Pia Toloselle. Samalla kaikki joh-
tokunnan jäsenet vaihtuivat. (Kirittäret 2018.) Kirittäret aloittaa tuoreelta pohjalta uuden me-
nestystarinan rakentamisen, jonka tukena tämä tutkimus toimii.

4 TUTKIMUSONGELMAT

Tässä pro gradu -tutkielmassa selvitetään, millainen on Superpesisjoukkue Kirittärien yleisöprofiili. Tarkastelu keskittyy yleisön sosiodemografiseen, liikunta- ja pesäpallotaustaan sekä viestintäkäyttäytymiseen. Lisäksi tutkitaan, miksi Kirittärien ottelutapahtumiin osallistutaan. Motiivien ohella kiinnostus kohdistuu osallistumisen määriin sekä ottelutapahtuman osalueiden merkityksiin.

Urheilun seuraamisen määrät ja muodot vaihtelevat esimerkiksi sukupuolen, iän, tulotason ja urheilutaustan mukaan, mutta kokonaisuudessaan urheilutapahtumiin osallistuminen on vähentynyt Suomessa viime vuosikymmenten aikana. Potentiaalisten katsojakuntien kehittämiseen tulisi kiinnittää enemmän huomiota, sillä jatkuvassa muutoksessa oleva penkkiurheilu on sukupolvisidonnainen ilmiö (ks. Zacheus 2008a, 245). Urheilutapahtumat kokoavat yhteen katsojia hyvin erilaisin motiivein, joiden tutkiminen on tärkeää katsojien urheilun seuraamiseen sitouttamisen kannalta.

Urheilutapahtumat ovat muuttuneet liikuntakulttuurin kaupallistumisen seurauksena viihteellisiksi kulutushyödykkeiksi, mikä on yleisösuosiosta kamppailun lisäksi kilpaurheilun luomien kustannuspaineiden seurausta (ks. Heinilä 1994; Itkonen 1996, 245). Pesäpallon ottelutapahtumia on kehitettävä jatkuvasti vastaamaan yleisön muuttuvia odotuksia, koska yleisö on urheiluseuroille tärkeä tulonlähde ja tapahtumien tunnelman luoja. Tässä tutkimuksessa keskitytään tuottamaan ajankohtaista tietoa naispesäpallon katsojista Kirittärien ottelutapahtumien kehittämiseksi.

Tutkimuksessa tarkastellaan edellä esitetyistä näkökulmista johdettuja tutkimusongelmia:

1. Millainen on Kirittärien yleisöprofiili?
2. Miksi Kirittärien ottelutapahtumiin osallistutaan?

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

5.1 Tutkimusstrategia

Tutkimusstrategialla tarkoitetaan menetelmällisten valintojen kokonaisuutta, joka ohjaa tutkimuksen toteuttamista. Tutkimuksen tarkoitus ja ongelmat suuntaavat tutkimusstrategisia valintoja. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2016, 132.) Laajimmillaan tutkimukset voidaan jakaa periaatteellisilta valinnoiltaan kahteen joukkoon: teoreettisiin eli analyttisiin tutkimuksiin ja empiirisiin tutkimuksiin (Valli 2015, 16). Tämä tutkimus on empiirinen tutkimus, jonka tutkimusote on kvantitatiivinen. Empiirisessä tutkimuksessa tutkimustulokset saadaan mitaamalla ja analysoimalla tutkimuskohdetta eri menetelmin (Soininen 1995, 17). Konkreettisesti hankittu tutkimusaineisto on empiirisen tutkimuksen lähtökohta. Tutkimusaineiston yksittäisten tapausten avulla selvitetään yleisiä lainalaisuuksia. (Valli 2015, 16.)

Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa aineisto kerätään ja analysoidaan numeerisessa muodossa, joten kysymyksenasettelu ja vastausvaihtoehdot tulee laatia objektiivisesti (Hakala 2010; Vilka 2007, 13). Tutkimustuloksia käsitellään numeroina, joiden avulla ilmiöiden tai ominaisuuksien keskinäistä yhteyttä tai eroa toisistaan selitetään sanallisesti. Kvantitatiivisen tutkimuksen aineistossa on tyypillisesti paljon vastaajia. Tilastollisten analyysimenetelmien käytössä suositeltu havaintoyksiköiden määrä on vähintään 100. (Vilka 2007, 14, 17.) Kvantitatiivisella tutkimuksella on luonnontieteelliset juuret, mutta sitä käytetään runsaasti myös ihmistieteissä (Hirsjärvi ym. 2016, 139).

Kyseessä on poikittaistutkimus, jossa tutkimusaineisto kerättiin vastaajilta yhtenä ajankohtana. Poikkileikkausaineistolla tehdyt tutkimukset ovat kiinnostuneita tiettyinä ajankohtana ilmenevien tilanteiden ja ominaisuuksien kuvaamisesta muutoksen selittämisen sijaan (Vastamäki 2010). Tyypiltään tämä tutkimus on survey-tutkimus, joka on yksi kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän perinteisistä tutkimustyypeistä (ks. Hirsjärvi ym. 2016, 191). Survey-tutkimuksessa voidaan kerätä standardoitua tietoa sekä pienistä että suurista populaatioista. Aineiston avulla pyritään tiedon luonteesta riippuen kuvailemaan, vertailemaan tai selittämään tutkittavaa ilmiötä. (Hirsjärvi ym. 2016, 134; Soininen 1995, 79–80.) Tässä tutkimuk-

nessa pyritään kuvailemaan mahdollisimman tarkasti Kirittärien yleisöä sekä vertailemaan yleisöstä muodostettujen ryhmien yhtäläisyyksiä ja eroja. Käytännönläheisiä ongelmia selvittävä survey-tutkimus on suosittu tutkimustyyppi (Soininen 1995, 80). Survey-tutkimusta on kuitenkin kritisoitu tilastollisen aineistonkäsittelyn kaavamaisuudesta ja todellisuuden yksinkertaistamisesta (Alkula, Pöntinen & Ylöstalo 1994, 121; Soininen 1995, 80). Lisäksi kausaalisuhteiden tutkiminen survey-tutkimuksen avulla on haastavaa (Soininen 1995, 80).

5.2 Kyselylomakkeen suunnittelu

Tutkimuksen aineistonhankintamenetelmänä käytettiin kyselyä. Kyselylomake on empiirisissä tutkimuksissa yksi perinteisimmistä aineistonkeruumuodoista (Valli 2010a), jolla on muiden menetelmien tapaan sekä vahvuuksia että heikkouksia. Kysely on erityisen hyödyllinen tapa kerätä aineistoa, jos kyseessä on yleiskartoitus, jossa pyritään hankkimaan suuri tutkimusaineisto (Valli 2015, 42). Jokaiselle tutkittavalle henkilölle esitetään samat kysymykset samassa muodossa ja järjestyksessä ilman tutkijan verbaalisen tai nonverbaalisen viestinnän vaikutusta (Valli 2015, 44; Vilkkä 2007, 28). Lisäksi kyselyn etu aineistonhankintamenetelmänä on vastaamisen nopeus (Valli 2015, 44). Esimerkiksi haastatteluun verrattuna kyselylomakkeen täyttäminen vie yleensä vähemmän aikaa vastaajilta. Toisaalta kysely aineistonhankintamenetelmänä saattaa aiheuttaa tutkijalle ongelmia, sillä vastaaja voi ymmärtää kysymykset väärin, vastata epätarkasti tai jättää vastaamatta osaan kysymyksistä (Valli 2010a; 2015, 45).

Kyselylomakkeen laatiminen aloitettiin keväällä 2017. Kysely toteutettiin perinteisenä paperikyselynä jatkuvasti yleistyvän sähköisen kyselyn sijaan. Vallin (2015, 49) mukaan sähköisen kyselyn soveltuvuus tutkittavalle kohderyhmälle täytyy harkita tarkasti tutkittavien sosiodemografiset taustatekijät huomioiden. Tässä tutkimuksessa käytettiin paperista kyselyä, jotta tutkittavasta joukosta tavoitettaisiin myös henkilöt, jotka eivät käytä tai käyttävät hyvin vähän teknologisia laitteita. Aikaisempiin paperikyselyä hyödyntäneisiin yleisötutkimuksiin tutustumisen jälkeen kyselylomake pyrittiin laatimaan siten, että kysymykset mahtuvat yhdelle A4-kokoiselle paperille. Kyselylomakkeet taitettiin nelisivuisen vihkosen muotoon, jotta vastaaja huomaisi kyselyn jatkuvan myös toisella puolella lomaketta. Koska tässä tutkimuksessa vastaajilla ei ollut mahdollisuutta tarkentaa kysymysten merkitystä tutkijalta, kysymysten yksiselitteiseen muotoiluun kiinnitettiin erityistä huomiota.

Kyselylomake (liite 1) koostui pääasiassa etukäteen koodatuista eli strukturoiduista kysymyksistä, joissa oli valmiit vastausvaihtoehdot. Suljetuilla kysymyksillä ja valmiilla vastausvaihtoehdoilla pyritään kysymysten ja vastausten vertailukelpoisuuteen (Vilka 2007, 67). Jotta kaikille vastaajille löytyisi sopiva vastausvaihtoehto, useimpien kysymysten vastausvaihtoehtoihin lisättiin ”muu, mikä?” -vaihtoehto. Strukturoitujen kysymysten lisäksi kyselyssä oli kaksi strukturoidun ja avoimen kysymyksen yhdistelmää, joissa vastaajalla oli mahdollisuus perustella valitsemaansa vastausvaihtoehtoa avoimella vastauksella, sekä yksi kokonaan avoin kysymys. Kyselylomakkeen täyttämisen yhteydessä vastaajat pääsivät osallistumaan Kirittärien kotiotteluiden VIP-lippujen arvontaan, millä pyrittiin motivoimaan tutkittavia tutkimukseen osallistumiseen. Arvontaa varten vastaajat saivat täyttää yhteistietonsa kyselyn välissä olleelle arvontalomakkeelle. Erillistä arvontalomaketta käyttämällä säilytettiin vastaajien anonymiteetti.

Kyselylomakkeen ensimmäiset kysymykset selvittivät vastaajien taustatietoja, jotka ovat tässä tutkimuksessa merkittävässä roolissa ensimmäisen tutkimusongelman takia. Taustatietoja selvittävien suljettujen kysymysten vastausvaihtoehdot perustuivat Jyväskylässä tehdyssä kuntalaiskyselyssä (Jyväskylän kaupungin kuntalaiskysely liikunnasta 2016) kysytyihin taustatietoihin. Näin mahdollistui vertailu jyväskyläläisen naispesäpalloyleisön ja Jyväskylän kuntalaisten välillä, mikä on valmiiden mittareiden käytön etu (ks. Vastamäki 2010). Muiden suljettujen kysymysten laatimisessa hyödynnettiin aikaisempia sekä suomenkielisiä että kansainvälisiä eri urheilulajien yleisötutkimuksia. Aikaisempien tutkimusten kysymyksiä muokattiin kansallisen pesäpallon kontekstiin sopiviksi ottaen huomioon myös tutkimuskohteena olevan pesäpalloseuran erityispiirteet. Osa kysymyksistä oli tutkijan itse laatimia pesäpalloyleisöön kohdistuvan tutkimuksen puutteesta johtuen.

Kyselylomakkeessa oli kaksi osiota, joissa käytettiin viisiportaista Likert-asteikkoa. Erityisesti mielipideväittämissä runsaasti käytetyn Likert-asteikon lähtökohtana on pariton määrä portaita, jolloin asteikon keskikohdan toisella puolella samanmielisyys mitattavan väittämän kanssa kasvaa ja toisella puolella vähenee (Valli 2010b; Vilka 2007, 46). Alun perin mittarissa on ollut seitsemän vaihtoehtoa, mutta myös viisi- ja yhdeksänportaiset asteikot ovat yleisiä (Valli 2010a). Kyselyn ensimmäinen Likert-asteikolla mitattava osio selvitti, miksi vastaaja osallistui Kirittärien ottelutapahtumaan. Motiiveja mittaavan osion laatimisessa hyödynnet-

tiin esimerkkinä Takalon (2015) tutkimusta massaliikuntatapahtuman osallistujaryhmistä ja osallistumisen motiiveista. Osion Likert-asteikon portaat olivat välillä 1= ei lainkaan merkitystä ja 5= erittäin paljon merkitystä. Mittarissa ei ollut ”en osaa sanoa” -vaihtoehtoa, joka ei ole Vallin (2010a) mukaan kaikissa tapauksissa tarpeellinen. Paperikyselyssä vastaaja voi jättää vastaamatta kohtaan, johon hän ei osaa sanoa mielipidettään.

Yleisön motiiveja Kirittärien ottelun seuraamiseen tapahtumapaikalla mittasi 15 väittämää, jotka jakautuivat viiteen motiiviluokkaa. Jokaiseen motiiviluokkaan sisältyi kolme väittämää. Suurin osa väittämistä laadittiin aikaisempia urheilun seuraamista ja urheilutapahtumiin osallistumista käsitteleviä tutkimuksia soveltaen. Väittämien laatimisessa hyödynnettiin etenkin Sport Fan Motivation Scale (SFMS) -mittaria (Wann 1995; Wann ym. 1999). Kahteen motiiviluokkaan sisältyi myös tutkijan itse laatimia väittämiä, jotka ottivat huomioon tutkimuskohteen ominaispiirteet. (Taulukko 2.) Motiiveja mittaavan osion loppuun vastaaja pystyi halutessaan lisäämään motiiviväittämän ja vastaamaan siihen viisiportaisella Likert-asteikolla.

TAULUKKO 2. Yleisön motiiveja mittaavien väittämien alkuperä

Motiivi	Väittämien lukumäärä	Väittämät otettu soveltaen tutkimuksesta
Pesäpalloisäly	1	Keaton ym. (2015)
	1	Takalo (2015)
	1	Oma väittäjä
Sosiaalisuus	1	Trail & James (2001)
	2	Wann ym. (1999)
Viihde ja nautinto	1	Keaton ym. (2015)
	1	Mähönen (2008)
	1	Wann ym. (1999)
Rentoutuminen	1	Keaton ym. (2015)
	2	Wann ym. (1999)
Oma kannattajastatus	2	Wann ym. (1999)
	1	Oma väittäjä

Likert-asteikkoa käytettiin kyselyssä mitta-asteikkona myös selvittäessä pesäpallon ottelutapahtuman osa-alueiden merkittävyyttä. Motiiveja mittaavan patteriston tapaan vastaajalla oli mahdollisuus valmiiden vaihtoehtojen jälkeen lisätä haluamansa ottelutapahtumaan liittyvä elementti ja arvioida mielipiteensä siitä viisiportaisella Likert-asteikolla. Kyselylomakkeen lopussa selvitettiin avoimella kysymyksellä vastaajien toiveita Kirittärien ottelutapahtumien kehittämiseksi. Kyselyä hyödyntävissä tutkimuksissa avoimilla kysymyksillä pyritään saamaan vastaajilta oma-aloitteisia mielipiteitä (Vilka 2007, 68). Kysymysten muoto mahdollistaa vastaajien perusteellisten mielipiteiden ja ideoiden selvittämisen, mutta usein vastaajat jättävät vastaamatta avoimiin kysymyksiin. Avointen kysymysten heikkoutena pidetään myös mahdollisia epäselviä tai merkityksettömiä vastauksia. (Valli 2010a.)

Kyselylomaketta testattiin lauantaina 29.4.2017, jolloin kyselyyn vastasivat Kirittäret-VaaraPesis-harjoitusottelun katsojat. Esitestauksen avulla pyrittiin varmistamaan kyselylomakkeen toimivuus sekä kysymysten ymmärrettävyys. Esitestaus suoritettiin Hippoksen pesäpallostadionilla Kirittärien kotiottelussa samalla tavalla kuin varsinainen aineistonkeruu myöhemmin. Esitestauksessa vastaajilta saadun palautteen ja täytettyjen kyselylomakkeiden tarkastelun perusteella kysymysmuotoja muokattiin selkeämmiksi. Kysymysten muokkaamisella pyrittiin siihen, että vastaajat ymmärtävät kysymykset samalla tavalla kuin tutkija. Lisäksi kysymysten vastausvaihtoehtoja täydennettiin kyselyn testaamisen jälkeen.

5.3 Tutkimusaineiston hankinta ja analysointi

Tutkimuksen perusjoukoksi valittiin Kirittärien kotiottelun katsojat naisten Superpesiksen runkosarjassa kaudella 2017. Aineistonhankintapäivää jouduttiin siirtämään kahdesti sateisen sään vuoksi. Aineisto kerättiin lopulta perjantaina 16.6.2017, jolloin Kirittärien vastustajaksi saapui lappeenrantalainen Pesä Ysit. Tutkija ja kaksi avustajaa jakoivat kyselyitä otteluun saapuville katsojille Hippoksen pesäpallostadionin kahdella sisääntuloportilla. Kyselylomakkeita jaettiin 330 kappaletta. Kyselyn yhteydessä katsojille annettiin kuulakärkikynä, joka pyydettiin palauttamaan kyselyn palautuksen yhteydessä. Moni katsoja vastasi kyselyyn ennen pelin alkua stadionin pääkioskin edessä olleiden pöytien ääressä. Pöydille oli varattu lukulaseja, joita vastaajat saivat halutessaan käyttää.

Kysely ja sen välissä ollut arvontalomake pyydettiin palauttamaan pääkioskilla olleeseen palautuslaatikkoon. Suurin osa vastaajista palautti kyselyn ottelun tauolla tai ottelun päätyttyä. Lisäksi ottelun toisen jakson aikana tutkija kiersi katsomossa keräämässä täytettyjä lomakkeita. Kyselylomakkeita palautettiin 268 kappaletta, joista kolme jouduttiin hylkäämään. Hylätyissä lomakkeissa vastaaja oli vastannut vain ensimmäiselle sivulle korkeintaan kolmeen kysymykseen. Lopullinen vastausmäärä oli 265, joten vastausprosentiksi muodostui 80. Kiritärien katsojat osallistuivat tutkimukseen erittäin aktiivisesti, mikä oli tutkimuksen onnistumisen kannalta tärkeää. Ottelun yleisömääräksi ilmoitettiin 549 katsojaa.

Aineistonkeruun jälkeen kyselylomakkeet numeroitiin. Vastaukset syötettiin Microsoft Excel 2016 -taulukkolaskentaohjelmaan, josta ne siirrettiin puuttuvien vastausten tarkastelun jälkeen IBM SPSS Statistics -ohjelmaan. Aineiston analysoinnin perustan muodostivat frekvenssijakaumat ja niistä saadut prosenttiosuudet. Jakaumia kuvataan tutkimustuloksissa sijainti- ja hajontalukujen sekä tunnusluvuista muodostettujen taulukoiden ja graafisten kuvioiden avulla. Ristiintaulukoinnilla etsittiin muuttujien välisiä riippuvuuksia (ks. Vilka 2007, 129). Ristiintaulukoiden merkitsevyyttä testattiin Khiin neliö -testillä, joka kertoo, riippuvatko vertailtavat muuttujat tilastollisesti merkitsevästi toisistaan (ks. Edling & Hedström 2003, 80; Valli 2015, 104). Naisten ja miesten välisiä eroja selvitettiin *t*-testillä. Kahden ryhmän keskiarvojen eroa vertailevaa *t*-testiä hyödynnettiin myös tarkasteltaessa pesäpallotaustaisia ja muita vastaajia (ks. Metsämuuronen 2009, 390).

Tässä tutkimuksessa myös kyselylomakkeen avoimiin kysymyksiin annetut vastaukset analysoitiin tilastollisia menetelmiä käyttäen. Vastaukset luokiteltiin ryhmiin, minkä jälkeen niitä analysoitiin frekvenssijakaumien ja ristiintaulukoinnin avulla. Vallin (2010a; 2010c) mukaan avoimiin kysymyksiin saatujen vastausten luokittelu tilastollista analyysia varten vaatii pohdintaa ja vastausten tarkastelua, jotta vastausten jakaminen samansisältöisiin luokkiin onnistuu. Tässä tutkimuksessa luokitus muodostettiin numeroimalla yksittäiset vastaukset ja luomalla niiden pohjalta sisältöluokkia. Tutkimustulosten raportoinnissa hyödynnetään lisäksi katsojien vastausten suoria lainauksia tukemaan ja havainnollistamaan saatuja tuloksia. Suorien lainausten jälkeen ilmoitettu koodi on muodostettu vastaajan sukupuolesta ja iästä.

5.4 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen kokonaisluotettavuuden muodostavat tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti (Vilkka 2007, 153). Tutkimuksen reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen mittaustulosten toistettavuutta. Reliaabelit mittaustulokset eivät ole sattumanvaraisia. (Hirsjärvi ym. 2016, 231.) Sen lisäksi tutkimus on validi eli pätevä, jos se mittaa sitä, mitä sen on tarkoituskin mitata (Vilkka 2007, 150). Tutkimuksen validiteetti rakentuu sisäisestä ja ulkoisesta validiteetista, joista ulkoisella validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen yleistettävyyttä (Metsämuuronen 2009, 65). Sisäinen validiteetti tarkoittaa puolestaan tutkimustulosten pätevyyttä siten, että tulokset ovat testauksen eivätkä sattuman seurausta (Soininen 1995, 120). Tutkimuksen luotettavuutta tarkastellaan sekä tutkimuksessa käytetyn mittarin että koko tutkimuksen tasolla.

Tutkimuksen reliabiliteetin arviointi kohdistuu mittaukseen liittyviin tekijöihin sekä tutkimuksen toteutuksen tarkkuuteen (Vilkka 2007, 149). Tämän tutkimuksen tarkkuutta parantavat korkea vastausprosentti ja suuri otoskoko, koska otos edustaa siten onnistuneesti perusjoukkoa. Myös hankitun aineiston huolellinen koodaaminen ja syöttäminen taulukkolaskentaohjelmaan lisäsivät tutkimuksen tarkkuutta. Mittarin osioiden sisäistä konsistenssia eli yhtenäisyyttä voidaan mitata Cronbachin alpha -kertoimella (ks. Metsämuuronen 2009, 77–79). Tässä tutkimuksessa yleisön motiiveja mittaavasta osioista saatu arvo 0.852 lisää osaltaan tutkimuksen luotettavuutta, sillä katsojien vastaukset ovat olleet johdonmukaisia.

Kyselyyn aineistonhankintamenetelmänä liittyy sekä tutkimuksen luotettavuutta parantavia että mahdollisesti heikentäviä tekijöitä. Kyselyssä tutkijan äänenpainot, ilmeet tai puheen rytmi eivät vaikuta vastauksiin, mutta vastaaja ei välttämättä ymmärrä kysymystä samalla tavalla kuin tutkija. Tällöin mittari ei mittaa sitä, mitä sen on tarkoitus mitata. Tässä tutkimuksessa kysymykset laadittiin mahdollisimman selkeiksi ja yksiselitteisiksi ilman haastavia käsitteitä, jotta kysymysten ja vastausvaihtoehtojen sisältö ja muotoilu olisivat mahdollisimman onnistuneita kaikkien tutkittavien osalta. Kysely aineistonhankintamenetelmänä edisti koko tutkimuksen luotettavuutta, koska se oli tutkimuksen tarkoitukseen ja kohderyhmään sopiva tapa kerätä aineistoa. Lisäksi tutkimusajankohdaksi valittiin kohderyhmän tavoittavuuden kannalta sopivin ajankohta. (Ks. Valli 2015, 139; Vilkka 2007, 153.)

Itse laadittu mittari voi heikentää sen validiutta, sillä mittarissa saattoi olla tutkimuksen kannalta tarpeettomia kysymyksiä tai jokin oleellinen kysymys saattoi puuttua. Myös vastausten tulkinnan subjektiivisuus lisääntyy ilman valmiita arviointiohjeita. Toisaalta mittarin suljetut kysymykset ja vastausvaihtoehdot laadittiin hyödyntämällä ja soveltamalla aikaisempia tutkimuksia. Tämän tutkimuksen mittarin validiteettia edistää myös kyselylomakkeen esitestaus ennen varsinaista aineistonhankintaa (ks. Vilka 2007, 153). Mittarin testaamisen jälkeen kysymyksiä ja vastausvaihtoehtoja muokattiin ja täydennettiin vastaamaan tutkimuksen tarkoitusta.

Tuloksia harhaan johtavat systemaattiset virheet heikentävät tutkimuksen kokonaisluotettavuutta. Systemaattisia virheitä aiheuttavat vastaajien huijaaminen tai vastaaminen oletetun ”oikean” vastauksen mukaisesti. (Vilka 2007, 153.) Tässä tutkimuksessa ei kysytty kovin arkaluonteisia kysymyksiä, joten vastaajien voidaan olettaa vastanneen rehellisesti. Tutkittavat vaikuttivat motivoituneilta vastaamaan kyselyyn huolellisesti, koska sen todettiin edistävän Kirittärien ottelutapahtumia. Vastausten todenmukaisuutta edisti myös vastaajien anonymiteetin varmistaminen erillistä arvontalomaketta käyttämällä. Tutkimuksen sisäistä validiteettia saattaa heikentää vastaajien väsymys tai turhautuminen. Tässä tutkimuksessa kysely oli kohtuullinen ja nopea vastata, mikä ehkäisi turhautumisen syntymistä.

Kaikki vastaajat saivat samanlaiset ohjeet vastaamiseen kyselylomakkeen ohjetekstistä, mikä parantaa tutkimuksen ulkoista validiteettia. Koko tutkimuksen luotettavuuden tarkastelussa on otettava huomioon myös tutkimuksen objektiivisuus. Objektiivisen tutkimuksen tulokset eivät selity tutkijan mielenkiinnosta tai motivaatiosta, vaan tutkimuskohteen ominaisuuksista. (Soininen 1995, 122.) Tässä tutkimuksessa kaikki tutkimusprosessin aikana syntyneet tulkinnat pohjattiin tutkimuksen teoreettiseen viitekehykseen ja tutkimustuloksiin välttämättä henkilökohtaisten näkökulmien vaikutusta. Koska tutkimuksen otoskoko on suuri, tutkimustulokset ovat yleistettävissä koko ottelun yleisöön. Tutkimustuloksia ei voida kuitenkaan yleistää laajemmin naispesäpallon tai pesäpallon yleisöön, koska tutkimuskohteena on vain yhden naispesäpalloujoukkueen yleisö.

6 TUTKIMUSTULOKSET

Tulosten käsittely jakautuu tutkimusongelmien mukaan kahteen osioon. Ensimmäisessä alaluvussa eritellään Kirittärien yleisöprofiili, jota kuvataan yleisön sosiodemografisen, liikunta- ja pesäpallotaustan sekä viestintäkäyttäytymisen kautta. Toisessa alaluvussa tarkastellaan Kirittärien ottelutapahtumiin osallistumisen määriä ja motiiveja sekä pesäpallon ottelutapahtuman osa-alueiden merkityksiä.

6.1 Kirittärien yleisöprofiili

6.1.1 Sosiodemografinen tausta

Sosiodemografisilla taustamuuttujilla pyritään selvittämään tutkimuskohteen ominaisuuksia. Tässä tutkimuksessa yleisön sosiodemografista taustaa selvitettiin kysymällä vastaajan sukupuoli, ikä ja asuinpaikka. Vastaajat kirjoittivat ikänsä numeroin, ja sopivat ikäluokitukset tehtiin aineiston analysointivaiheessa. Asuinpaikkaa koskevat vastausvaihtoehdot olivat ”Jyväskylä” ja ”muu”, sillä oletuksena oli, että suurin osa Hippoksen pesäpallostadionille saapuvista katsojista asuu Kirittärien kotipaikkakunnalla. Vastaajat saivat täydentää ”muu”-vastaustaan kirjoittamalla asuinpaikkansa.

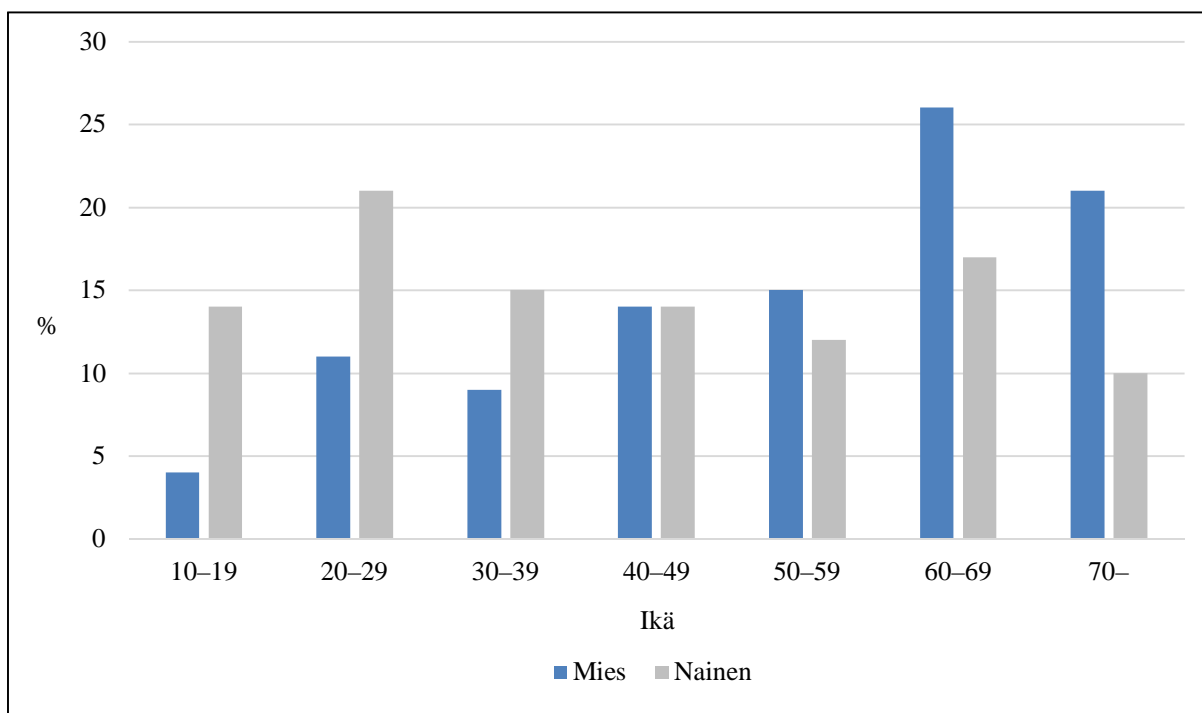
Vastaajat jakoutuivat sukupuolen mukaan lähes tasan, sillä 52 prosenttia oli miehiä ja 48 prosenttia naisia. Tasainen sukupuolijakauma mahdollisti naisten ja miesten välisten erojen ja yhtäläisyyksien luotettavan tarkastelun. Myös vastaajien ikäjakauma oli varsin tasainen: seitsemän muodostetun ikäluokan osuudet vaihtelivat 9–21 prosentin välillä. Vastaajat painottuivat kuitenkin vanhimpiin ikäluokkiin. Lähes puolet (49 %) vastaajista oli yli 50-vuotiaita. Useampi kuin joka kolmas (36 %) oli yli 60-vuotias. Suurin yksittäinen ikäluokka olikin 60–69-vuotiaat, joihin kuului vastaajista noin viidennes (21 %). Toiseksi suurin (16 %) oli 20–29-vuotiaiden ikäluokka. Lähes joka kymmenes (9 %) vastaaja oli alle 19-vuotias nuorimpien vastaajien ollessa 10-vuotiaita. (Taulukko 3.)

TAULUKKO 3. Vastaajien taustatiedot sukupuolen, iän ja asuinpaikan mukaan (n=265)

	Frekvenssi	%
Sukupuoli		
Mies	138	52
Nainen	127	48
Ikä		
10–19	23	9
20–29	41	16
30–39	31	12
40–49	36	14
50–59	35	13
60–69	56	21
70–	39	15
<i>Puuttuva tieto</i>	4	2
Asuinpaikka		
Jyväskylä	214	81
Muu	49	19
<i>Puuttuva tieto</i>	2	1

Vastaajista 81 prosenttia asui Jyväskylässä (taulukko 3). Lisäksi joka kymmenennen vastaajan asuinpaikka oli jokin muu Keski-Suomen kunta, eli keskisuomalaisia oli yhteensä 91 prosenttia. Vain yksi prosentti vastaajista asui Lappeenrannassa eli ottelun vierasjoukkueen kotipaikkakunnalla, joten lappeenrantalaisia ei vakioitu pois aineistosta. Kolme prosenttia vastaajista asui Pohjois-Pohjanmaalla. Loput asuivat Uudellamaalla, Pirkanmaalla, Etelä-Savossa ja Pohjois-Karjalassa. Asuinpaikka ei vaihdellut tilastollisesti merkitsevästi sukupuolten välillä.

Sen sijaan miehet ja naiset erosivat tilastollisesti erittäin merkitsevästi toisistaan siten, että miehet olivat keskimäärin vanhempia kuin naiset ($t= 5,045$; $p= .000$). Miehistä 47 prosenttia oli yli 59-vuotiaita, kun taas naisista samaan ikäluokkaan sijoittui joka neljäs. Noin viidennes (21 %) miehistä oli 70-vuotiaita tai vanhempia. Naisista 35 prosenttia oli alle 30-vuotiaita: noin joka viides (21 %) naisvastaaja oli 20–29-vuotias, minkä lisäksi 10–19-vuotiaiden ikäluokkaan kuului 14 prosenttia naisista. Vain neljä prosenttia miesvastaajista oli 10–19-vuotiaita. Sukupuolijakauma oli tasainen 40–49-vuotiaiden joukossa, sillä sekä naisista että miehistä 14 prosenttia kuului tähän ikäluokkaan. (Kuvio 5.)



KUVIO 5. Vastaajien ikä sukupuolen mukaan (n=265)

Vaikka suurin osa vastaajista ilmoitti asuinpaikakseen Jyväskylän, enemmistö (66 %) saapui otteluun henkilöautolla. Vastaajista 17 prosenttia kulki matkansa otteluun polkupyörällä, kun taas kahdeksan prosenttia saapui jalan. Julkista kulkuneuvoa käytti kolme prosenttia vastaajista. Loput kuusi prosenttia saapui otteluun mopolla, moottoripyörällä tai taksilla. Kulkevansa lisäksi vastaajat arvioivat kulkemansa matkan otteluun kilometreinä. Keskimääräinen matka oli 21 kilometriä. Kuljetun matkan pituuden vaihteluväli oli 0,2 kilometristä 330 kilometriin ja keskihajonta 55,63. Kuljetun matkan pituus ei eronnut tilastollisesti merkitsevästi sukupuolten välillä. Myöskään kulkutapa otteluun ei riippunut sukupuolesta.

Vastaajien sosiodemografisia taustatekijöitä selvitettiin sukupuolen, iän ja asuinpaikan lisäksi kysymällä heidän koulutustasonsa, ammattiasemansa ja henkilökohtaiset bruttotulonsa vuodessa. Koulutustasoa koskevia luokkia oli neljä: perusaste, toisen asteen tutkinto, korkeakoulututkinto ja muu koulutus. Oikean vaihtoehdon varmistamiseksi näistä luokista annettiin kyselyssä tarkempia esimerkkejä. Ammattiasemaa kysymällä profiloitiin Kirittärien yleisöstä yrittäjät ja maanviljelijät, työssäkäyvät, työttömät, opiskelijat ja koululaiset sekä eläkeläiset. Henkilökohtaisten bruttotulojen tarkastelun ulkopuolelle rajattiin alaikäiset vastaajat.

Enemmistö (81 %) vastaajista oli vähintään toisen asteen tutkinnon suorittaneita. Useampi kuin joka kolmas (36 %) ilmoitti koulutustasokseen toisen asteen tutkinnon, kuten lukion tai ammattikoulun, ja 45 prosenttia yliopisto- tai ammattikorkeakoulututkinnon. (Taulukko 4.) Korkeakoulututkinnon suorittaneita oli naisista 47 prosenttia ja miehistä 42 prosenttia. Perusasteen koulutus oli 17 prosentilla vastaajista (taulukko 4). Naisista perusasteen koulutus oli 14 prosentilla ja miehistä joka viidennellä, mutta koulutustaso ei kuitenkaan vaihdellut tilastollisesti merkitsevästi sukupuolten välillä.

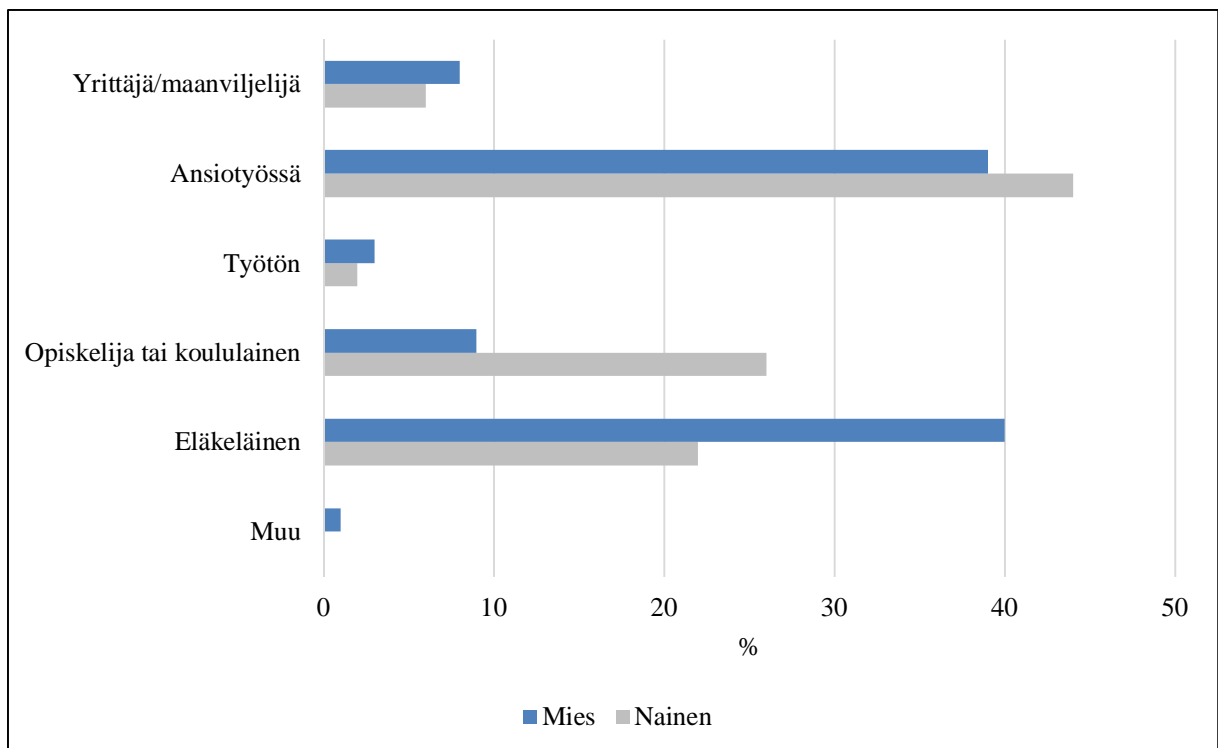
TAULUKKO 4. Vastaajien taustatiedot koulutuksen, ammattiaseman ja bruttotulojen mukaan (n=265)

	Frekvenssi	%
Koulutus		
Perusaste	46	17
Toisen asteen tutkinto	94	36
Korkeakoulututkinto	118	45
Muu koulutus	6	2
<i>Puuttuva tieto</i>	1	0,4
Ammattiasema		
Yrittäjä/maanviljelijä	18	9
Ansiotyössä	109	41
Työtön	7	3
Opiskelija tai koululainen	45	17
Eläkeläinen	83	31
Muu	2	1
<i>Puuttuva tieto</i>	1	0,4
Henkilökohtaiset bruttotulot vuodessa*		
Alle 5000 €	22	9
5 000 – 9 999 €	18	8
10 000 – 24 999 €	43	18
25 000 – 39 999 €	68	28
40 000 – 59 999 €	39	16
60 000 – 79 999 €	11	5
Yli 80 000 €	9	4
En osaa/halua sanoa	30	13
<i>Puuttuva tieto</i>	5	2

*Huomioitu vain täysi-ikäiset vastaajat (n=249)

Lähes joka kolmas (31 %) vastaaja oli eläkeläinen. Suurin yksittäinen ryhmä oli kuitenkin ansiotyössä käyvät, joita oli 41 prosenttia vastaajista. Opiskelijoiden ja koululaisten osuus oli vajaa viidennes (17 %). Noin joka kymmenes (9 %) oli yrittäjä tai maanviljelijä, kun taas työttömien osuus oli kolme prosenttia. Joka neljäs (26 %) vastaaja ilmoitti vuosittaisiksi bruttotuloikseen 25 000–39 000 euroa, minkä lisäksi yli 40 000 euroa vuodessa ansaitsi 23 prosenttia vastaajista. Alle 10 000 euroa vuodessa ansaitsevien osuus oli 17 prosenttia. Vastaajista 13 prosenttia valitsi vaihtoehdon ”En osaa/halua sanoa”. (Taulukko 4.)

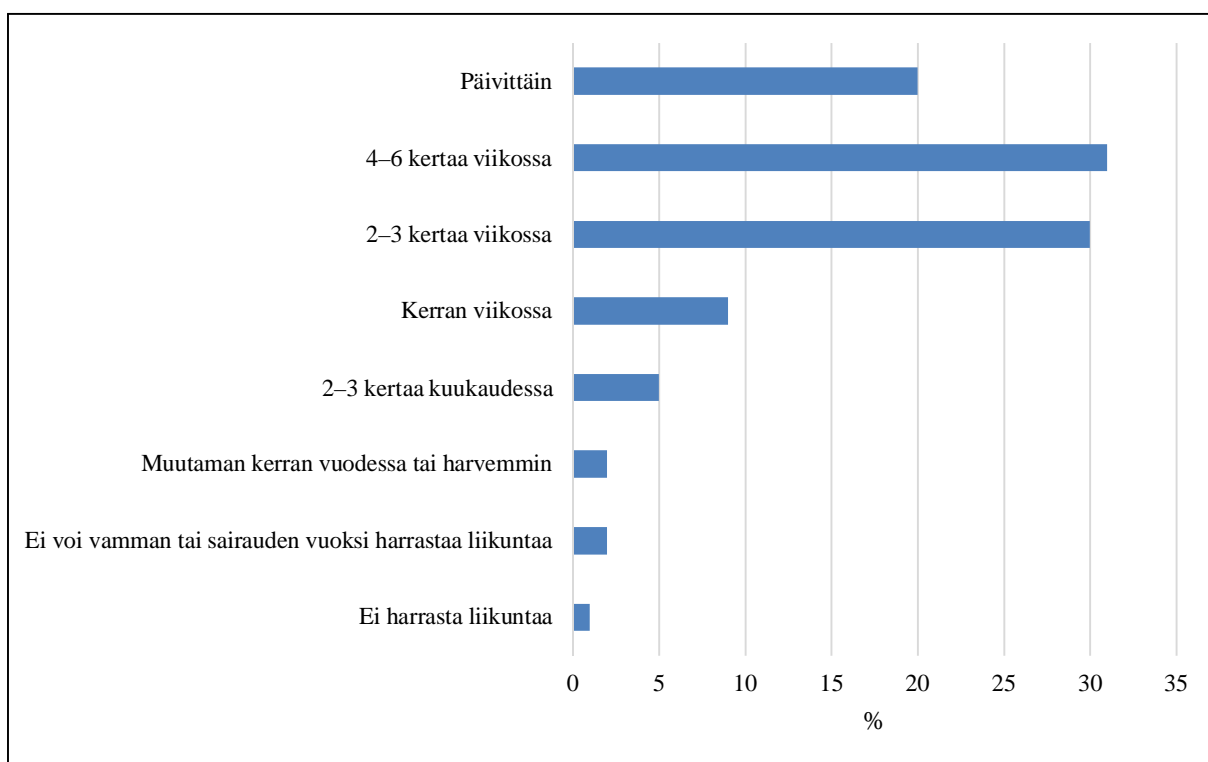
Henkilökohtaisilla bruttotuloilla ja sukupuolella ei ollut tilastollisesti merkitsevää yhteyttä. Sen sijaan ammattiasema oli tilastollisesti merkitsevästi yhteydessä sukupuoleen ($\chi^2(5) = 21.122, p = .001$). Eläkeläisiä oli miehistä 40 prosenttia ja naisista noin viidennes (22 %). Naisista noin joka neljäs (26 %) oli opiskelija tai koululainen, kun taas miehistä samaan luokkaan sijoittui lähes joka kymmenes (9 %). Ansiotyössä oli miehistä 39 prosenttia ja naisista 44 prosenttia. Muissa ammattiasemaluokissa sukupuolijakauma oli varsin tasainen. (Kuvio 6.)



KUVIO 6. Vastaajien ammattiasema sukupuolen mukaan (n=264)

6.1.2 Liikunta- ja pesäpallotausta

Tutkimuksessa selvitettiin vastaajien liikuntatottumuksia kuntoliikunnan osalta sekä pesäpalloharrastuksen muotoja. Vastaajien pesäpallotaustaa tutkittiin aikaisemman tai nykyisen pesäpallon kilpa- ja harrastepelaamisen, valmentamisen ja pesäpalloseurassa toimimisen kautta. Liikuntataustaa selvitettiin kysymällä, kuinka usein vastaajat harrastivat vapaa-ajan kuntoliikuntaa. Kuntoliikunnalla tarkoitettiin vähintään 30 minuuttia yhtäjaksoisesti kestävästä liikunnasta, jossa ainakin lievästi hengästyään ja hikoillaan. Vastaukset osoittivat, että Kirittärien katsojat harrastivat runsaasti vapaa-ajan kuntoliikuntaa (kuvio 7).

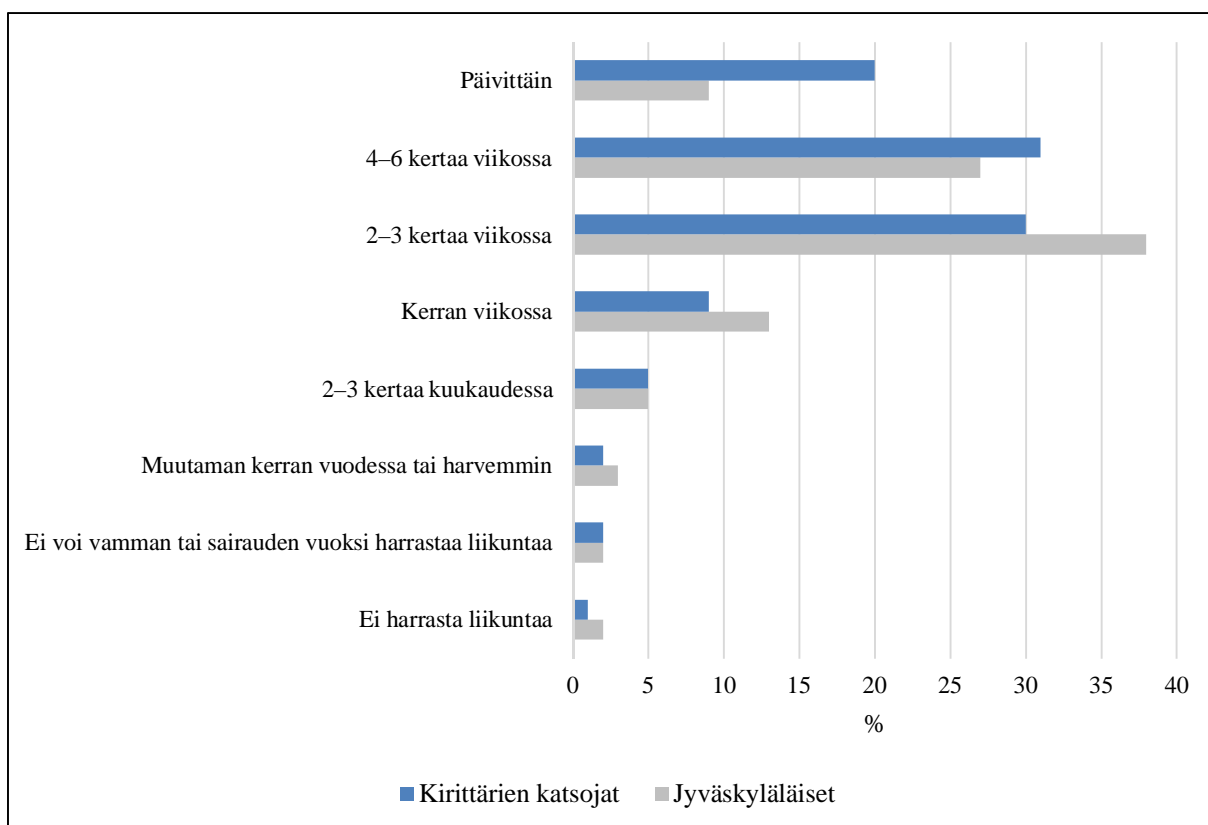


KUVIO 7. Vastaajien vähintään 30 minuuttia yhtäjaksoisesti kestävästä kuntoliikunnan harrastuskerrat ainakin lievästi hengästyen ja hikoillen (n=265)

Vastaajista 81 prosenttia harrasti kuntoliikuntaa kaksi kertaa viikossa tai useammin. Joka viides vastaaja kertoi harrastavansa päivittäin vapaa-ajan kuntoliikuntaa vähintään 30 minuuttia lievästi hengästyen ja hikoillen. Vajaa kolmannes (31 %) harrasti kuntoliikuntaa 4–6 kertaa viikossa ja lähes yhtä moni (30 %) 2–3 kertaa viikossa. Noin joka kymmenes (9 %) liikkui

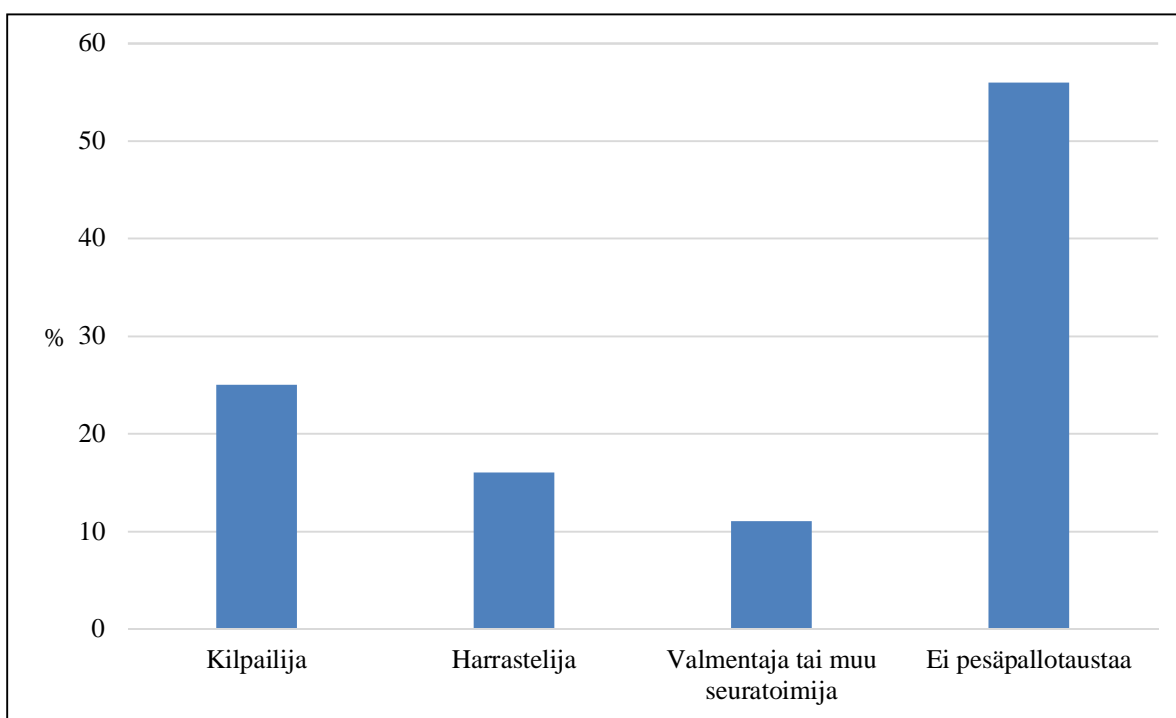
kerran viikossa vähintään 30 minuuttia. Vastaajista 2–3 kertaa kuukaudessa tai harvemmin liikkui seitsemän prosenttia, kun taas kolme prosenttia kyselyyn vastanneista ei harrastanut liikuntaa ollenkaan. (Kuvio 7.)

Kuntoliikunnan harrastuskerroilla ja sukupuolella ei ollut tilastollisesti merkitsevää yhteyttä. Sen sijaan vapaa-ajan kuntoliikunnan harrastuskerrat vaihtelivat tilastollisesti erittäin merkitsevästi Kirittärien katsojien ja Jyväskylän kuntalaisten välillä ($\chi^2(7) = 43.99, p = .000$). Kuntalaiskyselyyn (Jyväskylän kaupungin kuntalaiskysely liikunnasta 2016) vastanneista päivittäistä kuntoliikuntaa harrasti noin joka kymmenes (9 %) eli selvästi harvempi kuin Kirittärien katsojakyselyyn vastanneista. Kuntalaiskyselyn vastaajista 27 prosenttia harrasti kuntoliikuntaa 4–6 kertaa viikossa ja 38 prosenttia 2–3 kertaa viikossa. Kerran viikossa tai harvemmin liikkui noin joka viides (21 %). Neljä prosenttia vastaajista ei harrastanut liikuntaa ollenkaan. (Kuvio 8.) Kuntalaiskyselyn vastaajista 51 prosenttia oli miehiä ja 49 prosenttia naisia. Myös vastaajien ikäjakauma oli tasainen. (Jyväskylän kaupungin kuntalaiskysely liikunnasta 2016.)



KUVIO 8. Kirittärien katsojien (n=265) kuntoliikunnan harrastaminen verrattuna Jyväskylän kuntalaisiin (n=2020)

Kirittärien katsomosta löytyi sekä pesäpallon pelaajia, valmentajia, seuratoimijoita että katsojia, joilla ei ollut pesäpallotaustaa. Vastaajat saivat valita useamman vaihtoehdon, jos he olivat esimerkiksi sekä pelanneet pesäpalloa että toimineet pesäpallovalmentajana. Useammalla kuin joka toisella (56 %) katsojalla ei ollut pesäpallotaustaa pelaajana, valmentajana tai seuratoimijana. Jonkinlainen pesäpallotausta oli siten 44 prosentilla vastaajista. Joka neljäs vastaaja pelasi tai oli pelannut pesäpalloa kilpailumielessä. Harrastemielessä pesäpalloa pelasi tai oli pelannut 16 prosenttia. Lisäksi valmentajana tai muuna seuratoimijana toimi tai oli toiminut noin joka kymmenes (11 %). (Kuvio 9.) Naisista hieman useampi pelasi tai oli pelannut pesäpalloa kilpailu- tai harrastemielessä kuin miehistä, mutta sukupuolten välillä ei ollut tilastollisesti merkitsevää eroa.



KUVIO 9. Vastaajien pesäpallotausta (n=265)

Pesäpallotausta vaihteli iän mukaan tilastollisesti melkein merkitsevästi ($\chi^2(6) = 13,239, p = .039$). Jopa 70 prosentilla 10–19-vuotiaista vastaajista oli lajitaustaa pesäpalloilijan, pesäpallovalmentajan tai muun pesäpalloseuratoimijan roolissa. Vähiten pesäpallotaustaisia katsojia oli 30–39-vuotiaiden ikäryhmässä, jossa vain noin neljänneksellä (26 %) oli jonkinlainen pesäpallotausta. Kuntoliikunnan harrastuskerrat olivat puolestaan tilastollisesti merkitsevästi yhteydessä pesäpallotaustaan ($\chi^2(7) = 24,426, p = .001$). Lajitaustaisista vastaajista 63 pro-

senttia harrasti kuntoliikuntaa vähintään neljä kertaa viikossa. Vastaajista, joilla ei ollut pesäpallotaustaa, vähintään neljä kertaa viikossa liikkui 41 prosenttia.

Osalla vastaajista oli useiden vuosikymmenien pesäpallotausta katsojan roolissa, mikä tuli esille avoimissa vastauksissa. Pesäpallon seuraamista kuvattiin harrastuksena tai elämäntapana. Vastaajilla saattoi siten olla vahva pesäpallotausta, vaikka he eivät olleet itse pelanneet pesäpalloa tai toimineet pesäpalloseurassa.

Olen seurannut pesäpalloa vuodesta 1959. (Mies 67 v.)

Olen seurannut jo vuodesta 1986, jokakesäinen harrastus. (Mies 62 v.)

6.1.3 Kirittärien viestintäkanavien seuraaminen

Kirittärien yleisön profiloimiseksi selvitettiin vastaajien älypuhelimien käyttöä ja Kirittärien sosiaalisen median kanavien seuraamista. Lisäksi tutkittiin, mitä kanavia vastaajat käyttivät Kirittärien ottelutapahtumiin liittyvän informaation hankkimiseen. Vastaajista 80 prosenttia kertoi käyttävänsä älypuhelimia. Noin viidesosa (19 %) ei käyttänyt älypuhelimia, kun taas yksi prosentti ei vastannut älypuhelimia koskevaan kysymykseen. Älypuhelimien käyttäminen ei ollut tilastollisesti merkitsevästi yhteydessä sukupuoleen, mutta älypuhelimien käyttäjät olivat keskimäärin nuorempia kuin he, jotka eivät käyttäneet älypuhelimia ($t = -7,137$; $p = .000$). Keskiarvot erosivat tilastollisesti erittäin merkitsevästi.

Yli puolet (52 %) vastaajista ilmoitti seuraavansa Kirittäriä sosiaalisessa mediassa. Kirittärien sosiaalisen median kanavien seuraaminen ei vaihdellut tilastollisesti merkitsevästi naisten ja miesten välillä, mutta älypuhelimien käyttäjien tapaan sosiaalisen median kanavien seuraajat olivat keskimäärin nuorempia kuin vastaajat, jotka eivät seuranneet Kirittäriä sosiaalisessa mediassa ($t = -3,707$; $p = .000$). Keskiarvojen ero oli tilastollisesti erittäin merkitsevä. Sosiaalisessa mediassa seuraaminen vaihteli älypuhelimien käytön mukaan tilastollisesti melkein merkitsevästi ($\chi^2(1) = 5,690$, $p = .017$).

Sosiaalisessa mediassa Kirittäriä seuraavat perustelivat seuraamistaan avoimella vastauksella. Vastaustaan perustelleista 38 prosenttia seurasi Kirittäriä sosiaalisessa mediassa kiinnostuksesta seuran toimintaa kohtaan. Tiedon saaminen nousi perusteluissa esiin 28 prosentilla. Vastauksissa korostuivat ajankohtainen ja laajempi tieto pelaajista, otteluista ja ottelutuloksista. Tiedon saamista täydennettiin ”kärkyillä pysymisellä” ja tiedonkulun nopeudella. Sosiaalisesta mediasta saatiin helposti tiedot seuraavasta ottelusta ja edellisen ottelun tuloksesta. Vastaustaan perustelleista noin joka viides (22 %) kertoi Kirittärien kannattamisen tai tukemisen syyksi sosiaalisen median kanavien seuraamiseen. Jokin muu syy seuraamiseen oli 12 prosentilla.

Olen kiinnostunut Kirittärien toiminnasta. (Nainen 22 v.)

Facebookissa saa lisätietoa otteluista ja muusta toiminnasta. (Nainen 26 v.)

On kiva olla tukemassa kotikaupungin urheilijoita. (Nainen 66 v.)

Kirittäriä ei seurattu sosiaalisessa mediassa pääosin kahdesta syystä: joko sosiaalinen media ei yleisesti kiinnostanut tai Kirittärien toimintaa seurattiin muista kanavista. Vastaustaan perustelleista 45 prosenttia ei käyttänyt sosiaalista mediaa ollenkaan. Lisäksi noin joka neljäs (26 %) totesi muiden viestintäkanavien riittävän Kirittärien seuraamiseen. Sen sijaan 17 prosentilla vastaustaan perustelleista ei ollut erityistä syytä Kirittärien sosiaalisen median seuraamattomuuteen. Jokin muu syy oli 12 prosentilla: he eivät esimerkiksi tienneet Kirittärien sosiaalisen median käytöstä.

En ole sosiaalisessa mediassa. (Mies 40 v.)

Lehti (paperinen) ja normaali uutisointi riittää. (Nainen 67 v.)

En ole tiennyt heidän olevan siellä aktiivisia. (Nainen 25 v.)

Vaikka runsas puolet vastaajista seurasi Kirittäriä sosiaalisessa mediassa, tieto Kirittärien kotiottelusta saatiin yleisimmin lehtimainoksista (39 %). Tutulta, kuten ystävältä tai perheenjäseneltä, tiedon sai 23 prosenttia ja Kirittärien nettisivuilta 22 prosenttia. Kirittärien sosiaalisen median kanavista ottelutiedon sai lähes viidesosa (17 %). Lisäksi 13 prosenttia sai tiedon jostain muualta, kuten Teksti-tv:stä tai Superpesiksen otteluohjelmasta. Osa vastaajista valitsi kysymyksessä useamman vaihtoehdon. Tiedonhankinnan kanava ei vaihdellut tilastollisesti merkitsevästi sukupuolen tai pesäpallotaustan mukaan.

Katsojien mielipidettä ottelun ennakkomainonnasta kysyttiin vaihtoehdoilla erinomainen, hyvä, kohtalainen ja huono. Yli puolet (52 %) vastaajista piti ennakkomainontaa hyvänä, kun taas erinomaisena mainontaa piti lähes joka kymmenes (9 %). Erinomaisia ja hyviä vastauksia perusteltiin näkyvillä mainoksilla etenkin sosiaalisessa mediassa. Osa vastaajista sai tiedon ottelusta useasta eri kanavasta, mistä johtuen mainontaa pidettiin riittävänä. Tieto otteluista saatiin tarpeeksi aikaisin erityisesti oman aktiivisuuden ansiosta.

Facebook-mainonta näkyvää ja rentoa. (Nainen 40 v.)

Kun seuraa aktiivisesti somea saa ottelutiedot ajoissa ja helposti. (Nainen 37 v.)

Nettisivut + lehtimainonta ovat riittävän näkyviä. (Mies 71 v.)

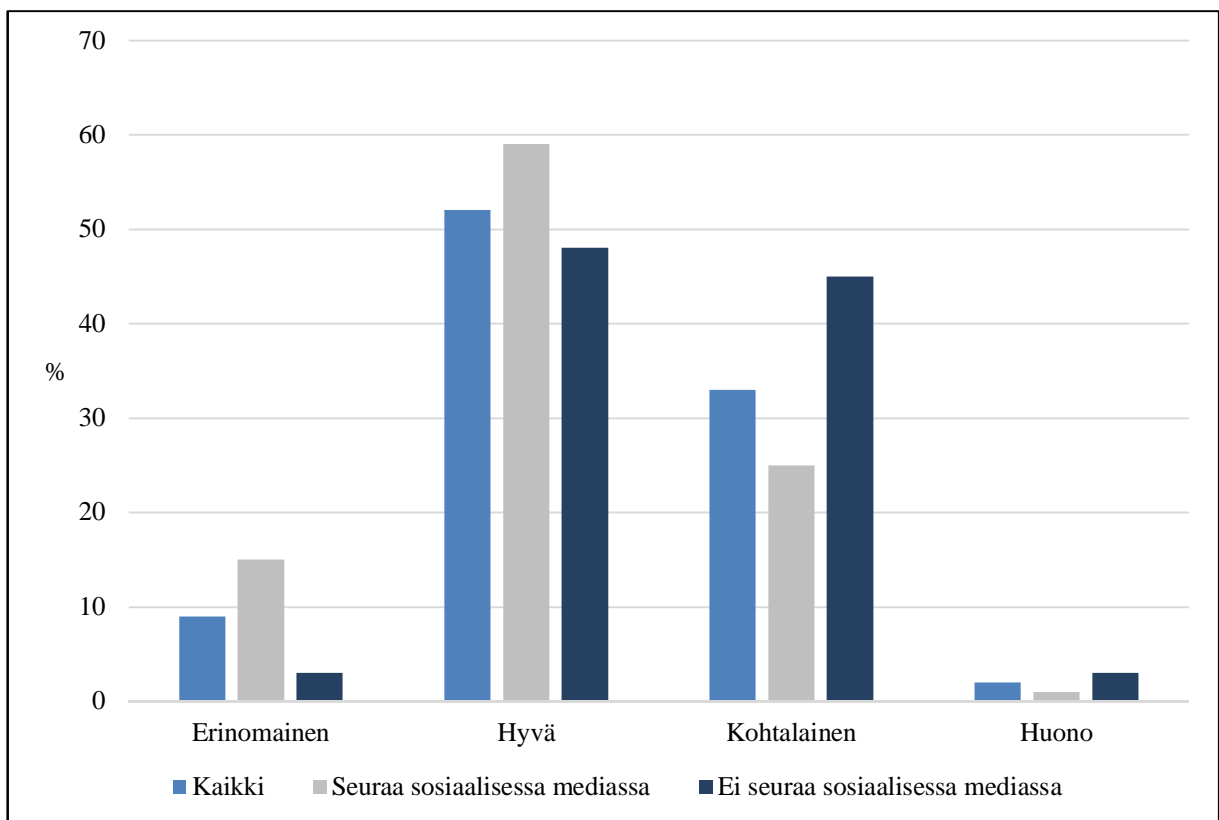
Joka kolmas (33 %) vastaaja oli sitä mieltä, että Kirittärien ennakkomainonta ottelusta oli kohtalaista. Huonoksi ennakkomainonnan arvioi kaksi prosenttia kaikista vastaajista. Kohtalaisia ja huonoja vastauksia perusteltiin tavallisella mainonnalla ja huomaamattomilla lehti-ilmoituksilla. Vastauksissa nousi myös esille, että ottelun ennakkomainontaan ei törmätä sattumalta, vaan tietoa haluavan on tiedettävä, mistä sitä kannattaa etsiä.

Vakio informaatio, ei mitään raflaavaa. (Mies 80 v.)

Tiedettävä, mistä tieto löytyy. (Nainen 27 v.)

Koska en lue paperilehtiä, en yleensä näe näistä mainoksia. Varmasti mainoksia on netissäkin, mutta en ole niihin törmännyt. (Nainen 25 v.)

Mielipide ottelun ennakkomainonnasta ei ollut merkitsevästi yhteydessä sukupuoleen tai pesäpallotaustaan. Sen sijaan mielipide vaihteli tilastollisesti erittäin merkitsevästi Kirittärien sosiaalisen median seuraamisen mukaan ($\chi^2(3) = 19,705, p = .000$). Sosiaalisen median seuraajista 15 prosenttia piti ennakkomainontaa erinomaisena, kun taas tätä mieltä oli vain kolme prosenttia vastaajista, jotka eivät seuranneet Kirittäriä sosiaalisessa mediassa. Hyväksi ennakkomainonnan arvioi 59 prosenttia sosiaalisen median seuraajista ja lähes puolet (48 %) muista. Sosiaalisen median seuraajista joka neljäs piti ottelun ennakkomainontaa kohtalaisena ja yksi prosentti huonona. Muista 45 prosenttia arvioi ennakkomainonnan kohtalaiseksi ja kolme prosenttia huonoksi. (Kuvio 10.)

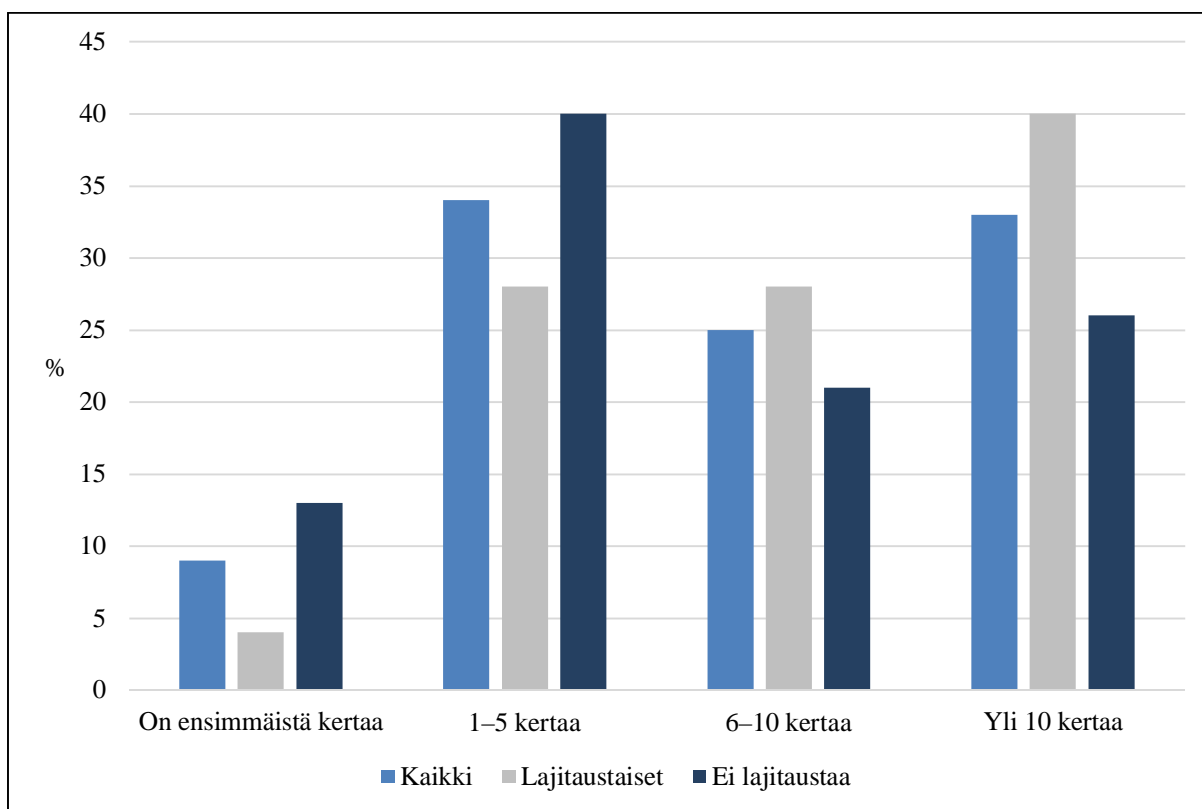


KUVIO 10. Vastaajien mielipide ottelun ennakkomainonnasta (n=255)

6.2 Kirittärien ottelutapahtumiin osallistuminen

6.2.1 Osallistumisen määrät

Vastaajilta kysyttiin, kuinka usein he käyvät yleensä katsomassa Kirittärien kotiotteluita pesäpallokauden aikana. Vastausvaihtoehdot olivat ”1–5 kertaa”, ”6–10 kertaa” ja ”yli 10 kertaa”. Valittavana oli myös vaihtoehto ”olen ensimmäistä kertaa”, jos vastaaja ei ollut aiemmin seurannut Kirittärien ottelua Hippoksen pesäpallostadionilla. Vaihtoehdot perustuivat naisten Superpesiksen runkosarjassa pelattujen kotiotteluiden määrään viime vuosina, sillä naisjoukkueilla on ollut tyypillisesti 11–12 kotiottelua runkosarjassa. Lähes joka kymmenes (9 %) vastaaja oli Kirittärien kotiottelussa ensimmäistä kertaa. Noin kolmannes (34 %) kertoi käyvänsä Kirittärien kotiotteluissa pesäpallokauden aikana 1–5 kertaa, neljännes (25 %) 6–10 kertaa ja noin kolmannes (33 %) yli kymmenen kertaa. (Kuvio 11.)



KUVIO 11. Vastaajien Kirittärien kotiotteluiden seuraamisen määrät pesäpallokauden aikana (n=265)

Naisten ja miesten välillä ei ollut tilastollisesti merkitsevää eroa otteluissa käymisen määrässä. Sen sijaan pesäpalloa pelanneet, valmentaneet tai muuten pesäpalloseuratoiminnassa mukana olleet vastaajat seurasivat Kirittärien kotiotteluita keskimäärin tilastollisesti erittäin merkitsevästi useammin kuin muut vastaajat ($t= 3,652$; $p= .000$). Pesäpallotaustaisista vastaajista 40 prosenttia seurasi Kirittärien kotiotteluita kauden aikana yleensä yli kymmenen kertaa. Ensimmäistä kertaa Kirittärien kotiottelussa oli neljä prosenttia lajitaustaisista. Noin joka neljäs (26 %) vastaaja, jolla ei ollut pesäpallotaustaa, ilmoitti seuraavansa Kirittärien kotiotteluita yleensä yli kymmenen kertaa pesäpallokauden aikana, kun taas 13 prosenttia tästä joukosta oli ottelussa ensimmäistä kertaa. (Kuvio 11.)

Kirittäriä sosiaalisessa mediassa seuranneet vastaajat kävivät kotiotteluissa keskimäärin useammin kuin vastaajat, jotka eivät seuranneet Kirittäriä sosiaalisessa mediassa ($t= 5,735$; $p= .000$). Ero oli tilastollisesti erittäin merkitsevä. Sosiaalisen median seuraajista vain kaksi prosenttia oli Kirittärien kotiottelussa ensimmäistä kertaa, kun taas muista vastaajista ensimmäistä kertaa oli 16 prosenttia. Sosiaalisen median seuraajista 45 prosenttia kävi Kirittärien kotiotteluissa yleensä yli kymmenen kertaa kauden aikana. Muista yhtä usein kävi joka viides (19 %). Muista kuin Kirittärien sosiaalisen median seuraajista enemmistö (40 %) kävi kotiotteluissa yleensä 1–5 kertaa. Sekä sosiaalisen median seuraajista että muista vastaajista joka neljäs kävi Kirittärien kotiotteluissa yleensä 6–10 kertaa pesäpallokauden aikana.

Vaikka seuraamisen määrää ei pyydetty kyselyssä täydentämään avoimella vastauksella, osa vastaajista kirjoitti lomakkeeseen omia näkemyksiään Kirittärien kotiotteluiden seuraamisen useudesta. Otteluiden seuraamista kuvattiin vastauksissa säännölliseksi ja aktiiviseksi. Osa kertoi seuraavansa kaikkia Kirittärien tapahtumia. Osa vastaajista puolestaan mainitsi seuraavansa Kirittärien otteluita vain harvoin tai satunnaisesti.

Käyn peleissä satunnaisesti enkä siis ole ehkä niin palavasti kiinnostunut pesäpallosta. (Nainen 25 v.)

Käyn säännöllisesti otteluissa -- (Nainen 70 v.)

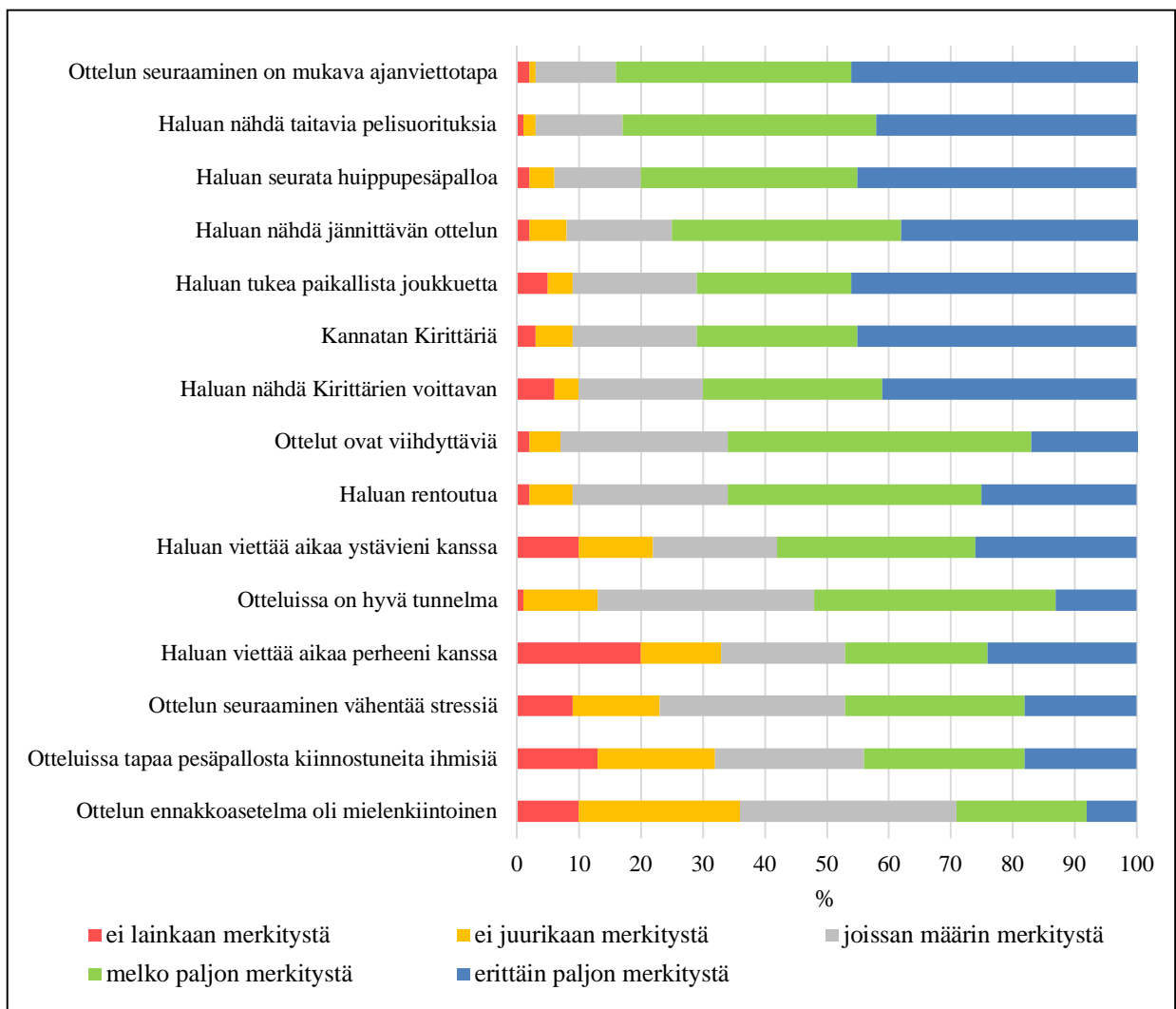
6.2.2 Osallistumisen motiivit

Ottelutapahtumaan osallistumisen motiiveja koskien vastaajien tuli arvioida 5-portaisella Likert-asteikoilla (1= ei lainkaan merkitystä, 2= ei juurikaan merkitystä, 3= jossain määrin merkitystä, 4= melko paljon merkitystä, 5= erittäin paljon merkitystä), millä tekijöillä oli merkitystä vastaajien ottelutapahtumaan osallistumiseen. Taulukossa 5 esitetään eri osallistumismotiiveja mittaavien muuttujien keskiarvot ja keskihajonnat kyselylomakkeen laatimisen yhteydessä luotujen motiiviluokkien mukaan. Muuttujien mediaani vaihteli 3–4 välillä ja keskiarvot erosivat toisistaan melko vähän. Vain muuttujan ”Ottelun ennakoasetelma oli mielenkiintoinen” keskiarvo oli alle kolme. Vastausten hajonta oli suurinta Sosiaalisuus-motiiviluokassa. (Taulukko 5.) Hajontaa syntyi luonnollisesti yksin seuraavien ja ystävien tai perheen kanssa seuraavien vastaajien välillä.

TAULUKKO 5. Vastaajien ottelutapahtumaan osallistumisen motiivit motiiviluokittain (n=241–258)

Muuttuja	Keskiarvo	Keskihajonta
Pesäpalloisäلتۆ		
Haluan nähdä taitavia pelisuorituksia	4,21	0,824
Haluan seurata huippupesäpalloa	4,18	0,935
Ottelun ennakoasetelma oli mielenkiintoinen	2,89	1,089
Sosiaalisuus		
Haluan viettää aikaa ystäväni kanssa	3,52	1,260
Haluan viettää aikaa perheeni kanssa	3,20	1,440
Otteluissa tapaa pesäpallosta kiinnostuneita ihmisiä	3,16	1,283
Viihde ja jännitys		
Haluan nähdä jännittävän ottelun	4,06	0,960
Ottelut ovat viihdyttäviä	3,77	0,849
Otteluissa on hyvä tunnelma	3,51	0,902
Rentoutuminen		
Ottelun seuraaminen on mukava ajanviettotapa	4,27	0,857
Haluan rentoutua	3,77	0,976
Ottelun seuraaminen vähentää stressiä	3,32	1,184
Oma kannattajastatus		
Haluan tukea paikallista joukkuetta	4,03	1,128
Kannatan Kirittäriä	4,02	1,093
Haluan nähdä Kirittäriä voittavan	3,96	1,145

Lähes joka toisen (47 %) vastaajan mielestä muuttujalla ”Ottelun seuraaminen on mukava ajanviettotapa” oli erittäin paljon merkitystä Kirittärien ottelutapahtumaan osallistumiseen. Myös ottelun laadukkaalla pesäpalloisällöllä oli suuri merkitys. Taitavilla pelisuorituksilla oli vähintään melko paljon merkitystä 83 prosentille vastaajista, minkä lisäksi 80 prosenttia kertoi huippupesäpallon seuraamisen merkitsevän vähintään melko paljon. Ottelulta haettiin laadukkaan sisällön lisäksi jännitystä, ja Kirittärien kannattaminen ja tukeminen motivoivat useita vastaajia ottelun seuraamiseen. Kaikki Oma kannattajastatus -motiiviluokan kolme muuttujaa olivat seitsemän merkityksellisimmän motiivin joukossa. Paikallisen joukkueen tukemisella oli erittäin paljon merkitystä 46 prosentille vastaajista. (Kuvio 12.)



KUVIO 12. Vastausten prosenttiosuudet ottelutapahtumaan osallistumisen motiiveista (n=241–258)

Ottelutapahtuman sosiaaliset elementit eivät olleet keskimäärin merkittävimpiä motiiveja vastaajille. Suurin hajonta oli muuttujalla ”Haluan viettää aikaa perheeni kanssa”: joka viidennelle (20 %) sillä ei ollut lainkaan merkitystä, mutta joka neljännelle (25 %) merkitystä oli erittäin paljon. Useamman kuin joka kolmannen (36 %) mielestä ottelun ennakoasetelmalla ei ollut lainkaan tai juurikaan merkitystä. Noin kaksi vastaajaa kolmesta (67 %) piti kaikkia muita muuttujia vähintään jossain määrin merkityksellisinä. (Kuvio 12.)

Sukupuolten välillä ei ollut juuri eroja ottelutapahtumaan osallistumisen motiiveissa. Naisten korkein keskiarvo oli muuttujalla ”Ottelun seuraaminen on mukava ajanviettotapa”, kun taas miehet pitivät keskimäärin merkittävimpinä motiiveina taitavien pelisuoritusten ja huippupesäpallon seuraamista. Erot eivät kuitenkaan olleet tilastollisesti merkitseviä. Sen sijaan miesten keskiarvo muuttujalle ”Otteluissa tapaa pesäpallosta kiinnostuneita ihmisiä” oli tilastollisesti merkitsevästi korkeampi kuin naisten keskiarvo ($t= 2,990$; $p= .003$). Naiset puolestaan arvioivat perheen kanssa vietetyn ajan keskimääräisesti merkittävämmäksi motiiviksi kuin miehet ($t= -2,130$; $p= .034$). Ero oli tilastollisesti melkein merkitsevä. (Taulukko 6.)

TAULUKKO 6. Ottelutapahtumaan osallistumisen motiivit sukupuolen mukaan (n=241–258)

Muuttuja	Miehet, ka.	Naiset, ka.	p-arvo
Ottelun seuraaminen on mukava ajanviettotapa	4,19	4,35	.123
Haluan nähdä taitavia pelisuorituksia	4,22	4,21	.992
Haluan seurata huippupesäpalloa	4,22	4,14	.510
Haluan nähdä jännittävän ottelun	4,08	4,03	.701
Haluan tukea paikallista joukkuetta	4,09	3,97	.384
Kannatan Kirittäriä	4,04	4,00	.780
Haluan nähdä Kirittärien voittavan	4,05	3,86	.205
Ottelut ovat viihdyttäviä	3,77	3,76	.945
Haluan rentoutua	3,84	3,70	.236
Haluan viettää aikaa ystäväni kanssa	3,45	3,58	.409
Otteluissa on hyvä tunnelma	3,43	3,59	.155
Haluan viettää aikaa perheeni kanssa	2,99	3,38	.034
Ottelun seuraaminen vähentää stressiä	3,39	3,25	.347
Otteluissa tapaa pesäpallosta kiinnostuneita ihmisiä	3,40	2,92	.003
Ottelun ennakoasetelma oli mielenkiintoinen	2,94	2,84	.385

Pesäpallotaustaiset vastaajat arvioivat muuttujan ”Otteluissa tapaa pesäpallosta kiinnostuneita ihmisiä” merkityksen suuremmaksi kuin muut. Keskiarvojen ero lajitaustaisten ja muiden välillä oli tilastollisesti merkitsevä ($t= 3,098$; $p= .002$). Pelaajana, valmentajana tai muussa roolissa pesäpalloseurassa toimineet pitivät kaikkein tärkeimpänä motiivina huippupesäpallon seuraamista. Lajitaustaiset erosivat kyseisen muuttujan kohdalla muista tilastollisesti melkein merkitsevästi ($t= 2,362$; $p= .019$). Sen sijaan muille kuin lajitaustaisille vastaajille suurin merkitys motiiveista oli mukavalla ajanviettavalla. Vastaajat, joilla ei ollut pesäpallotaustaa, pitivät Kirittärien voittoa keskimäärin merkittävämpänä motiivina kuin lajitaustaiset vastaajat ($t= -2,294$; $p= .023$). Ero oli tilastollisesti melkein merkitsevä. (Taulukko 7.)

TAULUKKO 7. Ottelutapahtumaan osallistumisen motiivit pesäpallotaustan mukaan (n=241–258)

Muuttuja	Lajitaustaiset, ka.	Muut, ka.	p-arvo
Ottelun seuraaminen on mukava ajanviettotapa	4,22	4,30	.459
Haluan nähdä taitavia pelisuorituksia	4,29	4,15	.178
Haluan seurata huippupesäpalloa	4,33	4,06	.019
Haluan nähdä jännittävän ottelun	4,13	3,99	.260
Haluan tukea paikallista joukkuetta	3,99	4,07	.603
Kannatan Kirittäriä	4,04	4,00	.757
Haluan nähdä Kirittärien voittavan	3,78	4,11	.023
Ottelut ovat viihdyttäviä	3,71	3,81	.332
Haluan rentoutua	3,66	3,86	.100
Haluan viettää aikaa ystäväni kanssa	3,52	3,52	.999
Otteluissa on hyvä tunnelma	3,39	3,61	.058
Haluan viettää aikaa perheeni kanssa	3,14	3,25	.549
Ottelun seuraaminen vähentää stressiä	3,18	3,43	.101
Otteluissa tapaa pesäpallosta kiinnostuneita ihmisiä	3,43	2,93	.002
Ottelun ennakoasetelma oli mielenkiintoinen	2,90	2,87	.872

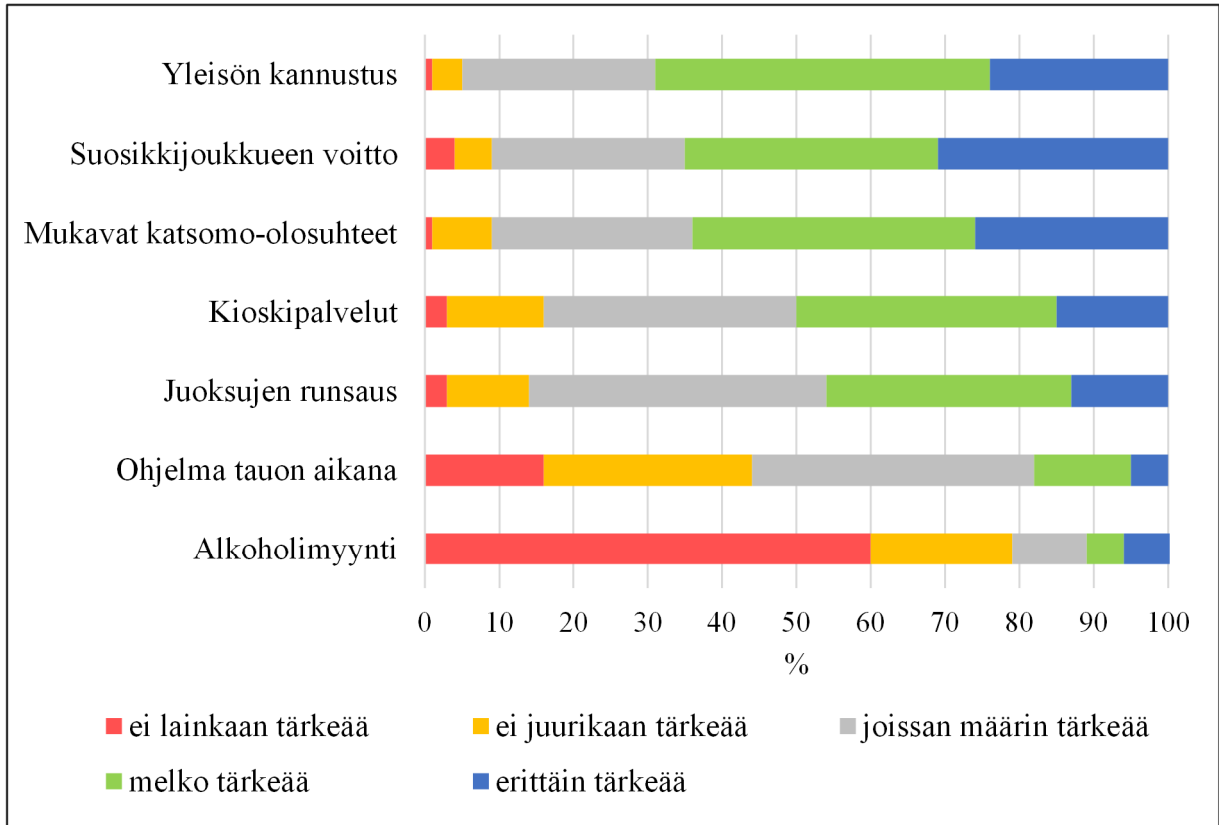
6.2.3 Ottelutapahtuman osa-alueiden merkitys

Vastaajat arvioivat pesäpallon ottelutapahtuman osa-alueiden merkitystä 5-portaisella Likert-asteikolla (1= ei lainkaan tärkeää, 2= ei juurikaan tärkeää, 3= jossain määrin tärkeää, 4= melko tärkeää, 5= erittäin tärkeää). Taulukossa 8 on esitetty arvioinnin kohteena olleiden muuttujien keskiarvot ja keskihajonnat. Muuttujien mediaani vaihteli 3–4 välillä lukuun ottamatta alkoholimyyntiä koskevaa muuttujaa, jonka mediaani oli yksi. Ottelutapahtuman osa-alueista yleisön kannustus sai korkeimman keskiarvon. Lisäksi vastausten hajonta oli pienintä tässä muuttujassa. Vastausten hajonta oli suurinta alkoholimyyntiä koskevassa muuttujassa. Osa-alueista sekä alkoholimyynnin että tauko-ohjelman keskiarvot olivat alle kolmen. (Taulukko 8.)

TAULUKKO 8. Ottelutapahtuman osa-alueiden merkittävyys (n=255–259)

Muuttuja	Keskiarvo	Keskihajonta
Yleisön kannustus	3,87	0,843
Suosikkijoukkueen voitto	3,85	1,083
Mukavat katsomo-olosuhteet	3,79	0,954
Kioskipalvelut	3,47	0,990
Juoksujen runsaus	3,44	0,941
Ohjelma tauon aikana	2,62	1,054
Alkoholimyynti	1,81	1,216

Suosikkijoukkueen voiton arvioi erittäin tärkeäksi lähes joka kolmas (31 %) vastaaja. Noin joka neljäs (26 %) piti mukavia katsomo-olosuhteita ja lähes yhtä moni (24 %) yleisön kannustusta erittäin tärkeänä. Useampi kuin kaksi kolmesta (69 %) arvioi yleisön kannustuksen pesäpallo-ottelussa vähintään melko tärkeäksi. Juoksujen runsautta piti pesäpallo-ottelussa vähintään jossain määrin tärkeänä 86 prosenttia vastaajista. Sen sijaan 44 prosenttia ei pitänyt ohjelmaa ottelun tauon aikana juurikaan tai lainkaan tärkeänä. Vastaajista 60 prosenttia oli sitä mieltä, että alkoholimyynti ei ole pesäpallo-ottelussa lainkaan tärkeää. (Kuvio 13.)



KUVIO 13. Vastausten prosenttiosuudet ottelutapahtuman osa-alueiden merkittävyydestä (n=255–259)

Ottelutapahtuman osa-alueiden merkittävydessä löytyi eroja sukupuolten välillä. Naisten osalta korkein keskiarvo oli kaikkien vastaajien tapaan yleisön kannustusta koskevalla muuttujalla, mutta miehet arvioivat suosikkijoukkueen voiton ottelutapahtuman osa-alueista keskimääräisesti tärkeimmäksi. Naisten ja miesten keskiarvoissa ei ollut kuitenkaan tilastollisesti merkitseviä eroja kahden tärkeimmän osa-alueen kohdalla. Sen sijaan sukupuolet erosivat tilastollisesti merkitsevästi toisistaan siten, että miehet arvioivat ottelutapahtuman kioskipalvelut tärkeämmiksi kuin naiset ($t= 2,967$; $p= .003$). Myös alkoholimyynnin osalta miesten keskiarvo oli tilastollisesti merkitsevästi korkeampi kuin naisten ($t= 3,194$; $p= .002$). Miehet pitivät juoksujen runsautta keskimäärin naisia tärkeämpänä ottelutapahtuman osa-alueena ($t= 2,358$; $p= .019$). Ero oli tilastollisesti melkein merkitsevä. (Taulukko 9.)

TAULUKKO 9. Ottelutapahtuman osa-alueiden merkittävyys sukupuolen mukaan (n=255–259)

Muuttuja	Miehet, ka.	Naiset, ka.	p-arvo
Yleisön kannustus	3,85	3,90	.673
Suosikkijoukkueen voitto	3,92	3,77	.243
Mukavat katsomo-olosuhteet	3,74	3,85	.395
Kioskipalvelut	3,64	3,28	.003
Juoksujen runsaus	3,57	3,29	.019
Ohjelma tauon aikana	2,68	2,56	.333
Alkoholimyynti	2,03	1,56	.002

Pesäpallotaustaiset ja muut vastaajat erosivat toisistaan siten, että muiden vastaajien keskiarvot olivat lajitaustaisten vastaajien keskiarvoja korkeampia kaikkien muuttujien paitsi alkoholimyynnin kohdalla. Keskiarvojen erot eivät kuitenkaan olleet tilastollisesti merkitseviä. Lajitaustaisten ja muiden katsojien keskiarvojen ero oli tilastollisesti melkein merkitsevä vain juoksujen runsautta koskevan muuttujan kohdalla ($t = -2,123$; $p = .035$). Lajitaustaiset vastaajat arvioivat suosikkijoukkueen voiton keskimäärin tärkeimmäksi ottelutapahtuman osa-alueeksi. Sen sijaan muiden vastaajien mielestä yleisön kannustus oli keskimäärin tärkein osa-alue. (Taulukko 10.)

TAULUKKO 10. Ottelutapahtuman osa-alueiden merkittävyys pesäpallotaustan mukaan (n=255–259)

Muuttuja	Lajitaustaiset, ka.	Muut, ka.	p-arvo
Yleisön kannustus	3,76	3,96	.056
Suosikkijoukkueen voitto	3,78	3,90	.361
Mukavat katsomo-olosuhteet	3,73	3,84	.359
Kioskipalvelut	3,42	3,51	.425
Juoksujen runsaus	3,30	3,55	.035
Ohjelma tauon aikana	2,58	2,65	.597
Alkoholimyynti	1,92	1,71	.151

Ottelutapahtuman osa-alueiden merkittävyyttä selvitettiin lisäksi avoimella kysymyksellä, jossa vastaajat saivat kertoa toiveensa Kirittärien ottelutapahtumien kehittämiseksi. Vastaukset luokiteltiin yhdeksään luokkaan: katsomo, tunnelma, oheisohjelma, lippujen hinnat, kioskipalvelut, selostus/äänentoisto, pelisuoritukset, alkoholi ja muut maininnat. Taulukossa 11 on esitetty vastaajien mainintojen lukumäärät sekä kaikkien vastaajien osalta että sukupuolen mukaan.

TAULUKKO 11. Vastaajien mainintojen lukumäärät ottelutapahtuman kehittämistä koskevassa avoimessa kysymyksessä (n=94)

	Kaikki	Miehet	Naiset
Katsomo	28	15	13
Tunnelma	23	9	14
Oheisohjelma	15	5	10
Lippujen hinnat	13	5	8
Kioskipalvelut	13	4	9
Selostus/äänentoisto	12	6	6
Pelisuoritukset	11	6	5
Alkoholi	8	6	2
Muut	13	8	5

Vastauksissa oli selvästi eniten katsomoa koskevia mainintoja (taulukko 11). Vastaajien mielestä katettu katsomo kehittäisi ottelutapahtumaa, sillä katos takaisi viihtyisämmät olosuhteet myös sateisella säällä. Vastauksissa esiintyi toiveita fanikatsomosta ja katsomon penkkien kunnostamisesta. Lisäksi katsomoihin toivottiin istuinalustoja ja kuppituoleja. Sukupuolen mukaan tarkasteltuna miesten vastauksissa oli eniten katsomoa koskevia mainintoja. Naisten vastauksissa katsomoa koskevia mainintoja oli toiseksi eniten. (Taulukko 11.)

Katsomon penkit voisi hio ja maalata, jotta katsojilla olisi mukavammat olosuhteet.
(Mies 46 v.)

Katettu katsomo olisi kiva. (Nainen 39 v.)

Seuraavaksi eniten mainintoja keräsivät ottelutapahtumien tunnelma, oheisohjelma sekä lippujen hinnat (taulukko 11). Otteluihin toivottiin hyvää tunnelmaa, joka syntyisi vastaajien mukaan suuresta yleisömäärästä, osallistavasta oheisohjelmasta sekä pelaajien peli-ilosta ja onnistumisista. Naisten vastauksissa ottelutapahtumien tunnelmaa koskevia mainintoja oli eniten. Naiset mainitsivat myös oheisohjelman ja lippujen hinnat vastauksissaan miehiä useammin. (Taulukko 11.) Otteluiden tauoille toivottiin ohjelmaa erityisesti lapsille, yleisökilpailuja ja sponsoriesittelyjä. Edullisempia pääsylippujen hintoja pyydettiin suuremman yleisön toivossa. Otteluihin osallistuttaisiin vastaajien mukaan useammin, jos hinnat olisivat alhaisemmat. Otteluiden tunnelma, oheisohjelma ja lippujen hinnat linkittyivät vastauksissa vahvasti toisiinsa.

Tunnelma paremmaksi. (Mies 46 v.)

No tauolla vois olla vaikka jotain mies ja kitara meininkiä tai cheer-leading/tanssiryhmä vetoja. Ideana kuitenkin ettei yleisön ole tarkoitus istua katso-mossa vaan että tulisi tunnelmaa. (Nainen 37 v.)

Edullisemmat liput (max 8 €, alennusliput halvemmalla) jotta yleisöä tulisi enemmän. Moni kuitenkin tuo rahaa kahvioon. Suuri yleisö luo tunnelmaa. Lipputarjouksia, esim. 2 yhden hinnalla. Tänä kesänä on hyvä kun saa kahvin lipun hinnalla, mutta uudet katsojat ei sillä lähde, halvemmilla lipuilla ehkä. (Nainen 34 v.)

Kioskipalveluihin toivottiin monipuolisuutta ja edelliseltä kesältä tuttua vohvelimyyntiä. Naiset mainitsivat kioskipalvelut vastauksissaan useammin kuin miehet (taulukko 11). Osa vastaajista oli tyytymätön ottelutapahtumien selostukseen ja äänentoistoon. Jotkut eivät saaneet kuuluttajan selostuksesta selvää, kun taas toisten mielestä musiikki oli liian kovalla. Ottelutapahtumien kehittämiseksi toivottiin hyvin sujuneita otteluita, taitavia yksilösuorituksia sekä jännitystä. Muutama halusi palauttaa alkoholimyynnin ottelutapahtumiin. Miehet mainitsivat alkoholimyynnin useammin kuin naiset (taulukko 11).

Vaihteleva tarjonta kioskissa. (Nainen 47 v.)

Toivoisin, että kuulutukset paranisivat. Esim. viime kesänä monessa pelissä oli tosi huonoa saada selvää kuuluttajan puuroutuvasta selostuksesta!!! Sujuvasanaisia kuulutuksia toivoen!!! (Nainen 66 v.)

Muihin mainintoihin sisältyi vieraspeleihin kulkevaan fanibussiin, joukkueen imagon ja mielikuvan kehittämiseen sekä säähän liittyviä toiveita. Osa vastaajista toivoi Kirittärien ottelupahtumien pysyvän tasollaan. Lajitaustan mukaan tarkasteltuna mainintojen määrät jakautuivat tasaisesti.

7 POHDINTA

7.1 Tulosten tarkastelu

Tämän tutkimuksen teoreettinen katsaus ja tutkimustulokset viittaavat siihen, että pesäpallo on molempien sukupuolten laji sekä kentillä että katsomoissa. Pesäpallossa on tehty tasa-arvotyötä jo vuosikymmeniä: pesäpallo oli esimerkiksi ensimmäinen naisten laji, jonka tulokset saatiin television urheilulähetyksiin 1980-luvun puolessavälissä (ks. Kokkonen 2015, 227). Tulosten mukaan Kirittärien kotiottelun yleisö jakautui sukupuolen mukaan lähes tasan (miehet= 52 %, naiset= 48 %). Pesäpalloyleisön sukupuolijakauma oli myös Heinosen ja Godenhjelmin (2000, 55) tutkimuksessa suurimmista yleisölajeista tasaisin, vaikka urheilun seuraamista on perinteisesti pidetty miehisenä harrastuksena. Kaupallistuessaan ja viihteellistyessään penkkiurheilu on kuitenkin laajentunut liiketoiminnaksi, joka tarjoaa elämyksiä kaikille sukupuolesta riippumatta.

Pesäpalloliikkeen vuoteen 2020 ulottuvan strategian (Suomen Pesäpalloliitto 2016) arvoihin on kirjattu tasa-arvoisuuden edistäminen. Naiskatsojat edistävät naispelaajien tapaan sukupuolten tasa-arvoa liikuntakulttuurissa (ks. Itkonen 2012). Jyväskylässä naispesäpallo-ottelu keräsi katsomoon runsaasti naisia, joiden joukossa oli esimerkiksi nykyisiä ja entisiä naispesäpallolijoita. Naisten suurta osuutta Kirittärien katsomossa saattaa selittää aiempi tutkimustulos siitä, että naiset suosivat naisurheilun seuraamista (ks. Kahle ym. 2001). Tulosten perusteella naispesäpallon seuraaminen ei ole leimallisesti vain toisen sukupuolen harrastus Jyväskylässä, vaan katsojien muodostamaan yhteisöön kuuluvat yhtä lailla sekä naiset että miehet. Toisaalta tämä tutkimus myös tukee aiempaa tutkimustulosta siitä, että kaikissa yleisömäärin mitattuna suurimpien lajien tapahtumissa käy enemmän miehiä kuin naisia (ks. Heinonen & Godenhjelm 2000, 55).

Tulosten mukaan Kirittärien yleisöstä 81 prosenttia asui Jyväskylässä. Yleisö koostui siis pääosin joukkueen kotipaikkakunnan asukkaista, mitä selittää Kirittärien profiloituminen paikalliseksi joukkueeksi joukkueurheilulle tyypilliseen tapaan. Pesäpallokulttuuriin kuuluu vahva paikalliskiinnittyminen pelaajien liikkuvuudesta huolimatta (Itkonen 2000). Ostopelaajat

eivät yleensä vaikuta yleisösuosioon kielteisesti, sillä joukkueurheilussa katsojat kiinnittyvät yksittäisiä pelaajia enemmän koko joukkueen tai seuran paikallisuuteen (ks. Heinilä 2010, 169). Tulokset osoittivat joka kymmenennen katsojan asuinpaikaksi jonkin muun Keski-Suomen kunnan. Katsojia hankitaan nykyisin seuran kotipaikkakunnan lisäksi laajemmin koko maakunnasta, mikä selittää muiden keskisuomalaisten osuutta katsomossa (ks. Kokkonen 2015, 317–318). Kirittäret on onnistunut jonkin verran laajentamaan toimialuettaan ja verkostoitumaan kuntarajojen yli, mutta muiden kuin jyvaskyläläisten osuus yleisöstä oli vielä suhteellisen pieni. Otteluun saavuttiin keskimäärin 21 kilometrin etäisyydeltä, mutta keskiarvoa nostivat muutamat usean sadan kilometrin yksittäistapaukset.

Vain yksi prosentti katsojista asui Lappeenrannassa eli ottelun vierasjoukkueen kotipaikkakunnalla. Tulosta selittää luonnollisesti Lappeenrannan ja Jyväskylän pitkä välimatka. Runkosarjan vierasotteluita ei välttämättä lähdetä katsomaan kovin kauas, koska otteluiden panokset eivät ole vielä suuret ja otteluita pystyy seuraamaan esimerkiksi tulospalveluiden välityksellä. Lappeenrantalaisen Pesä Ysien lisäksi muillakin naisten Superpesisjoukkueilla on varsin pitkä vierasottelumatka Hippoksen pesäpallostadionille. Kirittäret on ainut keskisuomalainen joukkue naisten Superpesiksessä, joten Jyväskylässä ei päästä pelaamaan erityistä huomiota herättäviä paikallispelejä. Maakunnan vähäinen Superpesistarjonta selittää toisaalta muiden keskisuomalaisten kiinnostusta jyvaskyläläisen joukkueen otteluihin.

Kirittärien yleisön ikäjakauma poikkesi muiden tutkimusten tuloksista, sillä nuorempien on todettu seuraavan urheilua tapahtumapaikalla enemmän kuin vanhempien (ks. esim. Minkkinen ym. 2001, 11; Zacheus 2008b, 48–49). Kun miesten jääkiekon katsojista 71 prosenttia oli alle 37-vuotiaita (Pöntinen 2001), naisten pesäpallo-ottelussa lähes joka toinen katsoja oli yli 49-vuotias. Yli kolmannes pesäpalloyleisöstä oli 60-vuotiaita tai vanhempia. Tutkimusajankohdissa on kuitenkin lähes 20 vuotta eroa, joten jyvaskyläläisen naispesäpalloyleisön ikäjakaman tarkempi vertailu muiden lajien yleisöihin vaatisi tuoreita tutkimuksia. Kirittärien yleisön vanhimpien ikäluokkien suurta osuutta selittävät osaltaan Jyväskylän pesäpalloperinteet. Kaupungissa on ollut jo kauan tarjolla pesäpallon pääsarjoja seurattavaksi, ja osa katsojista kertoikin harrastaneensa pesäpallon seuraamista useita vuosikymmeniä. Lisäksi tulosta saattavat selittää suomalaisten lasten ja nuorten urheilun seuraamisen vähentyminen sekä sosiaalisen median ja muiden nettitalenteiden käyttäminen urheilun seuraamiseen (ks. Koski

2015; Koski ym. 2016). Tulosten mukaan älypuhelimien käyttö ja sosiaalisessa mediassa seuraaminen olivat merkittävästi yleisempiä nuorten katsojien joukossa. Jyväskylässä nuoria pesäpalloharrastajia on kaikkiaan melko vähän, mikä saattaa näkyä nuorten osuudessa katsojoissa.

Kirittäriem yleisössä miehet olivat keskimäärin vanhempia kuin naiset muiden yleisötutkimusten tapaan (ks. esim. Alpimaa ym. 2001; Pöntinen 2001). Tässä tutkimuksessa miehistä lähes joka toinen oli 60-vuotias tai vanhempi, kun taas naisista samaan ikäluokkaan sijoittui vain joka neljäs. Nuorten naisten osuutta saattavat selittää yleisössä mahdollisesti olleet seuran junioripelaajat sekä pelaajien opiskelukaverit. Lisäksi mies- ja naiskatsojien keskimääräistä ikäeroa saattaa osaltaan selittää joukkueurheilun ”tyttöistymisen” 1990-luvulla. Esimerkiksi jalkapalloilevien tyttöjen määrä kasvoi 1990-luvulla voimakkaasti, kun tyttöjen palloiluharrastuksesta tuli entistä hyväksytympää (Vehviläinen & Itkonen 2009, 123). Naiset myös lopettavat urheiluharrastuksen nuorempina kuin miehet, joten 1990- ja 2000-luvuilla palloilua harrastaneet tytöt ovat saattaneet siirtyä 2010-luvulla urheilukatsojiksi. Miesten urheiluperinne on selvästi vanhempaa, joten monet mieskatsojatkin ovat jo iäkkäämpiä. Uuden mieskatsojaisukupolven rakentaminen näyttää olevan Kirittäriem tulevaisuuden haaste.

Ammattiasema vaihteli sukupuolen mukaan siten, että naisissa oli selvästi enemmän opiskelijoita ja koululaisia kuin miehissä. Miesten joukossa oli puolestaan runsaammin eläkeläisiä. Eroja ammattiasemassa selittävät samat tekijät kuin sukupuolten ikäeroja. Tulosten mukaan Kirittäriem yleisössä oli runsaasti korkeakoulututkinnon suorittaneita, mitä selittää osaltaan Jyväskylän asema korkeakoulukaupunkina. Tulos korkeakoulutettujen osuudesta on mielenkiintoinen, koska perinteisesti urheilun seuraamista on pidetty työväenluokan harrastuksena (ks. Heinonen 2004a). Tutkimukset (Thrane 2001; Zacheus 2008a, 240) viittaavat kuitenkin siihen, että koulutuksella tai sosiaalisella asemalla ja urheilun seuraamisella ei ole yhteyttä. Sen sijaan urheilua aktiivisesti harrastavien on todettu myös seuraavan sitä muita enemmän (ks. esim. Heinilä 1985; Heinonen & Godenhjelm 2001, 18; Koski ym. 2016). Tämänkin tutkimuksen tulokset osoittivat Kirittäriem katsojien harrastavan runsaasti vapaa-ajan kuntoliikuntaa.

Bourdieu (1985, 159–160) mukaan penkkiurheilun kiinnostavuus perustuu osittain kuvitteelliseen osallistumiseen, joka luodaan entisen lajiharrastuksen pohjalta. Tässä tutkimuksessa yli puolella katsojista ei ollut pesäpallotaustaa pelaajan, valmentajan tai muun seuratoimijan roolissa, vaikka pesäpallo on varsin haastava yleisölaji taktisine elementteineen. Katsojilla saattoi silti olla pesäpallotaustaa jollakin tavalla, jota ei tässä tutkimuksessa selvitetty, kuten perheenjäsenen harrastuksen kautta. Lajin harrastajamäärät vaikuttavat lajitaustaisten osuuteen katsomossa, koska lajin harrastamisen ja seuraamisen välillä on nähtävissä positiivinen kierre (ks. Piispa 2013). Tässäkin tutkimuksessa lajitaustaiset seurasivat Kirittärien kotiotteluita useammin kuin muut. Jos pesäpallon juniorimäärät kasvaisivat Jyväskylässä, myös lajitaustaisten katsojien osuus todennäköisesti kasvaisi. Jyväskylän pesäpalloharrastajien määrään peilaten on hyvä, että pesäpallo vaikuttaa muuttuneen Bourdieun (1985, 160) termein ”kansan näytelmäksi” eli levinneen muidenkin kuin entisten tai nykyisten harrastajien keskuuteen.

Urheilutapahtuma on tuote, jolla on hintalappu. Vaikka kuluttaja tekee lopullisen päätöksen tapahtumaan osallistumisesta, tuotteiden hinnat määrittävät, mitkä päätökset kuluttajan on mahdollista toteuttaa. Kaikilla ei ole yhtäläisiä valinnanmahdollisuuksia kulutusyhteiskunnassa. (Bauman 1997, 262–263.) Tässä tutkimuksessa enemmistö katsojista oli ansiotyössä käyviä ja työttömien osuus oli hyvin pieni. Joka neljännen vuosittaiset bruttotulot olivat 40 000 euroa tai enemmän. Alle 25 000 euroa vuodessa ansaitsi 35 prosenttia katsojista. Sen sijaan koko Suomen väestötasolla vastaavaan tuloluokkaan kuului yli puolet (53 %) tulonsaajista vuonna 2016 (Tilastokeskus 2018). Tulojen on todettu vaikuttavan merkittävästi penkkiurheilun harrastamismahdollisuuksiin (ks. Zacheus 2008b, 48–49). Korkeaan tuloluokkaan sijoittuvat seuraavat urheilua todennäköisemmin tapahtumapaikalla kuin matalatuloiset (Thrane 2001). Kaikkiaan pääsylippujen hinnoittelu on yksi tärkeimmistä päätöksistä urheilutapahtuman taloudellisen onnistumisen taustalla (ks. Vanni 1997).

Ihmisten ostokäyttäytyminen ja ajankäyttö ovat muuttuneet vuosikymmenten aikana, ja nykyistä länsimaista kulutusyhteiskuntaa leimaava piirre on ajan niukkuus. Osalla kuluttajista on enemmän vapaa-aikaa kuin aiemmin, mutta myös aiempaa enemmän kiire erilaisten vapaa-ajanaktiiviteettien parissa (Lampikoski & Lampikoski 2000, 112). Ottelutapahtumista olisikin luotava dynaamisia ja ytimekkäitä, jotta ne sopivat kiireisen kuluttajan aikatauluun. Baumanin (2002, 237–239) mukaan myös yhteisöt ovat jatkuvassa muutoksessa: naulakko yhteisöllisyys-

dessä yksilöt kuvainnollisesti ripustavat takkinsa yhteisön naulakkoon vain hetkeksi ja vaihtavat seuraavaan ilman kiinnittymistä yhteisön rakenteisiin. Urheilutapahtumat ovat yksi muoto postmoderneille naulakkoyhteisöille sopivista speaktaakkeleista, jotka tarjoavat levähdyspaikan arkipäiväisistä tilanteista, vetoavat tunteisiin ja yhdistävät yksilöitä. Tapahtuman on kuitenkin vastattava yksilön tarpeita, jotta hän saapuu uudestaan. Tämän tutkimuksen tulosten mukaan 58 prosenttia katsojista kävi Kirittärien kotiotteluissa yleensä kuusi kertaa tai useammin pesäpallokauden aikana. Loput kävivät satunnaisemmin tai olivat ensimmäistä kertaa, eivätkä he siten olleet välttämättä kiinnittyneitä katsojayhteisöön.

Kirittärien katsojat pitivät ”Ottelun seuraaminen on mukava ajanviettotapa” -motiiviväittämää keskimäärin tärkeimpänä syynä ottelutapahtumaan osallistumiseen. Tulosta selittää aikaisempien tutkimusten tulos siitä, että urheilua seurataan samasta syystä kuin esimerkiksi katsotaan elokuvia: se on viihdyttävä ajanviettotapa (ks. Wann ym. 1999). ”Ottelut ovat viihdyttäviä” -motiiviväittämää piti vähintään jossain määrin tärkeänä 93 prosenttia katsojista. Toisaalta kyseinen motiivi jäi keskimääriä tarkasteltaessa vasta kahdeksanneksi merkityksellisimmäksi motiiviksi. On kuitenkin huomioitava, että keskimääräiset erot kaikkien motiivimuuttujien kohdalla olivat vähäisiä. Noin kaksi katsojaa kolmesta piti kaikkia muuttujia ottelun ennakoasetelmaa lukuun ottamatta vähintään jossain määrin merkityksellisinä.

Huippupesäpallon seuraaminen ja taitavat pelisuoritukset olivat keskiarvoiltaan merkittävämpiä motiiveja kuin esimerkiksi Kirittärien kannattaminen. Tätä mieltä oli myös Pihkala (1966, 23) todetessaan hyvän pelin olevan pesäpallokatsojille tärkeämpää kuin ”omien” voitto. Vaikka keskiarvojen erot olivat pieniä, tulos saattaa viitata pesäpallotasiantuntijoiden osuuteen katsomossa. Erityisesti urheilun asiantuntevimmat seuraajat nimittäin motivoituvat itse pelin tapahtumista ja haluavat nähdä huippusuorituksia (ks. Koski & Latonen 1999, 10). Pihkalan (1966, 42) mukaan pesäpallon viehätys perustuu lajissa kehittyviin taitaviin liikesuorituksiin, jos katsoja ymmärtää suoritusten haastavuuden. Heinilä (2000) puolestaan mainitsee yleisöjatteluissaan, että asiantuntemuksensa ansiosta ekspertit pystyvät tulkitsemaan ottelun tarjoamia merkityssisältöjä laajemmin kuin muut katsojat. Tätä edistää lajin omakohtainen harrastustausta. Tässä tutkimuksessa pesäpallotaustaiset katsojat pitivät kaikkein tärkeimpänä motiivina juuri huippupesäpallon seuraamista.

Lähes kymmenesosan mielestä Kirittärien voitolla tai kannattamisella ei ollut lainkaan tai juurikaan merkitystä ottelutapahtumaan osallistumiseen. Tulokset viittaavat siihen, että osa katsojista osallistui otteluun ilman vahvaa sidosta Kirittäriin. Toisaalta katsomosta löytyi varmasti myös Kirittärien faneja: yli 40 prosenttia piti Kirittärien voittoa erittäin tärkeänä, minkä lisäksi Kirittärien sosiaalisen median kanavien seuraamista perusteltiin Kirittärien kannattamisella. Keskimääriä tarkasteltaessa Kirittärien voitto ja kannattaminen sekä paikallisen joukkueen tukeminen olivat joka tapauksessa seitsemän merkityksellisimmän motiivin joukossa. Tulosta selittää osaltaan menestyvien joukkueiden paikallista väestöä yhdistävä vaikutus (ks. Allardt 1970, 31). Itkosen ja Kortelaisen (1999, 16) mukaan pesäpallon parissa voidaan viihtyä paikkakuntaylpeyden takia. Lisäksi saattaa olla, että omaa menestyksen puutetta pyritään korvaamaan joukkueen saavutuksiin samastumalla (ks. Heinilä 2010, 169).

Motiivien osalta tutkimuksessa vertailtiin naisia ja miehiä sekä pesäpallotaustaisia ja muita katsojia. Eroja ilmeni Sosiaalisuus-motiiviluokan muuttujissa. Miesten keskiarvo muuttujalle ”Otteluissa tapaa pesäpallosta kiinnostuneita ihmisiä” oli merkitsevästi korkeampi kuin naisten keskiarvo. Myös pesäpallotaustaiset katsojat arvioivat kyseisen muuttujan merkityksen suuremmaksi kuin muut. Naiset puolestaan arvioivat perheen kanssa vietetyn ajan keskimääräisesti merkittävämmäksi motiiviksi kuin miehet. Eroja saattaa selittää yksinkertaisesti vaihtelu siinä, kenen kanssa otteluita yleensä seurataan. Kaikkiaan vähäiset erot tutkittujen ryhmien välillä helpottavat ottelutapahtumien markkinointia ja sponsoreiden hankintaa. Ryhmien välillä ei ollut merkitseviä eroja kanavissa, joista saatiin tieto ottelusta. Otteluita voidaan markkinoida ryhmille samalla tavalla, koska otteluihin osallistutaan samoista syistä ja toimintaa seurataan samoista kanavista. Yhteistyökumppaneille voidaan puolestaan tarjota kattavaa näkyvyyttä, koska ottelutapahtumat tavoittavat tasaisesti sekä naisia että miehiä.

Perinteisen urheilulajin voi olla vaikeaa sopeutua viihteelliseen kulutusyhteiskuntaan. Pesäpallon ottelutapahtumissa tulisi huomioida paremmin kuluttajat kehittämällä peliä ja tapahtumia enemmän heidän näkökulmastaan. Tulosten mukaan Kirittärien ottelulta haettiin jännitystä, ja jännityksen säilymistä edistävien lajimuutosten onkin todettu olevan tärkeä edellytys lajin yleisökiinnostavuudelle (ks. Heinilä 1994). Pesäpallon ottelutapahtumat ovat vielä melko perinteisiä ilman viihteellistä oheisohjelmaa. Lisäksi pesäpallokauden aikana tasaista tarjontaa on paljon, ja kuluttajat saattavat haluta nähdä jännittäviä kärkipelejä. Yksittäisiä otteluita ei

välttämättä mielletä kovin merkityksellisiksi, koska korvaavaa tarjontaa on runsaasti. Tässä tutkimuksessa tutkitun ottelun ennakoasetelmaa ei pidetty syynä osallistua ottelutapahtumaan. Tilanne olisi voinut olla erilainen toisessa ottelussa, kuten ennakkosuosikkia tai edellisen kauden finaalivastustajaa vastaan pelatussa ottelussa. Runkosarjaotteluissa ennakoasetelmaa ei välttämättä pidetä mielenkiintoisena, koska otteluissa ei vielä pelata jatkopaikoista tai mitaleista. Toisaalta kyseinen tulos tukee pohdintaa siitä, että osalla katsojista ei ole vahvaa sidosta pelaaviin joukkueisiin. Jos ottelun voittajalla ei ole katsojalle merkitystä, ennakoasetelmallakaan tuskin on suuresti merkitystä.

Tapahtumissa toimitaan erilaisissa rooleissa, joihin kaikkiin kohdistuu tiettyjä rooliodotuksia (Allardt 1987, 60). Urheilutapahtumien onnistunut organisointi vaatii erityistä työnjakoa, jolloin tapahtuman osallistujat ja järjestäjät tietävät oman roolinmukaisen toimintansa (Itkonen 2012). Heinosen (2004a) mukaan yleisöllä on urheilutapahtumissa kaksi roolia, sillä yleisö on yhtä aikaa sekä tapahtuman kuluttaja että osa tapahtuman tunnelmaa. Toisin sanoen yleisö on osa kuluttamaansa tuotetta. Tämän tutkimuksen tulokset viittaavat siihen, että myös Kirittärien yleisö koki olevansa osa ottelutapahtuman tunnelmaa, sillä vastauksissa nousivat esille suuren yleisömäärän vaikutus tunnelmaan sekä yleisön kannustuksen tärkeys pesäpallon ottelutapahtumissa. Tulosta saattaa selittää urheilun seuraajien uskomus siitä, että katsojat voivat kannustuksellaan ja huutelullaan vaikuttaa ottelun tapahtumiin (ks. Heinonen 2004a).

Urheiluyleisön on todettu koostuvan yksilöistä ja ryhmistä, joiden suhde ja sitoutuminen urheiluun sekä urheilun seuraamiseen saattavat poiketa huomattavasti toisistaan (ks. Heinilä 2000). Myös Kirittärien yleisö osoittautui varsin heterogeeniseksi. Kaikilla tutkituilla motiivimuuttujilla oli joillekin katsojista erittäin paljon merkitystä, mikä kertoo toisistaan poikkeavista suhteista urheilun seuraamiseen. Tulosten mukaan tyypilliseksi katsojaksi voitaisiin luokitella jyväsyläläinen, vapaa-ajallaan runsaasti kuntoileva, älypuhelinta käyttävä ja vähintään toisen asteen tutkinnon suorittanut yli 60-vuotias mies tai alle 30-vuotias nainen. Katsomosta löytyi sekä Kirittärien faneja että katsojia, joilla ei ollut vahvaa suhdetta Kirittäriin. Katsojien viihtymiseen ottelutapahtumissa saattaa vaikuttaa, mitä elementtejä tapahtumissa pidetään tärkeinä. Jos katsoja ei koe katsomo-olosuhteita riittävän mukaviksi tai tapahtumien äänentoistoa miellyttäväksi, otteluiden seuraaminen ei välttämättä ole enää mukava ajanviettotapa.

7.2 Tulosten hyödyntäminen jyvaskyläläisen naispesäpalloilun kehittämisessä

Tutkimustuloksista on hyötyä Kirittärien ottelutapahtumien ja muun toiminnan kehittämisessä, sillä vastaukset on saatu suoraan katsojilta eli tapahtumien kuluttajilta. Lisäksi tulokset tukevat useita jo aiemmin tehtyjä muutoksia, kuten mobiililippujen tarjoamista ja alkoholimyyntin poistamista ottelutapahtumista. Mobiilipalveluiden laajentaminen on hyvä ratkaisu älypuhelimien käyttäjien määrään peilaten. Alkoholimyyntiä ei puolestaan pidetty keskimäärin tärkeänä pesäpallon ottelutapahtumissa, mikä suuntaa jyvaskyläläistä seuraa ottelutapahtumissaan vastakkaiseen suuntaan kuin vuonna 2018 voimaan tullut alkoholilain uudistus. Valviran (2018) ohjeen mukaan rajattuihin katsomotiloihin voidaan jatkossa hakea aluehallintovirastolta anniskelulupaa eli urheilutapahtumien anniskelumahdollisuudet laajentuvat.

Osa katsojista toivoi otteluiden pääsylippujen hintoihin alennuksia ja tarjouksia. Seuran kannattaakin järjestää erilaisia kampanjoita esimerkiksi juhlapyhien aikana ja tarjota vaihtoehtoja yksittäisten lippujen ja kausikorttien välille. Ottelutapahtumien hinnoittelussa ja kampanjoinnissa voitaisiin hyödyntää yhteistyökumppaneita. Kirittärien katsojat osoittautuivat ahkeriksi kuntoilijoiksi, joten yhteistyö liikuntayritysten kanssa saattaisi innostaa uusia ja nykyisiä katsojia ottelutapahtumiin. Ottelun pääsylipulla katsoja voisi saada alennusta liikuntapalveluista tai päinvastoin. Toisaalta korkeakoulutettujen osuus Kirittärien katsojista oli suuri. Seuran kannattaisikin panostaa Jyvaskylän yliopistoon ja ammattikorkeakouluun kohdistuvaan markkinointiin houkutelukseen uutta korkeakoulutettujen sukupolvea katsomoihin. Opiskelijat saattaisivat kiinnostua erilaisista eduista, kuten ”kaksi opiskelijaa yhden hinnalla”.

Tulosta älypuhelimien käyttäjien suuresta osuudesta kannattaa hyödyntää katsojien houkutte- lussa sekä tapahtumiin osallistamisessa. Pesäpalloliikkeen strategian (Suomen Pesäpalloliitto 2016) mukaan interaktiivisilla sähköisillä palveluilla, kuten parhaiden pelaajien äänestämisel- lä tai monipuolisella tulos- ja videopalvelulla, yleisö saataisiin paremmin mukaan ottelutapahtumaan. Lisäksi ajankohtaisia sähköisiä viestintäkanavia käyttämällä tavoitetaan varmemmin nuorempia ikäryhmiä. Esimerkiksi jääkiekkjoukkue JYP lanseerasi kaudelle 2017–2018 JYP-mobiilisovelluksen, joka sisälsi fanituotteiden ja ravintolapalveluiden ostomahdollisuuksien lisäksi tietoa ottelutapahtumista sekä yhteistyökumppanien tarjoamista eduista (JYP Jy-

väskylä 2017b). Urheilun seuraajat jakavat 2010-luvulla ahkerasti kokemuksiaan muille älypuhelimien ja sosiaalisen median välityksellä. Tämän tutkimuksen tulosten mukaan Kirittärien kannattaa hyödyntää sosiaalista mediaa ottelutapahtumien markkinoinnissa ja lisätä tietoisuutta käytössä olevista sosiaalisen median kanavista. Teknologisista laitteista ja sähköisistä palveluista huolimatta enemmistö yleisöstä sai tiedon ottelusta lehtimainoksesta, joten perinteiseen lehtimainontaan kannattaa edelleen panostaa. Lähes puolet yleisöstä ei seurannut Kirittäriä sosiaalisessa mediassa, ja he arvioivat ottelun mainonnan heikommaksi kuin muut.

Kirittärien ottelutapahtumiin tullaan seuraamaan huippupesäpalloa, joten laadukkaisiin pelisuorituksiin on panostettava heti runkosarjasta alkaen. Taitavien suoritusten näkeminen otteluissa on katsojille tärkeä kokemus (Koski & Latonen 1999, 39; Pöntinen 2001). Yleisömääriä saattavat vähentää runsaat epäonnistumiset. Kosken ja Latosen (1999, 41) tutkimuksessa selvisi, että kolmannes yleisöstä kokee epäonnistuvansa kannattamansa joukkueen mukana. Kyseisessä tutkimuksessa jopa 86 prosenttia ilmoitti myötäelävänsä pelaajien epäonnistumisia. Joukkueen tappiot ja epäonnistumiset voivat siten aiheuttaa epämiellyttäviä tunteita katsojille, jotka samastuvat joukkueeseen tai pelaajiin. Hyvän tunnelman luomiseksi pelaajien tulisi huomioida yleisö entistä paremmin esimerkiksi tervehtimällä ja kiittämällä yleisöä, sillä pelaajat pelaavat itsensä ja joukkueensa lisäksi yleisölle. Huippu-urheilijoiden tulee osata esiintyä markkinoita, yleisöä ja yhteistyökumppaneita ajatellen (Itkonen 1996, 133–134).

Kirittärien ottelutapahtumien tunnelman kohentamiseen liittyvät toiveet nousivat katsojien vastauksissa selvästi esiin. Otteluiden selostajan valinta on oleellinen päätös, sillä selostaja luo osaltaan tapahtuman tunnelmaa. Yleisön kannustus oli tässä tutkimuksessa katsojien mielestä keskimäärin tärkein ottelutapahtuman osa-alue, ja selostajalla on merkittävä rooli yleisön innostamisessa ja osallistamisessa. Osa Kirittärien katsojista koki otteluiden selostuksen epäselväksi. Tapahtumissa on kiinnitettävä huomiota äänentoistoon, koska liian kovaääninen musiikki tai selostus saattaa vaikuttaa yleisön viihtyvyyteen. Selostustyylissä kannattaa puolestaan huomioida, että tulosten mukaan useammalla kuin joka toisella katsojalla ei ollut pesäpallotaustaa. Lisäksi ottelutapahtumiin osallistuu useita katsojia ensimmäistä kertaa. Otteluselostus ei saisi sisältää liikaa vaikeita termejä, joita satunnaiset katsojat eivät ymmärrä.

Hippoksen pesäpallostadion ei täytä Suomen Pesäpalloliiton asettamia olosuhdevaatimuksia, sillä vuodesta 2017 alkaen pesäpallostadioneilla on pitänyt olla 750 katettua istumapaikkaa naisten Superpesiksen osalta. Hippos2020-hankkeen myötä Kirittäret saattaa joutua luopumaan kotistadionistaan, joten nykyisen pesäpallostadionin kehittämiseen ei ole syytä ottaa tässä suuresti kantaa. Vastajien toiveita katsomo-olosuhteiden parantamisesta ei tule kuitenkaan sivuuttaa, sillä esimerkiksi istuinalustojen tai kertakäyttösedetakkien jakaminen edistäisi yleisön viihtyvyyttä koleassa kevät- ja syysssäällä. Tulosten mukaan enemmistö (66 %) katsojista saapui otteluun henkilöautolla, joten parkkipaikkatilaa on oltava pesäpallostadionin läheisyydessä runsaasti. Toisaalta pyörätelineitä ei saa unohtaa, koska tulosten mukaan 17 prosenttia kulki matkansa otteluun polkupyörällä. Tutkimusajankohtana se tarkoitti tarvetta lähes sadalle pyöräpaikalle.

Ottelutapahtumien onnistuminen vaatii monien tekijöiden huomioimista. Tapahtuma on osattava markkinoida oikealle kohderyhmälle sopivilla mielikuvilla ja hinnoilla, mutta jo oikean kohderyhmän määrittely saattaa olla hankalaa. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 113.) Myös urheiluseurojen yhteistyö yritysten kanssa perustuu vahvasti kohderyhmän tuntemiseen. Tässä tutkimuksessa profiloitu yleisö edistää Kirittärien kohderyhmän määrittelyä. Tutkimuksen avulla Kirittärien on mahdollista kehittää yhteistyötään yritysten kanssa, sillä seura pystyy esittelemään yhteistyökumppaneilleen kohderyhmänsä ja sen tavoitavuuden eri kanavissa. Ottelutapahtumat ja muu toiminta tulee sen jälkeen tuotteistaa yhteistyökumppaneiden ymmärtämään muotoon.

Jyväskyläläisen naispesäpallon tilanne poikkeaa monista muista pesäpallopaikkakunnista kilpailevan tarjonnan suhteen. Keski-Suomen maakuntakeskuksessa on runsaasti vapaa-ajan aktiviteetteja, kun taas pienemmällä paikkakunnalla pesäpallo-ottelut saattavat olla useina kesäiltoina ainoita tarjolla olevia tapahtumia. Miesten Superpesisotteluita Jyväskylässä ei kuitenkaan enää pelata yksittäisiä näytösotteluita lukuun ottamatta, joten kilpaileva tarjonta on siten myös vähentynyt. Vielä muutamia vuosikymmeniä sitten naisten pääsarjatasen ottelut eivät juuri keränneet kiinnostusta miesten vastaavan tarjonnan takia. Vaikka miespesäpallon hiipuminen Jyväskylässä on huolestuttava ilmiö, se tarjoaa Kirittärielle mahdollisuuden uuden katsojakunnan hankkimiseen. Poikajuniorit saattavat osallistua innokkaammin naisten Superpesisotteluihin, kun miesten korkeimpien sarjatasojen otteluita ei ole enää seurattavissa.

7.3 Tutkimuksen arviointi ja jatkotutkimusehdotukset

Tutkimustulokset vastasivat kattavasti ensimmäiseen tutkimusongelmaan: Kirittärien yleisön profilointi onnistui hankitun aineiston avulla. Sen sijaan yleisön osallistumismotiivit olisivat voineet olla laajemman tarkastelun kohteena. Valmiin ja testatun mittarin käyttäminen olisi saattanut syventää tarkastelua. Itse laaditun mittarin käyttäminen oli kuitenkin perusteltua, koska esimerkiksi kaikki Sport Fan Motivation Scale -mittarin kysymykset, kuten urheiluvendonäköntä koskevat, eivät sopeutuneet tähän tutkimukseen. Tulosten perusteella kyselyyn olisi pitänyt sisällyttää pääsylippujen hintaan liittyvä kysymys, sillä lippujen hinnat nousivat avoimissa vastauksissa esiin. Toisaalta kysely oli onnistunut yksinkertaisuutensa takia, joten kysymyksiä oli joka tapauksessa rajattava jollakin tavalla.

Vaikka kyselylomake testattiin ennen varsinaista aineistonkeruuta, muutamaan kysymykseen jäi vielä tarkennettavaa. Esimerkiksi Kirittärien ottelutapahtumiin osallistumisen määrää koskevaa kysymystä olisi pitänyt tarkentaa sekä kysymysmuodon että vastausvaihtoehtojen osalta. Todennäköisesti osa katsojista vastasi olevansa ensimmäistä kertaa Kirittärien ottelussa kulumalla kaudella, eli toisin kuin tutkija kysymyksen tarkoitti. Vastausvaihtoehtoina olisivat voineet toimia myös sanalliset arviot seuraamisen useudesta. Lisäksi iän ja koulutuksen tarkastelun perusteella on mahdollista, että osa vastaajista valitsi koulutukseensa korkeakoulututkimuksen, vaikka tutkimuksen suorittaminen olisi ollut vasta alussa. Kysymys koulutustasosta saatettiin siten tulkita useammalla tavalla.

Tutkimusstrategia oli kokonaisuudessaan onnistunut. Survey-tutkimus tutkimustyyppinä sopi hyvin tutkimuksen tarkoitukseen. Kyselyn käyttäminen aineistonhankintamenetelmänä oli tutkimuksen vahvuus, sillä aineistosta muodostui kattava ja paperikysely oli onnistunut ratkaisu. Vaikka 80 prosenttia vastaajista ilmoitti käyttävänsä älypuhelinia ja yli puolet seurasi Kirittäriä sosiaalisessa mediassa, varmuutta sähköisen lomakkeen yhtä laajasta tavoitavuudesta ei ollut. Kaikkiaan kvantitatiivinen tutkimusote oli perusteltu valinta, sillä aiemman tutkimuksen puutteesta johtuen kvalitatiivisten menetelmien käyttäminen olisi saattanut olla hankalaa. Esimerkiksi haastateltaviksi henkilöiksi olisi voinut valikoitua juuri sellaiset katsojat, jotka kaikki ehdottomasti haluavat palauttaa alkoholimyynnin Kirittärien ottelutapahtumiin. Tämän

tutkimuksen jälkeen kvalitatiivinen tutkimus aiheesta olisi sen sijaan relevantti, sillä kvantitatiiviset tulokset loisivat viitekehyksen kvalitatiivisen aineiston tulkintaan. Kvalitatiivisen tutkimuksen avulla olisi mahdollista luoda tarkempaa osallistujasegmentointia ja varmistaa tässä tutkimuksessa tehtyjä päätelmiä Kirittärien ottelutapahtumien kehittämisen sekä markkinoinnin tueksi. Samalla voitaisiin syventää tietoa eri ryhmien osallistumismotiiveista.

Jatkossa jyvaskyläläisen naispesäpallon yleisötutkimusta voitaisiin täydentää selvittämällä syitä, miksi Kirittärien ottelutapahtumiin ei osallistuta. Tämä vaatisi kuitenkin suuren otoksen Jyväskylässä. Toisaalta olisi hyödyllistä selvittää Kirittärien kotiottelun aikana, tietävätkö jyvaskyläläiset Kirittärien ottelun olevan käynnissä eli tavoittaako Kirittärien ottelutapahtumien markkinointi kuntalaiset. Tutkimusta voitaisiin suunnata jatkossa myös muiden jyvaskyläläisten palloilujoukkueiden yleisöihin selvittämällä, osallistuvatko katsojat usean lajin tapahtumiin vai onko eri lajeilla omat katsojansa (vrt. Heinonen & Godenhjelm 2000, 97). Lisäksi vertailevaa tutkimusta kannattaisi tehdä useamman naispesäpalloseuran yleisöistä. Siten mahdollistuisi naispesäpallon yleisön laajempi profilointi. Koko lajin kehittämiseksi olisi hyödyllistä tutkia, miten naispesäpallon yleisö eroaa miespesäpallon yleisöstä.

Naisurheilun yleisöä pitäisi tutkia jatkossa myös muissa urheilulajeissa, jotta tutkimustuloksia voitaisiin yleistää laajemmin naisurheilun yleisöön. Tutkimustarvetta olisi sekä markkinoinnin että sosiologian näkökulmista. Urheilumarkkinoinnin näkökulmasta urheilun seuraajia tulisi tarkastella kuluttajina tuotteistettujen urheilutapahtumien kontekstissa. Yleisötutkimusta kannattaisi hyödyntää naisurheilun kiinnostuksen ja yleisömäärien kasvattamisen tukena esimerkiksi selvittämällä, miksi naisurheilu ei kiinnosta urheilun seuraajia 2010-luvulla yhtä paljon kuin miesurheilu. Näkökulmana voisi toimia liikuntakulttuurin historiasta kumpuava tulkinta urheilun maskuliinista perinteistä. Liikuntasosiologisesta näkökulmasta voitaisiin tutkia, kuuluuko urheilun seuraaminen 2010-luvulla katsojien elämäntyyliin ja luovatko katsojat urheilun seuraamisella identiteettiään (ks. Bauman 1997, 255–256). Tutkimusta tulisi suunnata katsojien ja urheilun päivittäisiin kohtaamisiin eli tilanteisiin, joissa urheilua käytetään ja merkityksellistetään.

LÄHTEET

- Alkula, T., Pöntinen, S. & Ylöstalo, P. 1994. Sosiaalitutkimuksen kvantitatiiviset menetelmät. Juva: WSOY.
- Allardt, E. 1970. *Förankringar*. Helsinki: S & Co.
- Allardt, E. 1987. *Sosiologia I*. 3. painos. Juva: WSOY.
- Alpimaa, H., Hakulinen, M., Hautala, P. & Manninen, S. 2001. ”Aito” kiekkoilu ja kuppittaan henki. TuTon yleisöprofiili vuonna 2000. Teoksessa A-H. Anttila & H. Ruonavaara (toim.) *Jääkiekkoilta Turussa. Tutkielmia kiekkoyleisöstä*. Turku: Kirja-Aurora, 132–163.
- Anttila, A-H. 2001. ”Hunajata, hunajata”. TPS:n suuri yleisö. Teoksessa A-H. Anttila & H. Ruonavaara (toim.) *Jääkiekkoilta Turussa. Tutkielmia kiekkoyleisöstä*. Turku: Kirja-Aurora, 42–77.
- Arponen, A. O. 1995. Helsingin Pallonlyöjät – Suomen ensimmäinen pesäpallon erikoisseura. Teoksessa A. Nevala (toim.) *Suomen urheiluhistoriallisen seuran vuosikirja 1995*. Helsinki: Suomen urheiluhistoriallinen seura, 43–51.
- Asposalo, L., Kuosmanen, J., Rantanen, E. & Takala, K. 2001. ”Se on kakkonen nuija!” Teoksessa A-H. Anttila & H. Ruonavaara (toim.) *Jääkiekkoilta Turussa. Tutkielmia kiekkoyleisöstä*. Turku: Kirja-Aurora, 78–109.
- Bauman, Z. 1997. *Sosiologinen ajattelu*. Suomentanut J. Vainonen. Tampere: Vastapaino.
- Bauman, Z. 2002. *Notkea moderni*. Suomentanut J. Vainonen. Tampere: Vastapaino.
- Bourdieu, P. 1985. *Sosiologian kysymyksiä*. Suomentanut J. P. Roos. Tampere: Vastapaino.
- Cleland, J. & Cashmore, E. 2016. Football fans’ views of violence in British football: evidence of a sanitized and gentrified culture. *Journal of Sport and Social Issues* 40 (2), 124–142.
- Coates, D. & Harrison, T. 2005. Baseball strikes and the demand of attendance. *Journal of Sport Economics* 6 (3), 282–302.
- Coates, D. & Humphreys, B. R. 2007. Ticket prices, concessions and attendance at professional sporting events. *International Journal of Sport Finance* 2 (3), 161–170.
- Crawford, G. 2005. *Consuming sport. Fans, sport and culture*. London: Routledge.

- Dahlberg, O. & Laine, A. 2017. Yleisön mediarepresentaatiot Ilta-Sanomien ja Urheilulehden vuoden 2011 miesten jääkiekon MM-kisauutisoinnissa. *Liikunta & Tiede* 54 (6), 66–72.
- Dahlgren, S., Kivistö S. & Paasonen, S. 2011. Johdanto: skandaalin maisema. Teoksessa S. Dahlgren, S. Kivistö & S. Paasonen (toim.) *Skandaali! Suomalaisen taiteen ja politiikan mediakohut*. Helsinki: Helsinki-kirjat, 7–17.
- Edling, C. & Hedström, P. 2003. *Kvantitatiiva metoder. Grundläggande analysmetoder för samhälls- och beteendevetare*. Lund: Studentlitteratur.
- Elias, N. & Dunning, E. 1970. The quest for excitement in unexciting societies. Teoksessa G. Lüschen (toim.) *The cross-cultural analysis of sport and games*. Champaign III: Stipes Publishing Company, 31–51.
- Franken, R. E. 1998. *Human Motivation*. Pacific Grove: Brooks/Cole.
- Gencer, T., Kiremitci, O. & Boyacioglu, H. 2011. Spectator motives and points of attachment: an investigation on professional basketball. *Journal of Human Kinetics* 30 (1), 189–196.
- Hakala, J. T. 2010. Tutkimusmenetelmän valinnasta. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli. *Ikku-noita tutkimusmetodeihin I*. 3. painos. Jyväskylä: PS-kustannus, 12–25.
- Hamqvist, S. 2009. *Dagspress, sport och doping. Medieskandalen i ett samtida Sverige*. Lunds Universitet. *Lund Studies in Media and Communication*.
- Heikkala, J. 1994. Kilpa- ja huippu-urheilun arvoperusta. Teoksessa T. Haukilahti & M. Ilmarinen (toim.) *Liikunnan yhteiskunnallinen perustelu: tieteellinen katsaus. Liikunnan ja kansanterveyden edistämissäätiö. Liikunnan ja kansanterveyden julkaisuja* 90, 232–240.
- Heimonen, S. 2017. *Naispesäpallon katsojamäärien muutokset Jyväskylässä ja katsojamääriin vaikuttavat tekijät*. Jyväskylän yliopisto. *Liikuntatieteellinen tiedekunta. Kandidaatin-tutkielma*.
- Heinilä, K. 1985. Penkkiurheilun viehätyks. Teoksessa A. O. Arponen & O. Pekkanen (toim.) *Urheilun tulevaisuus*. Helsinki: Valtion painatuskeskus, 77–84.
- Heinilä, K. 1986. *Koripallo penkkiurheiluna*. 2. painos. Jyväskylän yliopisto. *Liikuntasuunnittelun laitoksen tutkimuksia* 35/1986.

- Heinilä, K. 1994. Urheilu viihteenä. Teoksessa T. Haukilahti & M. Ilmarinen (toim.) Liikunnan yhteiskunnallinen perustelu: tieteellinen katsaus. Liikunnan ja kansanterveyden edistämissäätiö. Liikunnan ja kansanterveyden julkaisuja 90, 108–120.
- Heinilä, K. 2000. Mikä on urheilun vihteellinen merkitys? Teoksessa M. Miettinen (toim.) Haasteena huomisen hyvinvointi – Miten liikunta lisää mahdollisuuksia? Liikunnan yhteiskunnallinen perustelu II: tutkimuskatsaus. Liikunnan ja kansanterveyden edistämissäätiö. Liikunnan ja kansanterveyden julkaisuja 124, 287–307.
- Heinilä, K. 2010. Liikunta- ja urheilukulttuurimme. Eilen, tänään ja huomenna. Helsinki: Kirja kerrallaan.
- Heinonen, H. 2004a. Hulluna urheilusta. Penkkiurheilu ja fanius tutkimuskohteena. Teoksessa K. Ilmanen (toim.) Pelit ja kentät. Kirjoituksia liikunnasta ja urheilusta. Jyväskylän yliopisto. Liikunnan sosiaalitieteiden laitoksen tutkimuksia 3/2004, 231–247.
- Heinonen, H. 2004b. Urheilun yleisöt ja fanit elämysyhteiskunnassa: käsitteellisiä pelivälineitä. *Liikunta & Tiede* 141 (6), 96–99.
- Heinonen, H. 2005. Jalkapallon lumo. Tutkimus suomalaisesta Everton-faniudesta. Jyväskylä: Atena.
- Heinonen, H. & Godenhjelm, P. 2000. Ohranjyvä silmässä. Suomalaiset urheiluyleisöt ja alkoholi. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Heinonen, H. & Godenhjelm, P. 2001. Hakkapeliitat Anfieldillä. Tapaustutkimus suomalaisista jalkapallo-faneista MM-karsintaottelussa Englanti–Suomi Anfieldillä Liverpoolissa 24.3.2001. Jyväskylän yliopisto. Liikunnan kehittämiskeskuksen julkaisuja 2/2001.
- Helsingin Sanomat. 2017. Tässä on koko Suomen suosituin naisten palloilujoukkue – mikä on huikean menestyksen salaisuus? Viitattu 25.3.2018. <https://www.hs.fi/urheilu/art-2000005368995.html>
- Herlin, N. & Holopainen, P. 2003. Sportin vartijat. Helsinki: Tammi.
- Hippos2020. Viitattu 20.3.2018. <http://hippos2020.fi/fi/>
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2016. Tutki ja kirjoita. 21. painos. Helsinki: Tammi.
- Hjelseth, A. 2006. Mellom børs, katedral og karneval. Norske supportereres forhandlinger om kommersialisering av fotball. Universitetet i Bergen. Sosiologisk institutt. Avhandling for dr. polit -graden.
- Huovinen, E. 2003. Pesiskeskuksen rakentaminen Jyväskylään. Pesiskeskustyöryhmän raportti. Jyväskylä: Jyväskylän kaupunki, liikuntapalvelukeskus.

- Iho, A. & Heikkilä, J. 2010. Impact of advance ticket sales on attendance in the Finnish football league. *Journal of Sports Economics* 11 (2), 214–226.
- Itkonen, H. 1996. Kenttien kutsu. Tutkimus liikuntakulttuurin muutoksesta. Helsinki: Gaudemus.
- Itkonen, H. 1999. Kilpакenttien kapinalliset. Liikuntatieteellinen seura. Liikuntatieteellisen seuran Impulssi 17.
- Itkonen, H. 2000. Pesäpallon alueellinen muutos. Teoksessa H. Itkonen, J. Heikkala, K. Ilmanen & P. Koski (toim.) Liikunnan kansalaistoiminta. Muutokset, merkitykset ja reunaehdot. Liikuntatieteellinen seura. Liikuntatieteellisen seuran julkaisu 152, 92–105.
- Itkonen, H. 2012. Liikuntasosiologia urheilun, liikunnan ja ruumiillisuuden jäljillä. Teoksessa K. Ilmanen & H. Vehmas (toim.) Liikunnan areenat. Yhteiskunnallisia kirjoituksia liikunnasta ja urheilusta. Jyväskylän yliopisto. Liikuntakasvatuksen laitoksen tutkimuksia 1/2012, 7–20.
- Itkonen, H., Ilmanen, K., Matilainen, P. & Jaskari, L. 2008. Media urheilun tulkkina ja tekijänä. Jyväskylän yliopisto. Liikuntatieteiden laitoksen tutkimuksia 1/2008.
- Itkonen, H. & Kortelainen, J. 1999. Rantakentältä maailmalle. Kiteen pesäpallo, lajikulttuuri ja yhteiskunta. Liikuntatieteellinen seura. Liikuntatieteellisen seuran julkaisu 146.
- James, J. & Ross S. 2004. Comparing sport consumer motivations across multiple sports. *Sport Marketing Quarterly* 13 (1), 17–25.
- JYP Jyväskylä. 2017a. JYP ja Kirittäret merkittävään yhteistyöhön. Viitattu 27.3.2018. <http://www.jypliiga.fi/2017/12/jyp-ja-kirittaret-merkittavaan-yhteistyohon/>
- JYP Jyväskylä. 2017b. Uusi JYP-sovellus kerää fanit ja yhteistyökumppanit yhteen. Viitattu 16.3.2018. <http://www.jypliiga.fi/2017/05/uusi-jyp-sovellus-keraa-fanit-ja-yhteistyokumppanit-yhteen/>
- Jyväskylän kaupungin kuntalaiskysely liikunnasta 2016. Viitattu 30.3.2018. https://www.jyvaskyla.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/jyvaskyla/embeds/jyvaskylawwwstructure/84728_Tutkimusraportti2016.pdf
- Jyväskylän kaupunki. 2017. Kaupunkistrategia. Viitattu 27.3.2018. http://www.jyvaskyla.fi/strategia_ja_hankkeet/kaupunkistrategia
- Jyväskylän kaupunki. 2018. Perustietoa Jyväskylästä. Viitattu 8.4.2018. <http://www.jyvaskyla.fi/info/pahkinankuoressa>

- Jyväskylän Kiri-Juniorit. 2017. Jyväskylän Kiri&Kirittäret Juniorit ry on syntynyt. Viitattu 21.1.2018. <https://www.kirijuniorit.fi/?x118281=273600>
- Jyväskylän Pesis. 2016. Toimintakertomus 2016. Julkaisematon.
- Järvinen, H. 1994. Liikunnan ja urheilun joukkotiedotus. Teoksessa T. Haukilahti & M. Ilmarinen (toim.) Liikunnan yhteiskunnallinen perustelu: tieteellinen katsaus. Liikunnan ja kansanterveyden edistämissätiö. Liikunnan ja kansanterveyden julkaisuja 90, 121–135.
- Kahle, L., Duncan, M., Dalakas, V. & Aiken, D. 2001. Social values of fans for men's versus women's university basketball. *Sport Marketing Quarterly* 10 (3), 156–162.
- Kaivosaaari, A. 2017. "Lempeä Lydia" – "voimakas Björger". Naishiihtäjien representoinnin muutokset *Urheilulehden* teksteissä vuosina 1905–2010. Jyväskylän yliopisto. *Studies in sport, physical education and health* 255.
- Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki: WSOY.
- Keaton, S., Watanabe, N. & Gearhart, C. 2015. A comparison of college football and NASCAR consumer profiles: identity formation and spectatorship motivation. *Sport Marketing Quarterly* 24 (1), 43–55.
- Keski-Suomen Liikunta. 2018. Kaikki peliin ohjelma. Viitattu 20.2.2018. <http://www.kesli.fi/seuratoiminta/hankkeet-ja-kampanjat/kaikki-peliin-ohjelma/>
- Keskisuomalainen. 2015. Jyväskylä on surkea palloilukaupunki mutta onneksi Kuopio on vielä surkeampi. Viitattu 27.10.2017. <https://www.ksml.fi/urheilu/Jyväskylä-on-surkea-palloilukaupunki-mutta-onneksi-Kuopio-on-vielä-surkeampi/364630>
- Kim, Y. H., Duncan, J. L. & Jai, T-M. 2016. Segmenting the collegiate football game spectator: a cluster analysis approach. *Sport, Business and Management* 6 (1), 76–96.
- Kirittäret. 1998. Anomus Superpesissarjapaikan siirtämisestä 26.11.1998. Julkaisematon Etukenttä Oy:n Suomen Pesäpalloliitolle osoittama anomus.
- Kirittäret. 2016. Kirittärien valmennus ja johtoryhmä valmis. Viitattu 27.10.2017. <http://www.kirittaret.fi/?x328805=551111>
- Kirittäret. 2017a. Kaudella 2017 tavoitteena on 17. perättäin mitali naisten superpesiksessä! Viitattu 27.10.2017. <http://www.kirittaret.fi/?x328805=616085>
- Kirittäret. 2017b. Kirittärien ottelutapahtumat alkoholittomiksi kaudella 2017. Viitattu 27.10.2017. <http://www.kirittaret.fi/?x328805=595405>

- Kirittäret. 2017c. Nettilippu.fi ja Kirittäret yhteistyöhön, pääsyliput netistä Kirittärien kotioteluihin. Viitattu 27.10.2017. <http://www.kirittaret.fi/?x328805=607395>
- Kirittäret. 2018. Kirittärien johtokunnalle valittiin uusi puheenjohtaja. Viitattu 21.1.2017. <http://www.kirittaret.fi/?x328805=674987>
- Kiviaho, P. & Mustikkamaa, U. 1978. Intragroup conflict in sport audience during intergroup competition: a test of the conflict-integration hypothesis. Teoksessa F. Landry & W. Orban (toim.) *Sociology of sport. Sociological studies and administrative, economic and legal aspects of sports and leisure*. Miami: Symposia Specialists, 267–285.
- Kokkonen, J. 2015. Suomalainen liikuntakulttuuri. Juuret, nykyisyys ja muutossuunnat. Suomen Urheilumuseo. Suomen Urheilumuseosäätiön tutkimuksia 3.
- Kolamo, S. 2018. *Mediaurheilu. Tunnetalouden dynamo*. Tampere: Vastapaino.
- Koponen, J. & Rainesalo, S. 1995. Penkkiurheilijan muotokuva – suomalaisen jääkiekkoyleisön rakenne, viihdetarkoitukset ja katsomokäyttäytymisen moraalit. Jyväskylän yliopisto. Liikunnan sosiaalitieteiden laitos. Pro gradu -tutkielma.
- Koski, P. 2014. Hukattu penkkiurheilijasukupolvi? *Liikunta & Tiede* 51 (6), 4–9.
- Koski, P. 2015. Kilpaurheilun seuraaminen. Teoksessa S. Kokko & R. Hämylä (toim.) *Lasten ja nuorten liikuntakäyttäytyminen Suomessa. LIITU-tutkimuksen tuloksia 2014*. Valtion liikuntaneuvosto. Valtion liikuntaneuvoston julkaisuja 2015:2, 33–38.
- Koski, P., Laine, A. & Matilainen, P. 2016. Urheilun ja liikunnan seuraaminen. Teoksessa S. Kokko & A. Mehtälä (toim.) *Lasten ja nuorten liikuntakäyttäytyminen Suomessa. LIITU-tutkimuksen tuloksia 2016*. Valtion liikuntaneuvosto. Valtion liikuntaneuvoston julkaisuja 2016:4, 51–56.
- Koski, P. & Latonen, H. 1999. Jalkapallo yleisölajina. Jyväskylän yliopisto. Liikunnan kehittämiskeskuksen julkaisuja 2/1999.
- Kossakowski, R. 2017. Where are the hooligans? Dimensions of fandom in Poland. *International Review for the Sociology of Sport* 52 (6), 693–711.
- Kuntopuntari. 2017. Veikkausliigan yleisömäärät 2017. Viitattu 25.3.2018. <https://kuntopuntari.wordpress.com/2017/05/01/veikkausliigan-yleisomaarat-2017/#more-4940>
- Kshetri, N., Queen, B., Schioppa, A. & Elmore, C. 2009. The profile and motivation of golf tournament attendees: an empirical study. *Journal of Interdisciplinary Mathematics* 12 (2), 225–241.

- Lahtinen, V. 2017. Henkilökohtainen tiedonanto 7.11.2017, Jyväskylä.
- Laine, A., Salasuo, M. & Matilainen, P. 2016. Arvot, syrjintä ja kiusaaminen. Teoksessa S. Kokko & A. Mehtälä (toim.) Lasten ja nuorten liikuntakäyttäytyminen Suomessa. LIITU-tutkimuksen tuloksia 2016. Valtion liikuntaneuvosto. Valtion liikuntaneuvoston julkaisuja 2016:4, 57–61.
- Laitinen, E. 1980. Jyväskylän Kiri 1930–1980. Jyväskylä: Jyväskylän Kiri.
- Laitinen, E. 1983. Pesäpallo. Kansallispeli 60 vuotta. Helsinki: Suomen Pesäpalloliitto.
- Lampikoski, K. & Lampikoski, T. 2000. Kuluttajavisiot. Näköaloja kuluttajakäyttäytymisen tulevaisuuteen. Porvoo: WSOY.
- Lehmuskallio, M. 2007. Liikuntakulutus kaupunkilaislasten ja -nuorten liikuntasuhteessa. Turun yliopisto. Scripta lingua fennica edita 263.
- Liiga. 2017. Liigan yleisömäärät kasvoivat – runkosarjassa lähes kaksi miljoonaa katsojaa. Viitattu 22.1.2018. <http://liiga.fi/uutiset/2017/03/15/liigan-yleisomaarat-kasvoivat-runkosarjassa-lahes-kaksi-miljoonaa-katsojaa>
- Luomi, T. & Viherkenttä, A. 1965. Pesäpallo. Helsinki: Otava.
- Mattila, A. 1991. Amerikkalainen jalkapallo penkkiurheiluviihteenä. Jyväskylän yliopisto. Liikunnan sosiaalitieteiden laitos. Pro gradu -tutkielma.
- McDonald, M. & Rascher, D. 2000. Does bat day make cents? The effect of promotions on the demand for Major League Baseball. *Journal of Sport Management* 14 (1), 8–27.
- Merlo, L., Hong, J. & Cottler, L. 2009. The association between alcohol-related arrests and college football game days. *Drug and Alcohol Dependence* 106 (1), 69–71.
- Mertaniemi, M., Puronaho, K. & Näsi, J. 1994. Liikunnan taloudellinen merkitys. Teoksessa T. Haukilahti & M. Ilmarinen (toim.) Liikunnan yhteiskunnallinen perustelu: tieteellinen katsaus. Liikunnan ja kansanterveyden edistämissäätiö. Liikunnan ja kansanterveyden julkaisuja 90, 319–351.
- Mesikämmen, J. 2002. Luonnonjäältä areenoille, intohimosta leipäpuuksi. Ammattilaistumisen avaimia suomalaisessa jääkiekossa. Teoksessa H. Roiko-Jokela & E. Sironen (toim.) Lajien synty. Suomen urheiluhistoriallisen seuran vuosikirja 2001–2002. Jyväskylä: Atena, 103–120.
- Metsämuuronen, J. 2009. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. 4. laitos. Helsinki: International Methelp.

- Minkkinen, V., Pääkkönen, H. & Liikkanen, V. 2001. Kulttuuri- ja liikuntaharrastukset 1991 ja 1999. Tilastokeskus. Kulttuuri ja viestintä 2001:5.
- Mustikkamaa, U. 1973. Jyväskylän Kirin ja Jyväskylän Lohen pesäpalloyleisöjen alueellinen ja sosiaalinen rakenne. Jyväskylän yliopisto. Liikuntakasvatuksen laitos. Pro gradu -tutkielma.
- Mähönen, J. 2008. Perheet penkeillä, katseet kentillä. Yleisurheiluyleisön profiili kesän 2007 eliittikisoissa. Jyväskylän yliopisto. Liikuntatieteiden laitos. Pro gradu -tutkielma.
- Nevala, A. 2012. “Mitään jalkapalloa miehekkäämpää ei voi ollakaan”. Viisi vaihetta kylätappelusta viihdetuotteeksi. Teoksessa K. Ilmanen & H. Vehmas (toim.) Liikunnan areenat. Yhteiskuntatieteellisiä kirjoituksia liikunnasta ja urheilusta. Jyväskylän yliopisto. Liikuntakasvatuksen laitoksen tutkimuksia 1/2012, 239–260.
- Nurmi, J-E. & Salmela-Aro, K. 2017. Johdanto. Teoksessa J-E. Nurmi & K. Salmela-Aro (toim.) Mikä meitä liikuttaa. Motivaatiopsykologian perusteet. Jyväskylä: PS-kustannus, 9–15.
- Ojala, T. & Viinikainen, S. 1992. Koripalloyleisön rakenne, motiivit ja moraali. Jyväskylän yliopisto. Liikunnan sosiaalitieteiden laitos. Pro gradu -tutkielma.
- Ostrowsky, M. 2014. The social psychology of alcohol use and violent behavior among sports spectators. *Aggression and Violent Behavior* 19 (1), 303–310.
- Paloaro, M. 2001. Sopupelien varjot. Tampere: MC-Pilot.
- Park, J., Suh, Y. & Pedersen, P. 2016. Examining spectator motivations in Major League Baseball: A comparison between senior and non-senior consumers. *Choregia* 12 (2), 13–32.
- Patentti- ja rekisterihallitus. Yhdistysrekisteri. Jyväskylän Pesiksen tiedot haettu rekisteristä 15.1.2018. <http://yhdistysrekisteri.prh.fi/othaku.htx?kieli=1&oskori=NEW>
- Pihkala, L. 1917. Pitkäpallo. Pallonlyönnin merkitys. Säännöt, opetusohjeita ja harjoitusneuvoja. Helsinki: Urheilijain kustannusosakeyhtiö.
- Pihkala, L. 1922. Pesäpallo. Pelin säännöt. 2. painos. Helsinki: Otava.
- Pihkala, L. 1966. Kuningaspallosta pesäpalloon. Muistelmia ja mietteitä pallonlyönnin kehitysvaiheista. Helsinki: Suomen Pesäpallosäätiö.
- Piispa, M. 2013. Uusi Suomi ja urheilukulttuurin muutos. *Liikunta & Tiede* 50 (1), 4–9.
- Pirinen, R. 2006. Urheileva Nainen lehtiteksteissä. Tampereen yliopisto. *Acta Universitatis Tamperensis* 1138.

- Pyykkönen, T. 2003. ”Ihanaa katsojat, ihanaa!” *Liikunta & Tiede* 40 (5–6), 46–48.
- Pöntinen, S. 2001. TPS yleisön silmin. Teoksessa A-H. Anttila & H. Ruonavaara (toim.) *Jääkiekkoilta Turussa. Tutkielmia kiekkoyleisöstä*. Turku: Kirja-Aurora, 110–131.
- Rascher, D. & Solmes, J. P. 2007. Do fans want close contests? A test of the uncertainty of outcome hypothesis in the National Basketball Association. *International Journal of Sport Finance* 2 (3), 130–141.
- Rasila, S. & Salasuo, J. 2002. Tapaustutkimus jalkapallon Suomen cupin finaalista Tampereella 2001. Jyväskylän yliopisto. Liikunnan ja sosiaalitieteiden laitos. Pro gradu -tutkielma.
- Robinson, L. 2003. The business of sport. Teoksessa B. Houlihan (toim.) *Sport & Society. A student introduction*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications, 165–183.
- Salimäki, H. 2000. Isänmaan ja urheilu-uskon mies. Lauri Pihkala modernin urheiluaatteen esitaistelijana. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.
- Salminen, J-P. 2014. ”Se on just toi yhteisöllisyys mikä on tässä kannattajaporukassa, että jos ei näitä tyyppejä täällä ois”. Suomen jalkapallomaajoukkueen kannattajien kokemuksia kannattajuudesta. Jyväskylän yliopisto. Liikuntakasvatuksen laitos. Pro gradu -tutkielma.
- Schreiber, J. 2016. *Motivation 101*. New York: Springer Publishing Company.
- Schulze, G. 1996. *Die Erlebnis-Gesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. 6. painos. Frankfurt, New York: Campus Verlag.
- Scott, A. & Turco, D. M. 2009. Distinguishing event spectator spending profiles. Project impacts of the 2009 U.S. Open Golf Championship. *Sport Management International Journal* 5 (1) 39–54.
- Scott, C-G. 2012. Djurgårdens fina grabbar: local identities and the cross-national transfer of spectator-related football violence. *Histoire sociale/Social history* 45 (90), 221–244.
- Sironen, E. 1995. Urheilun aika ja paikka. Liikunnan ja kansanterveyden tutkimuskeskus. *Liikunnan ja kansanterveyden julkaisuja* 100.
- Soininen, M. 1995. Tieteellisen tutkimuksen perusteet. Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskus. Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskuksen julkaisuja A:43.
- Sponsor Insight. 2018. Viitattu 25.2.2018. <http://www.sponsorinsight.fi/>

- Suomen Koripalloliitto. 2017. Korisliigan runkosarjassa uusi katsojaennätys – positiivinen vire jatkuu. Viitattu 22.1.2018.
http://www.basket.fi/uutiset/kaikki_uutiset/?x122462=46807907
- Suomen Pesäpalloliitto. 1990. Pesäpallokirja. Helsinki: Suomen Pesäpalloliitto.
- Suomen Pesäpalloliitto. 2001. Pesäpallokirja. Helsinki: Suomen Pesäpalloliitto.
- Suomen Pesäpalloliitto. 2016. Pesäpalloliikkeen tulevaisuus. Miten etenemme kohti vuotta 2022? Viitattu 2.3.2018. https://pesis-fi-bin.directo.fi/@Bin/56853a53b32afd5c20aa2f94fff41255/1522741235/application/pdf/29207125/Pesapalloliikkeen_tulevaisuus.pdf
- Suomen Pesäpalloliitto. 2017a. Kouvolan Pallonlyöjät on Superpesiksen yleisömagneetti. Viitattu 13.1.2018. <http://www.pesis.fi/?x21605=33042662>
- Suomen Pesäpalloliitto. 2017b. Pesäpallon World Cup -turnauksen otteluohjelma julkaistu – vapaa sisäänpääsy! Viitattu 4.3.2018.
<http://www.pesis.fi/pesapalloliitto/artikkeliarkisto/?x2172098=31221634>
- Suomen Pesäpalloliitto. 2017c. Edessä mahtava pesiskesä – jopa 70 huippumatsia suorana! Viitattu 25.3.2018. <http://www.pesis.fi/?x21605=28457026>
- Suomen Pesäpalloliitto. 2017d. Superpesiksen kausiennakko 2017. Viitattu 23.2.2018.
<http://pesis-fi-bin.directo.fi/@Bin/0f0340af70f5bde0af974ded5314e11b/1522739152/application/pdf/29886899/Superpesis-kauden-avaus.pdf>
- Suomen Pesäpalloliitto. 2018. Superpesis ja Nelonen Media solmivat mittavan televisiosopimuksen. Viitattu 25.3.2018.
<http://www.pesis.fi/superpesis/uutiset/?x3304291=34814226>
- Suominen, S. 2013. Essays on the demand for cultural performances. University of Vaasa. Acta Wasaensia 287.
- Superpesis. 2018. Pesäpallokaudelle 2018 ei sääntömuutoksia – hallissa kokeiltu ”Lex Wirzenius” ei käytössä kesäkaudella. Viitattu 25.3.2018.
<https://www.superpesis.fi/uutiset/pesapallokaudelle-2018-ei-saantomuutoksia-hallissa-kokeiltu-lex-wirzenius-ei-kaytossa-kesakaudella/>
- Takalo, T. 2015. Massaliikuntatapahtuman osallistujaryhmät ja osallistumisen motiivit. Kainuun rastiviikko ja suunnistuksen MM-kilpailut 2013. Jyväskylän yliopisto. Studies in sport, physical education and health 223.

- Thrane, C. 2001. Sport spectators in Scandinavia. A class phenomenon? *International Review for the Sociology of Sport* 36 (2), 149–163.
- Tilastokeskus. 2018. Veronalaiset tulot. Viitattu 8.4.2018.
http://tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_tulot.html
- Trail, G. & James, J. 2001. The motivation scale for sport consumption: assessment of the scale's psychometric properties. *Journal of Sport Behavior* 24 (1), 108–127.
- Turtiainen, R. 2012. Nopeammin, laajemmalle, monipuolisemmin. Digitalisoituminen mediaurheilun seuraamisen muutoksessa. Turun yliopisto. Kulttuurituotannon ja maise-
 mantutkimuksen julkaisuja 37.
- Tyni, M. 2011. Hurrikaanin pyörteissä. Tutkimus jääkiekon SM-liigajoukkue JYPin faneista. Jyväskylän yliopisto. Liikuntatieteiden laitos. Pro gradu -tutkielma.
- Valli, R. 2010a. Kyselylomaketutkimus. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli. Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. 3. painos. Jyväskylä: PS-kustannus, 103–127.
- Valli, R. 2010b. Mitä numerot kertovat? Teoksessa J. Aaltola & R. Valli. Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. 3. painos. Jyväskylä: PS-kustannus, 222–235.
- Valli, R. 2010c. Vastaaja asettaa tulkinnalle haasteita. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli. Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. 3. painos. Jyväskylä: PS-kustannus, 236–250.
- Valli, R. 2015. Johdatus tilastotieteelliseen tutkimukseen. 2. painos. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Vallo, H. & Häyrynen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 5. painos. Helsinki: Tietosanoma.
- Valvira. 2018. Alkoholijuomien anniskelu. Ohje 4/2018. Viitattu 20.4.2018.
http://www.valvira.fi/documents/14444/221693/Alkoholijuomien_anniskelu.pdf/7eb96d8e-1be8-c5d8-c08f-950738a1a9a3
- Vanni, M. 1997. Markkinointi on jo osa tapahtumaa. *Liikunta & Tiede* 34 (1), 44–45.
- Vastamäki, J. 2010. Kyselylomaketutkimus. Tutkimusasetelman ja mittareiden valinta. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli. Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. 3. painos. Jyväskylä: PS-kustannus, 128–140.
- Vehmas, H., Kontsas, M., Koskinen, T., Kämppi, K. & Puronaho, K. 2005. Klerot II. Liikunta-alan elinkeinorakenne ja osaamistarpeet. Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäätiö. Cuporen julkaisuja 11/2005.
- Vehviläinen, H. & Itkonen, H. 2009. Mimmiliigasta maailmalle. Tutkimus suomalaisen naisjalkapalloilun muutoksesta. Joensuu: Ilias.

- Viherkenttä, A. 1972. Pesäpalloa isästä poikaan. Helsinki: Suomen Pesäpalloliitto.
- Viitanen, R. 1999. Kulttuuripuntari 1999. Raportti kulttuuripalvelujen käytöstä ja merkityksestä työssä jaksamisen ja vapaa-ajanvieton kannalta. Opetusministeriö, kulttuuriyksikkö. Kulttuuripolitiikan osaston julkaisusarja 9/1999.
- Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi.
- Virsu, V. 2010. Käryt, ruumiit ja rippeet. Dopingongelma retorisena konstruktiona. Teoksessa E. Vettenniemi (toim.) Hiihto & häpeä. Lahti 2001 mediaskandaalina. Jyväskylän yliopisto. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 101, 161–182.
- Virtapohja, K. 1995. “Den glider in”: kultajuhlat leijonille, karnevaalit katsojille. Jyväskylä: Atena.
- Virtapohja, K. 1998. Sankareiden salaisuudet. Journalistinen draama suomalaista urheilusankaria synnyttämässä. Jyväskylä: Atena.
- Wang, T., Min, S. & Kim, S. 2013. Fulfillment of sport spectator motives: the mediation effect of well-being. *Social Behavior and Personality* 41 (9), 1421–1433.
- Wann, D. 1995. Preliminary validation of the sport fan motivation scale. *Journal of Sport & Social Issues* 19 (4), 377–396.
- Wann, D., Schrader, M. & Wilson, A. 1999. Sport fan motivation: questionnaire validation, comparisons by sport, and relationship to athletic motivation. *Journal of Sport Behavior* 22 (1), 114–139.
- Wong, R. 2000. *Motivation. A biobehavioural approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wood, G. 2017. A grievance most just? Collective violence in Yorkshire, North of England. University of Helsinki. Publications of the Faculty of Social Sciences 48.
- YLE. 2011. Tämä oli Sykähdyttävvin urheiluhetki 2010. Viitattu 14.3.2018. <https://yle.fi/urheilu/3-6166494>
- YLE. 2016. Naisten lentopallo harvinainen poikkeus miesten dominoimilla urheilumarkkinoilla. Viitattu 25.3.2018. <https://yle.fi/urheilu/3-8653503>
- Zacheus, T. 2008a. Luonnonmukaisesta arkiliikunnasta liikunnan eriytymiseen. Suomalaiset liikuntasukupolvet ja liikuntakulttuurin muutos. Turun yliopisto. Scripta lingua fennica edita 268.
- Zacheus, T. 2008b. Suomalaiset ja vapaa-aika. Raportti ISSP 2007 Suomen aineistosta. Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Yhteiskuntatieteellisen tietoaarkiston julkaisuja 8.

LIITE 1. Kyselylomake

KATSOJAKYSELY



Hyvä pesäpallokatsoja!

Kyselyn tarkoituksena on selvittää Kirittärien yleisöprofiili sekä yleisön motiiveja ottelun seuraamiseen. Tutkimuksen avulla pyritään kehittämään Kirittärien toimintaa. Tutkimus toteutetaan Jyväskylän yliopiston pro gradu -tutkielmana. Kyselyyn vastataan ympyröimällä valittu vaihtoehto. Vastaaminen vie noin 5 minuuttia. Tutkimuksen onnistumisen kannalta on erittäin tärkeää, että vastaatte jokaiseen kysymykseen. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja nimettöminä.

Kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan kahden hengen VIP-liput yhteen Kirittärien kotiotteluun. VIP-liput sisältävät pääsyliput otteluun, ruokailun sekä pullakahvit. Jos haluatte osallistua arvontaan, täyttäkää yhteystietonne kyselyn välissä olevaan arvontalomakkeeseen. Kysely- ja arvontalomake palautetaan pääkioskilla olevaan palautuslaatikkoon.

Kiitos yhteistyöstä!

Sara Heimonen
Jyväskylän yliopisto

Petri Kaijansinkko
Kirittäret

1. Sukupuoli

- a. Mies
- b. Nainen

2. Ikä _____ vuotta

3. Asuinpaikka

- a. Jyväskylä
- b. Muu, mikä? _____

4. Koulutustaso

- a. Perusaste (esim. perus-, kansa- tai keskikoulu)
- b. Toisen asteen tutkinto (esim. lukio tai ammattioppilaitos)
- c. Korkeakoulututkinto (yliopisto tai ammattikorkeakoulu)
- d. Muu koulutus

5. Ammattiasema

- a. Yrittäjä/maanviljelijä
- b. Ansiotyössä
- c. Työtön
- d. Opiskelija tai koululainen
- e. Eläkeläinen
- f. Muu, mikä? _____

6. Henkilökohtaiset bruttotulot vuodessa

- a. Alle 5000 €
- b. 5 000 – 9 999 €
- c. 10 000 – 24 999 €
- d. 25 000 – 39 999 €
- e. 40 000 – 59 999 €
- f. 60 000 – 79 999 €
- g. Yli 80 000 €
- h. En osaa/halua sanoa

7. Kuinka usein harrastatte vapaa-ajan kuntoliikuntaa vähintään 30 minuuttia niin, että ainakin lievästi hikoillette ja hengästyttte?

- a. Päivittäin
- b. 4–6 kertaa viikossa
- c. 2–3 kertaa viikossa
- d. Kerran viikossa
- e. 2–3 kertaa kuukaudessa
- f. Muutaman kerran vuodessa tai harvemmin
- g. En voi vammaan tai sairauden vuoksi harrastaa liikuntaa
- h. En harrasta liikuntaa

8. Millainen on pesäpallotaustanne? Voitte valita useamman vaihtoehdon.

- a. Olen pelannut tai pelaan tällä hetkellä pesäpalloa kilpailumielessä
- b. Olen pelannut tai pelaan tällä hetkellä pesäpalloa harrastemielessä
- c. Olen ollut tai olen pesäpallovalmentaja/muu seuratoimija
- d. En ole pelannut pesäpalloa tai ollut pesäpallovalmentaja/muu seuratoimija

9. Mistä saitte tiedon tästä ottelusta?

- a. Kirittärien nettisivuilta
- b. Kirittärien sosiaalisen median kanavasta (esim. Facebook)
- c. Lehtimainoksesta
- d. Tutulta
- e. Muualta, mistä? _____

10. Mitä mieltä olette ottelun ennakkomainonnasta ja -tiedottamisesta?

- a. Erinomainen
- b. Hyvä
- c. Kohtalainen
- d. Huono

Perustelut, miksi? _____

11. Arvioikaa kulkemanne matka (yhteen suuntaan) otteluun kilometreinä

_____ km

12. Millä kuljitte matkan?

- a. Jalan
- b. Polkupyörällä
- c. Julkisella kulkuneuvolla
- d. Henkilöautolla
- e. Muulla, millä? _____

13. Miksi tulitte katsomaan ottelua?

(1 = ei lainkaan merkitystä, 2 = ei juurikaan merkitystä, 3 = jossain määrin merkitystä, 4 = melko paljon merkitystä, 5 = erittäin paljon merkitystä)

Kannatan Kirittäriä	1	2	3	4	5
Haluan viettää aikaa perheeni kanssa	1	2	3	4	5
Otteluissa on hyvä tunnelma	1	2	3	4	5
Haluan seurata huippupesäpalloa	1	2	3	4	5
Haluan rentoutua	1	2	3	4	5
Ottelun ennakoasetelma oli mielenkiintoinen	1	2	3	4	5
Haluan viettää aikaa ystäväni kanssa	1	2	3	4	5
Ottelut ovat viihdyttäviä	1	2	3	4	5
Haluan nähdä taitavia pelisuorituksia	1	2	3	4	5
Ottelun seuraaminen vähentää stressiä	1	2	3	4	5
Haluan nähdä Kirittäriä voittavan	1	2	3	4	5
Otteluissa tapaa pesäpallosta kiinnostuneita ihmisiä	1	2	3	4	5
Haluan nähdä jännittävän ottelun	1	2	3	4	5
Ottelun seuraaminen on mukava ajanviettotapa	1	2	3	4	5
Haluan tukea paikallista joukkuetta	1	2	3	4	5
Muu syy, mikä? _____	1	2	3	4	5

14. Kuinka usein käynte yleensä katsomassa Kirittärien kotiotteluita pesäpallokauden aikana?

- a. Olen ensimmäistä kertaa
- b. 1–5 kertaa
- c. 6–10 kertaa
- d. yli 10 kertaa

15. Käytättekö älypuhelinia?

- a. Kyllä
- b. En

16. Seuraatteko Kirittärien toimintaa sosiaalisessa mediassa?

- a. Kyllä
- b. En

Miksi seuraatte/ette seuraa? _____

17. Pesäpallo-ottelussa on mielestäni tärkeää

(1 = ei lainkaan tärkeää, 2 = ei juurikaan tärkeää, 3 = jossain määrin tärkeää, 4 = melko tärkeää, 5 = erittäin tärkeää)

Suosikkijoukkueen voitto	1	2	3	4	5
Juoksujen runsaus	1	2	3	4	5
Mukavat katsomo-olosuhteet	1	2	3	4	5
Yleisön kannustus	1	2	3	4	5
Ohjelma tauon aikana	1	2	3	4	5
Alkoholimyynti	1	2	3	4	5
Muut kioskipalvelut	1	2	3	4	5
Muu, mikä? _____	1	2	3	4	5

18. Toiveet Kirittärien ottelutapahtuman kehittämiseksi

Kiitos vastauksesta!