

**”SINNE ON PAKKO PÄÄSTÄ... PURKAA NIITÄ TUNTEITA... JA ELÄÄ SEN
MATSIN MUKANA”**

Jalkapallon miesten Veikkausliigaseura VPS:n kannattajaksi valikoituminen ja
kannattajuuden rooli osana identiteettiä

Juho Autio

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

”Yks hetki yli kaiken oli ku Vepsu voitti Jaron kolme nolla kauden vikas kotimatsis 2013. Kylmä lokakuu, sunnuntai... ja sillä ratkes sitte pronssimitali samalla kun muut pelas ristiin. Siinä oli onneks ennen päätösvihellystä päättyny ne muut matsit just silleen sopivasti, että sit ku dumari vislas ajan täyteen niin se oli paketoitu se homma, et tuli eka mitali viiteentoista vuoteen. Niin silloin vaan iski ihan primitiivinen, tai emmä tiedä, aivois vaan sumeni. Kauhee euforian rysäys ja silmis oikeestaan pimeni muutamaks sekunniks. Mä juoksin kentälle. Siinä muutama sekunti meni... harhautin yhen järkkärin niin, et se kaatu perseelleen mun cross overista... Joo, se on semmonen johon voi aina palata ja pysähtyy vaan ja miettiä sitä hetkeä, et se oli ihan käsittämätön... joo... se oli käsittämätön tunnelma.”

Vaasan Palloseuran kannattaja

TIIVISTELMÄ

Autio, J. 2018. ”Sinne on pakko päästä... purkaa niitä tunteita... ja elää sen matsin mukana”. Jalkapallon miesten Veikkausliigaseura VPS:n kannattajaksi valikoituminen ja kannattajuuden rooli osana identiteettiä. Liikuntatieteellinen tiedekunta, Jyväskylän yliopisto, liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkielma, 94 s., 1 liite.

Suomalainen jalkapallo ja sen kannattajat kärsivät arvostuksen puutteesta, sillä maassa pelin taso ja otteluiden tunnelma ovat monessa mielessä kaukana eurooppalaisesta huipusta. Kaikesta huolimatta Suomeen on vuosien varrella syntynyt monipuolista ja mielenkiintoista jalkapallokulttuuria. Lähes jokaisella miesten Veikkausliiga-joukkueella ja usealla miesten Ykkösen seuralla on tänä päivänä omat kannattajaryhmänsä, jotka kannattavat seuraansa äänekkäästi ja värikkäästi ottelun ajankohdasta, pelipaikasta ja merkityksestä riippumatta. 1990-luvulla heränneeseen kotimaiseen kannattajakulttuuriin on kuitenkin perehdytty akateemisen tutkimuksen parissa vähän, fanitutkimuksen suurimman huomion keskittyessä Suomen jalkapallomaajoukkuetta ja ulkomaisia seurajoukkueita fanittavien kokemusten tarkasteluun.

Tutkielmani tarkoituksena on lisätä tietoa suomalaisen jalkapalloseuran faniudesta. Aihetta tarkastelen perehtymällä Vaasan Palloseuran (VPS) kannattajaryhmään kuuluvilta henkilöiltä (4) haastatteluin keräämääni aineistoon. Tutkielmassa tarkastelen ensinnäkin sitä, miksi ja miten jalkapallon seuraajaksi ja VPS-kannattajaksi on valikoiduttu. Toiseksi avaan niitä mahdollisuuksia, joita VPS-kannattajuus voi tarjota identiteetin rakentamiseen. Tutkielman teoriaosuudessa taustoitan aihetta käsittelemällä urheilun seuraamiseen ja faniuteen perehtynyttä aiempaa tutkimusta. Identiteetin rakentumista lähestyn kulttuurintutkija Stuart Hallin identiteettikäsityksen näkökulmasta. Tutkielma kiinnittyy näkemykseen identiteetistä jonain, mikä ei ole synnynnäinen ja yksilön sisältä kumpuava asia, vaan alati muutoksessa oleva ja vuorovaikutuksessa toisten kanssa rakentuva sosiaalinen tapahtuma.

Tutkielmani tulosten mukaan kannattajien lapsuudella oli suuri rooli niin lajikiinnostuksen kuin VPS-faniuden muodostumisessa. Perheessä jalkapalloa kohtaan osoitettu kiinnostus, kavereiden kanssa lajin parissa vietetty aika sekä jalkapallon seuraaminen erilaisten medioiden välityksellä vaikuttivat laji-innostuksen syntyyn. Toisaalta perheen ja ystävien merkitys olivat läsnä myös VPS-faniuden synnyssä. Kannattajaryhmässä otteluita seurattaessaan kannattajat kokivat saavansa VPS:n seuraamisesta jotain enemmän: ryhmähengen ja hauskan yhdessäolon lisäksi se tarjosi mahdollisuuden elää mukana pelin tapahtumissa tavalla, jota ei muissa katsomonosissa välttämättä katsottaisi hyvällä. VPS-kannattajuus saattoi toimia paikallisidentiteetin vahvistajana, minkä lisäksi kannattajaryhmän jäsen voi kokea yhteenkuuluvuutta suomalaisen kannattajayhteisön kanssa. Autenttista kannattajaidentiteettiä luotiin rakentamalla pesäeroa paikallisvastustajaan. Kun VPS-kannattajuuteen liitettiin arvoja kuten perinteikkyys, yhteisöllisyys ja lojaalisuus, paikallisvastustajan koettiin puolestaan edustavan perinteiden puutetta, kaupallisuutta ja ”modernia jalkapalloa”.

Kannattajat tulee nähdä ennen kaikkea aktiivisina merkitysten rakentajina. VPS-kannattajat omaksuvat kannattamistapojen, pukeutumisen ja fanidiskurssin osia kansainvälisestä kannattajakulttuurista ja rakentavat niistä omaan kulttuuriseen ja sosiaaliseen kontekstiin soveltuvan kannattajakulttuurin.

Asiasanat: fani, yleisö, jalkapallo, yhteisöllisyys, identiteetti, Veikkausliiga

ABSTRACT

Autio, J. 2018. "You just have to get there... to let it all out... and to experience the match". The origins of VPS-fandom and its' role as a part of supporters' identity. Faculty of Sport and Health Sciences, University of Jyväskylä, Master's thesis in Social Sciences of Sport, 94 pp. 1 appendix.

Finnish football and its' supporters lack respect among public and the media as the level of play and atmosphere in stadiums do not compare with their European counterparts. Despite this we have seen interesting and diverse football supporter culture being born around Finnish football through the years. Nowadays almost every Finnish premier division team and many 1st division teams have their own organized supporter groups which present rowdy and colorful support in the stands regardless of time, place and importance of the fixture. Although the first organized supporter groups were born already in the 1990's the academic literature has shown little interest towards the phenomenon as more attention has been directed on the supporters of the national team and the fans of foreign football clubs.

The object of this thesis is to increase knowledge about supporters of Finnish football clubs. The subject will be introduced by taking a look into interviews given by four members of VPS (Vaasan Palloseura) fanclub. Firstly the thesis looks into how and why these supporters became football enthusiasts and supporters of VPS. Secondly we discuss the role of VPS-fandom as a part of a supporters' identity construction. The theme of the study will be explored by covering the previous research on sports spectatorship and fandom. Identity construction is examined through the thinking of cultural theorist Stuart Hall. Hence identity in this study is not seen as something that is given at birth but something that is constantly in change and reconstructed in interaction with other individuals and groups.

The results of the study indicate that the fans' childhood has been playing a great role in becoming a fan of VPS. The interest towards football in the family and the time spent among playing with friends together with following the sport through different media have had an impact in growing interest towards football. According to the supporters experiences being a part of a supporter group increases the experience of watching football. Along with social cohesion and having fun with friends being part of a supporter group gives the supporters a chance to experience the game in a manner that would not be accepted in other sections of the stadium. As a part of the supporter group a fan can strengthen his sense of local identity and also identify himself as a part of the Finnish supporter community. An authentic supporter identity is enforced by distancing VPS and its supporters from its rival and the values which they are seen to represent. Where tradition, communality and loyalty are seen as the characteristics of VPS and its supporters, its rival is believed to stand for the opposite: lack of tradition, commercialism and 'modern football'.

Being a supporter should be seen as active creation of meanings above all. The supporter culture of VPS-fans is born when supporters adopt parts from the international supporter culture in a specific cultural and social environment. By embracing parts of the supporter tradition in their means of support, dressing and discourse they create a unique supporter culture that is not seen anywhere else.

Key words: fan, audience, football, communality, identity, Finnish football

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

1 JOHDANTO	1
2 TUTKIMUSKYSYMYKSET	4
3 URHEILUN VIIHTEELLINEN MERKITYS.....	6
3.1 Urheilun loisilmiö? – penkkiurheilun kritiikkiä	9
3.2 Urheilun seuraamisen vivahteikas maailma	11
4 FANI JA FANIUS – AJASSA JA PAIKASSA ELÄVIÄ KÄSITTEITÄ.....	15
5 JALKAPALLOFANIUS – ENEMMÄN KUIN VIIHDETTÄ	20
5.1 Kaupallistumista ja vastarintaa	23
5.2 Erilaisia fani-identiteettejä	26
5.3 Aitoja vai epäaitoja kannattajia?.....	29
6 IDENTITEETIN RAKENTUMINEN KERRONNALLISENA ILMIÖNÄ	32
6.1 Stuart Hallin postmoderni identiteettikäsitelmä	33
6.2 Oman erityisyyden havaitseminen vertailun kautta.....	34
6.3 Hallin identiteettikäsitelmän paikantuminen faniuden tutkimuksessa	35
7 FANITUTKIMUKSEN TEOREETTIS-METODOLOGISET LÄHTÖKOHDAT.....	38
7.1 Tutkimuksen ontologinen ja epistemologinen tausta	38
7.2 Kannattajien kertomukset aineistona	40
7.3 Teemahaastattelulla kiinni kannattajien luomiin merkityksiin	42
7.4 Aineiston analyysi.....	44
8 TULOKSET	47
8.1 Jalkapallon seuraajaksi ja VPS-kannattajaksi valikoituminen	47
8.1.1 ”Siis ihan niin pienestä ku mä pystyn muistaa mitään niin aina ollu futista”	47
8.1.2 ”Se on vaan luonnollisesti tullu, että Vepsu on Vaasasta ja sitä kannatetaan”	51
8.1.3 ”Sinne on pakko päästä... purkaa niitä tunteita... ja elää sen matsin mukana”	56

8.2 Identiteetin rakentaminen ja rajaaminen kannattajayhteisössä	61
8.2.1 ”Joku tietty tyyli pitää aina olla, et ei voi tulla ihan missään havaiji-paidassa päätyyn”	61
8.2.2 ”Istut sitten siellä ja huudat vaan jotain random-juttuja näille pelaajille”	68
8.2.3 ”Täällä ei oo mitään suurta rahottajaa, joka sekoilis ihan miten sattuu”	70
9 POHDINTA	77
LÄHTEET	83
LIITTEET.....	93

1 JOHDANTO

Suomalaisella jalkapallostadionilla ottelua seuratessa tunnelma ei aina ole riehakkain mahdollisin. Rauhallisen ottelun tarkkailun lomassa yleisö intoutuu ajoittain taputtamaan rytmikkäästi käsiään yhteen vain osan yleisöstä vaivautuessa nousemaan penkistään ylös maalia juhliakseen. Valtaosa yleisöstä vaikuttaisi seuraavan jalkapalloa kuin teatteriesitystä: urheilijoiden kamppaillessa kentällä yleisö eli penkkiurheilijat seuraavat tätä taistoa aloillaan istuen.

Tämä jalkapallo-otteluiden yleisölle ominainen tapa suhtautua kentän tapahtumiin on tuttu näky myös muissa suomalaisissa urheilutapahtumissa. Mediassa suomalaista urheiluyhteisöä usein syytetään liiallisesta totisuudesta, opportunistista ja huonosta kannustamisesta. Maan urheilukulttuurin ohuudesta todisteina toimivat esimerkit muualta Euroopasta löytyvästä ”oikeasta” urheilukulttuurista. Toisaalta tilaisuuden tullen myös suomalaisen yleisön heräämisen merkeistä uutisoidaan mielellään ja tällöin kannattamista ihmetellään ja ihailtaan suomalaisille epätyypillisenä käytöksenä. (Dahlberg 2017, 53–55.)

Suomalaista urheiluyhteisöä leimaavaan käyttäytymiseen on etsitty syitä liikuntapolitiikan maassamme saamasta roolista hyvinvointiyhteiskunnan rakentajana. Suomessa urheilulle annettiin pitkään asema kansaa sivistävänä ja terveyttä edistävänä hyvien arvojen veturina, sillä sen uskottiin kannustavan kansalaisia muun muassa raittiuteen ja itsehillintään sekä kohtuullisuuteen. Tässä kontekstissa myös urheiluyhteisölle asetettiin vaateita neutraalin ja intohimottoman katsomokäyttäytymisen noudattamisesta, minkä johdosta suomalaisessa urheilussa perinteisenä ja monessa mielessä ideaalina katsojana pidettiin pitkään henkilöä, joka kiihottomasti sekä neutraalisti tarkkailee kentän tapahtumia ja kohteliaasti antaa suosiosoituksensa hyvälle suorituksille. (Heinonen 2002, 29–30.)

Vaikka jalkapallon miesten Veikkausliiga on yksi maamme seuratuimmista urheilusarjoista, suomalainen jalkapallo ja sen kannattajat kärsivät monessa mielessä arvostuksen puutteesta. Kotimaista liigajalkapalloa on kutsuttu pilkallisesti potkupalloksi, joka jää penkkiurheiluna arvostuksessa suuren kansansuosion saavuttaneen jääkiekon varjoon (Heinonen 2005, 20). Jalkapallo ei ole saanut maassamme yleisölajina sellaista suosiota, mitä harrastajien lissenssimäärien perusteella voisi odottaa. Suomalainen yleisö toivoo kokevansa jalkapallo-otteluissa parempaa tunnelmaa, mutta silti harva jalkapallo-ottelussa kävijä on kuitenkin itse

halukas tai tarpeeksi rohkea osallistumaan kannattamiseen ja otteluiden tunnelman luomiseen. (Marjamaa 2007, 1, 80.)

Nykypäivänä suomalainen jalkapallo kilpailee ajanvietteenä ihmisten vapaa-ajasta muun kotimaisen urheilun ohella mediavälitteisen jalkapallon kanssa. Suomalaisen jalkapallon arvioimista suhteessa eurooppalaisiin miljoonabisnekseksi kohonneisiin tuotteistettuihin jalkapallobrändeihin voi pitää monessa mielessä epäreiluna vertailuna. Kymmeniä tuhansia katsojia vetävät loppuunmyydyt stadionit ja täydellisyyteen hiottu televisiotuote ovat suomalaiseen jalkapallon todellisuuteen verrattuna kuin toisesta maailmasta. Vertailua tehtäessä monen suomalaisen seuran kannattajuus ei vaikuta kovin hohdokkaalta toiminnalta: stadionolosuhteet, yleisömäärät, kannattajaryhmien koko ja lajin arvostus ovat monessa mielessä kaukana eurooppalaisista verrokeistaan. Niinä harvoina kertoina, kun kannattajista kirjoitetaan mediassa, heidät leimataan järjestyshäiriöiden vähyydestä huolimatta häiriköiksi sekä huligaaneiksi (Heinonen 2002, 32).

Vaikka kotimainen jalkapallo ja sen tunnelma kohtaavat ajoittain arvostelua, kaikesta huolimatta suomalaisen jalkapallon ympärille on kehittynyt vuosien varrella mielenkiintoista ja monipuolista fanikulttuuria. Jalkapalloseurojen organisoituneella kannattajatoiminnalla on Suomessa varsin lyhyt historia, sillä ensimmäiset kannattajaryhmät saivat syntynsä vasta 1990-luvulla (Heinonen & Godenhjelm 2000, 11). Nykypäivänä kuitenkin lähes jokaisella Veikkausliiga-joukkueella ja monella Ykkösen joukkueella on omat kannattajaryhmänsä, jotka kannattavat joukkuettaan seitsemän kuukautta kestävä kauden aikana lähes jokaisessa ottelussa, monen kannattajan matkustaessa joukkueensa perässä ottelun ajankohdasta ja merkityksestä riippumatta. Siinä missä suomalaista jalkapalloyleisöä on leimannut joutilaisuus, hiljainen tapahtumien tarkkailu, kohtelias taputtaminen ja vain satunnainen maalien hurraaminen, nämä kannattajaryhmät ovat jo 20 vuoden ajan tuoneet jalkapallostadioneille äänekkyyteen ja värikkyyteen tähtäävää kannattajakulttuuria (ks. Heinonen 2002, 29–30). Suomen maajoukkueiden kannattajien suurimmillaan tuhatpäisen kannattajajoukon äänekäs kannattaminen sekä Helsingissä HJK:n ja HIFK:n sekä Turussa TPS:n ja FC Interin kannattajaryhmien paikallisotteluihin luoma kansainvälisenkin vertailun kestävä tunnelma ovat parhaimpia osoituksia suomalaisen kannattajatoiminnan kasvusta.

Itse olen käynyt seuraamassa Vaasan Palloseuran otteluita sen kotikentällä Vaasan Hietalahden stadionilla lähes 20 vuoden ajan. Ensimmäisistä 1990-luvun lopulla näkemistäni otteluista aina tähän päivään asti VPS:n kannattajaryhmä Geezers Hietalahden äänekäs

kannattaminen on ollut otteluita seuratessani keskeinen osa Hietalahden stadionin äänimaailmaa. Kahden vuosikymmenen ajan ”Geezers” on kannattanut VPS:aa Hietalahden stadionilla säästä tai ottelun merkityksellisyydestä riippumatta. Vaikka koen olevani VPS:n fani suhtautuessani intohimoisesti joukkueen edesottamusten seuraamiseen, Geezereiden omistautuminen ja sitoutuminen seuran kannattamiseen on toisella tasolla. He ovat valmiita matkustamaan henkilöautoilla seuran perässä tuhansia kilometrejä ympäri Suomea kannustamassa kaudesta toiseen pääasiassa sarjataulukon alemmalla puoliskolla majailevaa ”Vepsua”.

Suomalaisia jalkapallofaneja on tutkittu Suomessa jonkin verran erityisesti vuosituhannen alkupuolella. Tuolloin tutkimuksen huomio keskittyi ennen kaikkea Suomen jalkapallomaajoukkueen (ks. esim. Heinonen 2002) sekä mediavälitteisesti ulkomaisia jalkapalloseuroja kannattavien fanien tarkasteluun (ks. esim. Heinonen 2005). Suomalaisten seurajoukkueiden kannattajuutta on ilmiön levinneisyydestä huolimatta tutkittu vain muutamassa opinnäytetyössä (ks. esim. Tikander 2010). Suomalainen kannattajatoiminta on jo 1990-luvulta lähtien synnyttänyt maahamme omalaatuista urheilukulttuuria, josta tiedämme yllättävän vähän. Tutkielmani tavoitteena on lisätä ymmärrystä tuosta jo 20 vuotta läsnä olleesta ja nykypäivänä satoja suomalaisia viikoittain koskettavasta ilmiöstä.

2 TUTKIMUSKYSYMYKSET

Tutkielmassani pyrin lisäämään ymmärrystä kotimaiseen jalkapalloseuraan kohdistuvasta faniudesta. Tutkimustehtävänä on ensinnäkin selvittää, mitkä syyt ovat johtaneet siihen, että tutkimani kannattajat ovat kiinnostuneet jalkapallosta ja miten heistä on tullut nimenomaisesti Vaasan Palloseuran kannattajia ja sen järjestäytyneen kannattajaryhmän jäseniä. Toisaalta pyrin jäljittämään sitä, millaiseen yhteisöön nämä kannattajat kokevat kuuluvansa ja millaisia erilaisia mahdollisuuksia VPS-kannattajuus tarjoaa kannattajalle rakentaa identiteettiään.

Tutkimustehtäväni täsmentyy seuraaviksi tutkimuskysymyksiksi:

1. Miksi ja miten jalkapallon seuraajaksi ja VPS-kannattajaksi on valikoiduttu?
2. Millaisia identiteetin rakennusaineita VPS-kannattajuus tarjoaa kannattajille?

Ensimmäisen kysymyksen oletuksena on, että tietyt tutkittavien elämään liittyvät tapahtumat ja sosiaaliset suhteet ovat vaikuttaneet jalkapallokiinnostuksen sekä faniuden syntyyn. Erilaisissa olosuhteissa henkilöt olisivat voineet kiinnostua jostain toisesta lajista tai seurasta, tai vaihtoehtoisesti urheilun ja seuran merkityksellisyys olisi voinut muodostua vähäpätöisemmäksi. Toisen kysymyksen asettelussa on sisällä oletus tavasta, jolla identiteeteistä on mahdollista saada tietoa. Tutkielmassani lähtökohta on se, että identiteeteistä voi saada tietoa omakohtaisia kertomuksia tarkastelemalla.

Koska identiteetti on laajuudessaan ja monitulkintaisuudessaan haastava käsite, tutkielmani puitteissa ei ole mielekäästä tarkastella kaikkia termiin liitettyjä merkityksiä. Sen sijaan tarkastelen identiteetin rakentumista rajatusti Hallin (1999) identiteettikäsitteen pohjalta. Tutkielmani kiinnittyy täten näkemykseen identiteeteistä jonain, mikä ei ole synnynnäinen ja yksilön sisältä kumpuava asia, vaan alati muutoksessa oleva ja vuorovaikutuksessa toisten kanssa rakentuva sosiaalinen tapahtuma (Kulmala 2006, 58). Tavoitteenani ei ole tämän teorian todeksi osoittaminen, vaan se toimii ennemminkin tulkintakehyksenä kannattajien kertomuksia tarkasteltaessa.

Tutkimuskysymyksiin vastataan analysoimalla haastattelujen avulla kerättyjä neljän VPS-kannattajan omakohtaisissa kertomuksissa kannattajuuteen liittämiä merkityksiä. Tutkimusjoukko on tietty tiivis ja tarkkaan rajattu ryhmä ja näin ollen tutkielmassa vältetään tekemästä yleistyksiä muista suomalaisista kannattajista, mikä ei aineiston laajuuden puitteissa olisi edes mahdollista. Vaikka tavoitteena on ymmärtää ilmiötä ja siihen liitettyjä

merkityskokonaisuuksia myös yhteisötasolla, kaikki tutkittavat ymmärretään ainutkertaisina yksilöinä, joiden asioille antamat merkitykset eroavat toisistaan (Alasuutari 2011, 43). Tutkielman tulososiota, jossa kannattajien haastatteluja analysoidaan laadullisin menetelmin, pohjustetaan seuraavaksi tarkastelemalla laaja-alaisesti urheilun seuraamista sekä fani-ilmiötä käsitellyttä aiempaa tutkimuskirjallisuutta.

3 URHEILUN VIIHTEELLINEN MERKITYS

Siitä lähtien kun ihmiset ovat kamppailleet keskenään kilpailukentillä, tapahtuma on kiinnostanut aina myös satunnaisia sivustaseuraajia. Jo muinaishelleenien kisoissa urheilukentän laidalla kilpailua seurasi tapahtumaan tunnelmaa ja jännitystä luova urheiluyhteisö ja se on kuulunut olennaisesti urheilun olemukseen koko nykyaikaisen urheilun ja olympialiikkeen taipaleen ajan. (Heinilä 2000, 287.) Nykypäivän huippu-urheilua on vaikea kuvitella ilman kentän laidalla kilpailun tapahtumiin eläytyvää yleisöä, joka eräässä mielessä pelkällä läsnäolollaan luo tapahtumalle merkityksen. Suorituksensa jälkeen myös kentällä kamppailleet urheilijat usein kiittävät yleisöä ja korostavat sen merkitystä haastatteluista antaessaan.

Urheilun yleisökiinnostavuutta on kasvattanut erityisesti viestintäteknologian kehitys, sillä televisio on mahdollistanut ympäri maailmaa kilpailtavien urheilutapahtumien seuraamisen kotisohvilta käsin. Suurten yleisöjen johdosta urheilutapahtumien julkisuusarvo on noussut merkittäväksi ja näin urheilusta on tullut houkutteleva markkinointialue, johon liike-elämän toimijat ovat valmiita panostamaan runsaasti resursseja. Yleisön kiinnostusta voidaan kutsua jopa nykyaikaisen kaupallistuneen huippu-urheilun elinehdoksi. Yleisö ja sen kiinnostusta myötäilevä media lopulta ratkaisevat miten merkityksellisen aseman eri lajit ja lajisaavutukset julkisuudessa ja yhteiskunnassa saavat. Ainoastaan yleisömenestystä saavuttaneet urheilulajit pystyvät nostattamaan median avustuksella urheilusankareita, fanilmiöitä ja sankarikultteja. (Heinilä 2000, 288–303.) Yleisen stereotypian mukaan urheilun seuraamista pidetään erityisen miehisenä elämäntilana. Erityisesti huippu-urheilun estradilla miehet ovat olleet naisia useammin pääosassa toisten miesten seurattavissa tapahtumissa urheilukatsomossa, television äärellä ja lehtien palstoja lukien. (Heinonen 2004a, 237.)

Coakley (2007, 374) näkee urheilun viihteellisyyden perustuvan pohjimmiltaan lopputuloksen ennalta-arvaamattomuuden, pelissä olevien suurten panosten sekä urheilijoiden esittämien näyttävien, dramaattisten sekä sankarillisten suoritusten varaan. Viihteellisyyttä voi pitää suurimpana yksittäisenä syynä urheilun laajalle suosiolle ajanvietteenä. Muita motiiveja ovat muun muassa jännityksen ja kiihtymyksen kokeminen, mikä voi tarjota katsojalle myös tilaisuuden paeta hetkeksi arkielämän rutiineja ja stressiä. Urheiluviedon kautta urheilu voi puolestaan näyttäytyä houkuttelevana mahdollisuutena ansaita rahaa. Lisäksi urheilun seuraamiseen liittyy ystäviä sekä perheitä

yhdistäviä yhteisöllisyyden kokemuksia. Urheilun seuraaminen onkin useimmissa tapauksissa luonteeltaan sosiaalista – seurasi urheilua sitten kotona, ravintolassa, baarissa tai ”paikan päällä” stadionilla. (Wann ym. 2001, 31–42.)

Urheilun edustuksellinen ominaispiirre on vaikuttanut joukkueurheilun suosion laajenemiseen, sillä joukkueen voi helposti kuvitella edustavan jotain suurempaa yhteisöä kuten urheiluseuraa, kotipaikkakuntaa, etnistä tai alueellista yhteisöä tai kansakuntaa. Kilpailua ja menestystä korostavassa yhteiskunnassa kuka tahansa voi kokea urheilijoihin samaistumisen kautta ikään kuin myös itse olevansa osa voittavaa joukkuetta. (Heinilä 2000, 295.) Suosikkijoukkueen menestyspyrkimysten mukana eläminen voi täten antaa joillekin urheilun seuraajille itsetuntoa vahvistavia kokemuksia. Urheilun voi nähdä myös tietynlaisena ”humanistisena uskontona”, jossa ihmiset palvovat toisia ihmisiä, heidän saavutuksiaan sekä niitä ryhmiä, joita he edustavat. Vaikka urheiluun ei liitykään uskontojen kaltaista opillista järjestelmää, urheilutapahtumia voidaan siinä mielessä pitää uskonnollisina seremonioina, että ne tarjoavat mahdollisuuden kollektiiviselle identifioitumiselle. (Dunning 1986, 43.)

Heinilä (2000) nostaa esiin Eliaksen ja Dunningin näkemyksen yhteiskunnan rakennemuutosten vaikutuksesta urheilun seuraamisen suosion kasvuksi. Arki- ja työelämän muututtua mekaanisemmaksi ja rutiinimaiseksi, elämään haetaan yhä enemmän jännityksen hetkiä vapaa-ajan käytöstä ja nimenomaan urheilusta. (Heinilä 2000, 290; Elias & Dunning 1971, 31–51.) Yksi yleisimmistä selityksistä urheiluviihteen suosiolle onkin nähdä se elämänalueena, jossa ihmiset voivat nyky-yhteiskunnassa sosiaalisesti hyväksytyllä tavalla ilmaista tunteitaan julkisesti. Urheiluviihde ruokkii yleisön aisteja tarjoamalla joukon emotionaalisia virikkeitä kuten värikkäitä valotauluja, korviahuumaavaa musiikkia, tanssivia cheerleadereita ja maskotteja sekä värikkäitä juhlakulkueita. (Wann ym. 2001, 181.) Urheilutapahtumat tarjoavat näin yleisölleen mahdollisuuden kokea laajan skaalan erilaisia tunne-elämyksiä. Oman joukkueen epäonnistuessa fanit kokevat muun muassa hermostuneisuutta, turhautumista, vihaa, surua sekä masennusta, kun onnistumiset herättävät puolestaan riemun, hurmoksen, nautinnon sekä ylpeyden tunteita. (Duquin 2000, 483.) Katsomosta kentän tapahtumia seuratessaan fani voi kokea näitä tunteita turvalliselta etäisyydeltä (Ferguson 1981, 17–18). Sieltä käsin voi tuntea sekä voiton tuoman hurmoksen, että tappiosta koituvan surun, joutumatta kuitenkaan koskaan itse kentällä kamppailevan urheilijan tapaan varsinaiseen epäonnistujan rooliin. Urheilussa yleisön on myös helppo

etäännyttää itsensä pettymyksen tunteista: kun menestyksen hetkellä suoritusta pidetään kollektiivisena saavutuksena ”meidän” voittaessa, tappion koittaessa urheilijan suoritus nähdään puolestaan enemmän yksilöllisenä suorituksena.

Urheilujoukkueeseen samaistumisen on myös väitetty tarjoavan yksilölle uudenlaisia sitoutumisen muotoja yhteiskunnassa, jossa perinteisesti yhteisöjä koossa pitäneiden instituutioiden kuten perheen ja uskonnon merkitys on vähentynyt. Urheilu voi saada ihmisiä yhdistävänä tekijänä suuremman merkityksen ammattien ja yksilöiden kiinnostuksen kohteiden erikoistuessa ja yhteiskuntien muuttuessa entistä eriytyneemmiksi. Se voi tarjota ihmisille yhteisen kielen, jota useimmat yhä ymmärtävät. Urheilukatsomoissa toisilleen vieraat henkilöt voivat kokoontua, eivät vain viihtyäkseen, vaan myös osallistuakseen merkitykselliseen vuoropuheluun muun yleisön kanssa. (Wann ym. 2001, 164–188.) Urheiluviihteen suurta suosiota onkin myös perusteltu sen helpolla ymmärrettävyydellä. Heinilän (2000) mukaan urheilusta on tullut osa massayhteiskunnan kuluttamaa populaarikulttuuria, koska sen ”kieli” avautuu helposti kaikille. Urheilua seuratakseen katsojan tulee ymmärtää vain kilpailun säännöt sekä paremmuuden määräytymisperusteet. (Heinilä 2000, 289.)

Urheilun voi lukea osaksi populaarikulttuuria siinä laajassa merkityksessä, kun populaari määritellään suosituksi, laajojen ihmisjoukkojen katselemaksi, kuuntelemaksi sekä kuluttamaksi asiaksi tai ilmiöksi (Heinonen 2004a 234; ks. myös Storey 2009, 5). Jälkiteollisessa yhteiskunnassa huippu-urheilun viihdenäytelmä urheilutähtineen on joka tapauksessa sulautunut populaarikulttuuriin (Heinonen 2004b, 96). Mediavaltaisella 2010-luvun huippu-urheilukentällä urheilijat ovat yhä vahvemmin viihdetähtien kaltaisessa roolissa. Pelitaitojen lisäksi myös räväkkä persoonallisuus voi olla tekijä, jolla urheiluseurat voivat houkuttaa yleisöä katsomoihinsa. Yhdeksi esteeksi kotimaisen jalkapallon yleisösuosion kasvulle mainitaan ajoittain se, että kentiltä puuttuu väriläiskä ja persoonia.

Urheiluviihteessä on muuhun populaarikulttuurin verrattuna oma erityispiirteensä: fiktiiviseen draamaan verrattuna urheilun viehätys piilee sen luomassa todellisessa epävarmuuden tilassa, missä kukaan ei voi ennalta arvata tulevan näytelmän tapahtumia. ”Tätä jännitysnäytelmää ei olisi voinut käsikirjoittaa” on toteamus, joka ajoittain kuullaan kilpailun ennalta-arvaamattomia tapahtumia hehkutettaessa. Autenttisimmillaan urheiluviihde on koettavissa paikan päällä stadioneilla, joissa yleisö voi kokea olevansa osa itse tapahtumaa. (Heinonen & Godenhjelm 2001, 9.)

Urheilun asema viihteenä on muuttunut nyky-yhteiskunnassa. Kun ennen tarjolla olevien vapaa-ajan viihdykkeiden määrä oli rajallinen, urheilutapahtumien järjestäjien oli helppo luottaa paikallisyhteisön asukkaiden saapuvan tukemaan kylän tai kaupunginosan urheiluseuraa kentän laidalle. Nykypäivän myöhäiskapitalistisissa yhteiskunnissa kuluttajille on tarjolla yhä kattavampi valikoima erilaisia viihdykkeitä, joiden kanssa urheilu joutuu kilpailemaan ihmisten vapaa-ajasta ja taloudellisista resursseista. Lopulta myös urheilun on pitänyt keksiä uusia tapoja viihdyttää yleisöään sekä pitämään se tyytyväisenä. Nykyään urheilutapahtumien järjestäjät kopioivat yhä enenevässä määrin sekä toisten lajien, että myös muiden viihteen muotojen menestysreseptejä tapahtumiinsa. Eri puolilla maailmaa järjestettävät suurten urheilulajien tapahtumat ovatkin muuttuneet yhä enemmän toistensa kaltaisiksi. (Crawford 2004, 82.)

3.1 Urheilun loisilmiö? – penkkiurheilun kritiikkiä

Urheilun harrastaminen on laajalti hyväksyttyä ja ihailtua ja ruumiillisen sekä henkisen kunnan kehittäjänä sen arvo on ollut jo pitkään tunnustettu. Urheilun on nähty palvelevan teollista yhteiskuntaa sen parantaessa kansalaisten työkykyä sekä opettaessa muun muassa reilun pelin arvoja ja tunteiden hallitsemista. Urheilun seuraaminen on puolestaan kohdannut lähes universaalia paheksuntaa yhteiskuntatieteilijöiden toimesta ja se on tyypistetty muun viihteen kuluttamisen tapaan hyödyttömäksi toiminnaksi sekä varsinaiseksi ajanhukaksi. Urheilua katselevat on esitetty passiivisina ja laiskoina, jopa tunteettomina ja julmina henkilöinä, jotka ihailevat urheilukentällä tapahtuvaa väkivaltaa ja ovat myös itse valmiita väkivaltaisiin tekoihin. (Zillman ym. 1979, 298–303.) Jo pelkkä suomen kielen sana ”penkkiurheilu” vahvistaa mielikuvaa toiminnan laiskuudesta. Urheilua seuraavan henkilön stereotyyppinä onkin tavattu nähdä ylipainoinen ”sohvaperuna”, joka television äärellä olutta juodessaan ainoastaan katselee toisten suorituksia sekä hakee näin muiden suoritusten kautta itselleen elämyksiä (Heinonen 2004a, 233; Wann ym. 2001, 157; Zillman ym. 1979, 303). Vuonna 1985 liikuntasosiologian professori Kalevi Heinilä kuvaili passiivisena sivustaseuraamisena pitämäänsä penkkiurheilua jopa varsinaiseksi urheilun loisilmiöksi (Heinilä 1985, 77). Myös urheilujohtajat näkivät pitkään, että urheilun ainoa rooli on palvella urheilijoita ja nuorisokasvatusta. Urheilua seuraavien katsottiin puolestaan tarjoavan korkeintaan sopivat lavasteet urheilutapahtumia varten. (Heinilä 2000, 287.) Moralisoinnista

johtuen penkkiurheilun tulkittiin pitkään jopa kuuluvan täysin liikuntatieteellisen tutkimuksen diskurssin ulkopuoliseksi ilmiöksi (Heinonen 2004a, 233).

Heinilän (1985) mukaan penkkiurheilun vieroksunta kumpuaa urheiluliikkeen ideologiasta sekä yleisistä yhteiskunnalliseettisistä arvostuksista. Urheiluliikkeen ideologiassa penkkiurheilu ei ole saanut arvostusta: se on määritelty jopa täysin urheilun aatteeseen kuulumattomaksi ilmiöksi ja kelvottomaksi vapaa-ajan muodoksi, joka ohjaa ihmisiä pois varsinaisesta urheilun harrastamisesta. Suomalaisessa yhteiskunnassa, jossa luterilaisten arvojen mukaisesti ahkeruutta ja työntekoa on yleisesti pidetty korkeassa arvossa, aktiivinen harrastaminen on vastannut toivottua käyttäytymistä, kun passiivinen penkkiurheilu on puolestaan näyttäytynyt hyödyttömänä ajan tuhlaamisena. (Heinilä 1985, 77.) Toisaalta Suomessa urheilulle annettu kansanvalistuksellinen tehtävä on ollut vaikuttamassa penkkiurheilun arvostukseen. Suomalaista kansakuntaa rakennettaessa urheilun asemaa legitimoitiin yhdistämällä siihen erilaisia hyviä ja jaloja tavoitteita, kuten raittiutta, ryhdikkyyttä, reippautta ja iloa (Itkonen 1996, 418). Koska urheilun uskottiin sille annetun sivistystehtävän mukaisesti kehittävän erityisesti positiivisia luonteenpiirteitä, yleisön osoittama ylenpalttinen innostus ja intohimoinen sitoutuminen nähtiin haitalliseksi ja tulkittiin siksi urheilun kontekstissa jopa epäurheilijamaiseksi käytökseksi (Heinonen 2002, 28–29).

Urheilun muututtua osaksi viihdeteollisuutta penkkiurheilua on tarkasteltu yhä enemmän myös tuotannon ja kulutuksen käsitteiden kautta. Urheilujärjestöt on kilpailutilaisuuksien järjestäjinä nähty urheiluviihteen aktiivisina tuottajina ja penkkiurheilijat passiivisina tapahtumien kuluttajina (Vuolle 1986, 205). Jakoon yhdistyy yleinen näkemys kuluttamisesta pelkkänä prosessin lopputulemana ja päätepisteenä, tuotantoon nähden toissijaisena ja vähäpätöisempänä tekona. Tämänkin näkökannan myötä tapahtumia kuluttavan yleisön merkitystä on ylenkatsottu urheilun tutkimuksessa. (Crawford 2004, 114.)

Penkkiurheilu on toisaalta kohdannut kulttuurielitististä kritiikkiä, jonka mukaan populaarikulttuuria ja urheilua kuluttavilta massoilta puuttuu sekä makua että sivistystä. Urheilun seuraamista on pidetty syvien kansankerrosten ajanvietteenä, mistä johtuen sillä on ollut kohtalaisen vähäpätöinen status kulttuurin muotona. Koska urheilun ”yksinkertaisen kielen” on uskottu avautuvan helposti kaikille, penkkiurheilun ei ole nähty vaativan samanlaista ymmärrystä ja kulttuurista asiantuntemusta, mitä korkeakulttuuriksi luokiteltavat kulttuuriset artefaktit. Toisin kuin urheilu, jonka ymmärtäminen vaikuttaisi tukeutuvan

pelkästään katsojan aiempien elämäkokemusten kautta hallitsemiin tulkintavalmiuksiin, taidetta ei voi ymmärtää ilman monimutkaisten kulttuuristen koodien opettelua sekä taiteen sisäisten diskurssien tuntemusta. (Heinonen 2005, 23.) Koska urheilun seuraamisesta nähdään puuttuvan älyllistä haastetta, pidetään sitä passiivisena kokemuksena ja ajattelua köyhdyttävänä toimintana. Penkkiurheilua kritisoidaan aktiivisuuden ja oma-aloitteisuuden puutteesta; katsojien uskotaan laiskuudessaan turvautuvan mielihyvän kokemuksissaan vain siihen mitä yhteiskunta heille tarjoaa sen sijaan, että he etsisivät itse omat lähteensä hauskuuden ja valaistuksen kokemuksilleen. (Wann ym. 2001, 206.) Massaviihteen ja populaarikulttuurin suosion on nähty jopa viittaavan ihmisten vieraantumiseen ihmiselle ominaisesta käyttäytymisestä. Yhteiskunnassa, jossa kaikille ei ole tarjolla aitoja elämyksiä, haasteita ja osallistumisen mahdollisuuksia, niitä haetaan keinotekoisesti virtuaaliodellisuuden sekä penkkiurheilun kaltaisella mielikuvituksella ja eskapismilla, joissa yksilö elää elämäänsä muiden kokemusten kautta. (Heinilä 2000, 304.)

Penkkiurheilua kuluttavat on näin ollen toisinaan teoretisoitu voimattomiksi tyyperyksiksi sekä uhreiksi, jotka alistuvat hyväksikäytölle ja hallinnalle kuluttaessaan yhteiskunnan hallitsevien luokkien tarjoaman ideologian kyllästävästä populaarikulttuurista (Crawford 2004, 27). Tämä vastaa kulttuurielitististä tapaa määritellä populaarikulttuuri kaavamaisena ja manipulatiivisena kulttuurina. Sen uskotaan vetoavan erityisesti kritiikittömään yleisöön, joka on helposti vedätettävissä taloudellisen voiton saavuttamiseksi. (Storey 2009, 6–8.) Koska penkkiurheilua käsittelevä akateeminen keskustelu on tavannut keskittyä kuvailemaan yleisön roolia urheilutuotteen vastaanottajana, tutkimuksessa on suhtauduttu välinpitämättömästi siihen, millainen urheilun merkitys on osana penkkiurheilijoiden jokapäiväistä elämää sekä miten urheilu on muodostunut voimavaraksi myös yleisön omissa tuotannon prosesseissa (Crawford 2004, 114).

3.2 Urheilun seuraamisen vivahteikas maailma

Vaikka urheilusta on tullut myös laajojen massojen kuluttamaa viihdettä, lähemmin tarkasteltuna urheilun kieli ei ole niin yksinkertaista, lapsellista tai pinnallista kuin usein oletetaan. Pelkistettäessä yleisö kaikin puolin passiiviseksi kuluttajaksi, sen roolia urheilutapahtumien merkityksen rakentumisessa ei voi ikinä täysin ymmärtää eikä arvostaa. Bourdieu (1985) on todennut urheilun seuraamisen tuottavan yleisölle sitä vähemmän

nautintoa, mitä pinnallisempaa ja sokeampaa sen havaintokyky on kaikille pelin hienouksille, nyansseille ja vihjeille. Kun yleisöllä on riittämättömät erityistiedot lajin hienouksien ymmärtämiseksi, se kiinnittää huomiota erityisesti kilpailun tulosta koskevaan jännitykseen. Urheilun ”tuntijat”, jotka ovat usein lajin entisiä harrastajia, näkevät puolestaan urheilua katsoessaan paljon sellaista, mitä tavallinen katsoja ei kykene hahmottamaan. (Bourdieu 1985, 160.) Bourdieun viitaten Heinonen ja Godenhjelm (2001, 22) toteavat urheilulla olevan ikään kuin oma tiedollinen ja kulttuurinen kielioppinsa, jonka omaksuminen voi vaatia jopa elämänmittaista lajin harrastamista ja seuraamista. Urheilun kielioppiin kuuluu ensinnäkin lajiymmärrys, jota ilman ei voi täysin ymmärtää urheilijoiden kentällä tekemien pientenkin eleiden vaatavuutta sekä loistokkuutta. Urheilun ”kielen” tuntemusta vaaditaan myös joukkueiden jatkuvasti muuttuvien taktiikoiden ja pelin pienten vivahteiden ymmärtämiseen. Toisaalta urheilun kulttuurisen tietämyksen omaksuminen vaatii tuntemusta urheilijoista ja joukkueista, niiden menneisyydestä sekä lajin ja siinä kilpailevien seurojen fanikulttuurista.

Penkkiurheilua ei näin ollen voi pelkistää vain passiiviseksi sivustaseuraamiseksi. Päinvastoin penkkiurheilija on usein kognitiivisesti sitoutunut seuraamaansa tapahtumaan, kun hän aktiivisesti analysoi kilpakentän sattumia, jakaa erityistietämystään muun yleisön kanssa, spekuloi strategioilla sekä kritisoi valmentajien päätöksiä. Yleisö ei rakenna elämystään vain sille tarjottujen valmiiden merkitysten varaan, vaan päin vastoin urheilun seuraajat kehittävät omia tapoja, perinteitä sekä urheiluun liittyviä taikauskoja mikä tekee heistä aktiivisia osallistujia, jotka jatkuvasti muokkaavat ja rakentavat omaa kokemustaan urheilusta. (Wann ym. 2001, 181–182, 205.) Useimmiten yleisö reagoi erilaisin fyysisin elein kentällä tapahtuvaan kamppailuun, oli se sitten paikan päällä urheiluareenalla tai television välityksellä. Yleisö yhtyy urheiluspektaakkeliin ja luo sen tunnelmaa muun muassa huokauksin, taputuksin, vihellyksin, huudoin ja lauluin. Joukkueiden kannattajat elävät ja kiihkoilevat ottelun tapahtumissa mukana, ja kilpailevat keskenään äänekkyydessä, näkyvyydessä, nokkeluudessa ja kovuudessa. (Heinonen 2004a, 233–242.)

Fisken (1989) mukaan populaarikulttuuri on ristiriidassa teollisen yhteiskunnan perusolemuksen kanssa. Yhtäältä populaarikulttuuri on teollistettua, sillä sen hyödykkeitä tuottaa ja jakaa vain omia taloudellisia etujaan ajava teollisuus. Samoin monet urheiluseurat ovat nykypäivänä tuotteistettuja niiden ainoana tavoitteena ollessa taloudellisen voiton maksimoiminen. Urheilusta huumaantunut yleisö vaikuttaisi usein kulkevan seuraomistajien talutushihnassa: he ostavat fanituotteita, kalliita pääsylippuja ja kanavapaketteja ja ovat

valmiita käyttämään yhä enemmän rahaa urheilun tarjoamiin elämyksiin. Toisaalta populaarikulttuurille ja myös urheilulle merkityksen luo viime kädessä ihmiset, joiden intressit poikkeavat kulttuuriteollisuuden eduista. Jotta kulutushyödykkeestä tulisi populaarikulttuuria, sen tulee vastata yleisön intressejä. Populaarikulttuuria ei täten tule ymmärtää kuluttamisena, vaan kulttuurina – siis aktiivisena prosessina, joka tuottaa ja kierrättää merkityksiä sekä nautintoja sosiaalisessa järjestelmässä. Siksi teollisestikaan tuotettuna kulttuuria ei voida koskaan kattavasti kuvata hyödykkeiden ostamisen ja myynnin prosessin kautta. Koska kulttuuri on elävä ja aktiivinen prosessi, jonka merkitykset voidaan rakentaa vain sisäpuolelta eikä määrätä ulkopuolelta, ulkoisesti tuotettua massakulttuuria ei todellisuudessa ole olemassa. (Ks. Fiske 1989, 23–24.)

Urheiluyhteisön ja urheiluviihteen järjestäjien välistä kulttuurista suhdetta selittää paremmin kulttuuritutkimuksen näkökulma, joka keskittyy kuluttajien rooliin kulttuurituotteen merkityksen rakentumisessa. Tutkimuksen lähtökohtana on, että kulttuurituotteille voidaan antaa erilaisia tulkintoja ja tällöin niiden kuluttaminen ymmärretään aktiivisena merkitysten luomisena. (Heinonen 2005, 25–26.) Heinosen (2005) mukaan ”tietyllä kulttuurisella kentällä tuotettu kulttuurinen tuote muotoutuu viime kädessä sitä vastaanotettaessa. Kulttuurituotteiden kulutusta ja niihin liittyviä tekstuaalisia tulkintoja tarkasteltaessa fanit ovat keskeisessä asemassa, sillä he käyttävät tekstejä omiin tarkoituksiinsa ja tavoilla, joita lähettäjät tai tuottajat eivät voi kontrolloida.” (Heinonen 2005, 242.)

Sen lisäksi, että urheilufanit jatkuvasti uudelleentulkitsevat sekä muokkaavat heille myytyjä tuotteita, voivat he myös itse olla aktiivisessa roolissa uusien kulutushyödykkeiden tuottajina. Fanit antavat panoksensa tuottamalla sisältöä fanien itse tuottamiin lehtiin ja internetsivuille tai osallistuvat keskusteluun nettiforumeilla, jotka on kaikki suunniteltu alustoiksi fanien keskinäistä kulutusta ja vuorovaikutusta varten. Itse urheilutapahtumia varten fanit maalaavat lippuja ja banderolleja, pukeutuvat suosikkijoukkueensa väreihin tai osallistuvat vastaaviin performansseihin ja luovat näin stadioneille tunnelmaa. Oman esiintymisensä myötä yleisön jäsenillä on kriittinen rooli urheilun speaktaakkelin luojina. Juurikin yleisön käyttäytymisen seuraaminen ja katsomotunnelman kokeminen ovat merkittäviä tekijöitä, jotka houkuttelevat ihmisiä saapumaan ”paikan päälle” urheiluareenoille. Oman esiintymisensä myötä katsojat ovat itse luomassa sitä näytöstä, jonka kokemisesta he ovat maksaneet ostaessaan pääsylipun areenalle. Urheilussa katsojat toimivat jatkuvasti sekä esittäjien että yleisön roolissa, rakentaen performansseja sekä itsensä että muiden kulutettaviksi, jatkuvasti vaihtaen paikkaa

tuottamisen ja kuluttamisen välillä. (Crawford 2004, 114–118.) Urheilua kuluttavat ihmiset ovat siis aktiivisia osallistujia, jotka auttavat luomaan sille tarkoituksen ja sosiaalisen merkityksen keskusteluiden, kulutustottumusten sekä sosiaalisen kanssakäymisen kautta.

Lanchasterin (1997) mukaan yleisön osallistumisen mahdollistavan viihteen suosio viittaa siihen, etteivät perinteiset kulttuurin muodot pysty enää tarjoamaan yleisölle sen kaipaamaa sosiaalista vuorovaikutusta sekä mahdollisuutta irtautua arkielämän normeista. Urheilussa, jossa yleisön aktiivinen osallistuminen on mahdollista, esiintyjien ja yleisön välille perinteisesti asetettu raja on hämärtynyt. Koska urheilun tapahtumilla ei ole ennalta määrättyä lopputulosta eikä niistä voida muodostaa lopullisia tulkintoja, esitykset antavat ihmisille mahdollisuuden lisätä tapahtumiin omia arvojaan, uskomuksiaan sekä tulkintojaan. (Lanchaster 1997, 77–78.) Jos yleisö ei liittäisi tapahtumiin omia tulkintojaan, se ei kykenisi vastaavalla tavalla innostumaan kentällä tapahtuvasta kamppailusta. (Heinilä 2000, 291). Muuttamalla katsojat esiintyjiksi, urheilutapahtumat antavat katsojalle puitteet sekä fyysiseen, sosiaaliseen että emotionaaliseen osallistumiseen ja myös avaimet ehkäistä tunnetta elämän merkityksettömyydestä (Wann ym. 2001, 182).

Urheilun seuraamista voi nykypäivänä tarkastella myös erilaisten mediatekstien kohtaamisena. Tällöin tekstillä viitataan yleisön ja fanien kuluttamiin kielellisiin ja ei-kielellisiin inhimillisen merkityksellistämisen muotoihin, kuten fanipuheeseen, pukeutumiseen, fanirekvisiittaan, erilaisiin kirjallisiin esityksiin, televisiolähetyksiin kuin myös välittömiin kokemuksiin. (Heinonen 2007, 132.) Aiemmin oli yleistä olettaa, että tällaisten kulttuuristen tekstien luonnetta tarkkailemalla voitaisiin ymmärtää myös niitä seuraavia yleisöjä. Viime vuosikymmenten aikana tietoisuus on kuitenkin kasvanut niistä eroista, joita yleisöjen välillä on tavoissa kuluttaa ja vastaanottaa tekstejä. Kulttuurisesta tekstistä tehtyjen tulkintojen on ymmärretty vaihtelevan erityisesti yksittäisten yleisön jäsenten välillä sekä erilaisissa sosiaalisissa tilanteissa, joissa teksti kohdataan. Yksittäisen yleisön jäsenen tekemiin tulkintoihin vaikuttavat rakenteellisten tekijöiden, kuten henkilön etnisen alkuperän, sukupuolen ja yhteiskunnallisen aseman lisäksi se, miten nämä sosiaaliset tekijät voivat sulautua sekä vaikuttaa toisiinsa. Myös teksti voidaan kuluttaa ja sittemmin taas käyttää uudelleen erilaisissa konteksteissa ja paikoissa. Siten voidaan päätellä kulttuuristen tekstien paikantumisen ja merkitysten vaihtelevan eri yleisöjen sekä yksittäisten kulttuurituotteen kuluttajien välillä erittäin kirjavilla tavoilla. (Crawford 2004, 157.)

4 FANI JA FANIUS – AJASSA JA PAIKASSA ELÄVIÄ KÄSITTEITÄ

Termi fani on nykypäivänä yleisessä käytössä arkipuheessa, mediassa sekä tutkimuksen piirissä. Siitä on tullut sekalainen yleistermi, jota käytetään hyvin moninaisissa käyttötarkoituksissa, ja jonka merkitykset määrittyvät vahvasti eri konteksteissa. Yksimielisyyttä termin käytössä on siksi ainoastaan kuvailtaessa sen etymologista alkuperää. (Hirsjärvi 2009, 53.) Suomen kieleen termi fani on lainattu englannin kielen fan-sanasta, jonka pidempi muoto fanatic tarkoittaa kirjaimellisesti ihailijaa ja intoilijaa. Termin etymologisena kantasanana pidetään latinan kielen sanaa fanaticus, jolla alun perin viitattiin tempelin palvelijaan tai sellaisen palvonnalle omistautuneeseen henkilöön. Fanaattisuuteen liitettiin latinan kielessä monia kielteisiä mielikuvia, ja sen käyttö vähitellen yleistyikin kuvailemaan kaikkea uskontoon ja politiikkaan liittyvää ääri-intoilua. (Heinonen 2004a, 236; Jenkins 1992, 12.)

Nykymerkityksessään termin käytön alkuperä sijoittuu 1800-luvun lopulle ja modernin urheilun nousuun, kun urheilijoiden ja yleisön välinen rajanveto urheilussa selkiintyi uusien urheilukenttien ja -stadionien myötä. Termin käyttö yleistyi tuolloin englantilaisessa mediassa, joka käytti sitä aluksi viitatessaan jalkapallojoukkueiden intohimoisiin kannattajiin. 1950-luvulle mennessä fani-termin käyttö yleistyi kaupallisessa viihteessä ja populaarikulttuurin maailmassa kuvailtaessa elokuvien, musiikin sekä yksittäisten laulajien ja näyttelijöiden ihailijoita. (Hognestad 2012, 26–27.) Tämän jälkeen termi on tunnetusti yleistynyt kuvaamaan laajasti erilaisia kulttuurin ja elämän muotoja (Poikolainen 2015, 14).

Heinosen (2004a) mukaan fani-termillä on suomen kielessä nykyisin suhteellisen neutraali merkitys ja sitä käytetään erityisesti populaarikulttuurin ja urheilun yhteydessä, toimien usein jopa synonyyminä harrastajista ja yleisöstä puhuttaessa. Arkipuheessa käytetään yleisesti myös termiä fanius viitattaessa yksinkertaisesti jostain populaarikulttuurin ilmiöstä pitämiseen. (Heinonen 2004a, 236.) Nikunen (2005, 18) on samoilla linjoilla todetessaan, että faniutta pidetään arkiymmärryksessä itsestään selvänä asiana ja sitä käytetään huolettomasti erilaisissa konteksteissa, toimien usein synonyyminä tykkäämiselle, viehättymiselle ja kiinnostukselle.

Toisaalta fani-termissä elää edelleen sitkeästi siihen jo latinan kielessä yhdistetyt kielteiset mielikuvat. Ilmiötä ulkopuolelta tarkkailevien voi olla vaikea ymmärtää faniuteen liittyvää arjen kohtuullisuuden ylittävää innostumista ja jopa identiteettiä määrittävää omistautumista

ja riippuvuutta. (Heinonen 2004a, 237.) Stereotyyppioissa fanius liitetään usein hysteeriseen ja kiihkomieliseen intoiluun (Nikunen 2005, 18–19). Jenkinsin (1992, 12–13) mukaan faneja kuvailtaessa nostetaan esiin uskonnollinen kiihkoilu, emotionaalinen tasapainottomuus, sosiaalinen poikkeavuus sekä käsitys todellisuuden tajun menettäneistä intoilijoista (Jenkins 1992, 12–13). Erilaisia fani-ilmiöitä yhdistääkin faniuden negatiivisen leiman kokeminen, mitä ei ole vastaavalla tavalla havaittu korkeakulttuurin entusiasteissa. Korkeakulttuurin kuluttajien ja seuraajien ei tarvitse fanien tapaan perustella kiintymyksen kohdettaan. (Nikunen 2005, 53.)

Faniuden määrittelyä on vaikeuttanut tapa, jolla erilaiset fani-ilmiöt ylittävät perustavanlaatuisia kulttuurisia erotteluja. Ensinnäkin tekstin ja kontekstin välinen raja on usein summentunut fani-ilmiöissä niin, että niitä tarkasteltaessa on joskus jopa mahdoton määrittellä, mikä itse teksti eli faniuden tarkka kohde itseasiassa on. (Kovala & Hirsjärvi 2007, 249.) Toisaalta yksityisen ja yleisen välinen ero on ilmiössä häilyvä, sillä faniudet ovat samanaikaisesti henkilökohtaisia ja sosiaalisia. Jokainen fani osallistuu faniuteen yksilöllisten tarpeiden ja halujensa kautta ja voi hyödyntää faniutta identiteetin rakennuspalikkana, erottautumisen apuvälineenä sekä oman itsetuntonsa kohottajana. Yhtäältä erilaiset faniudet ovat yleisesti luonteeltaan sosiaalisia, sillä ne rakentavat yhteisöllisyyttä. (Kovala & Hirsjärvi 2007, 249; Saresma & Kovala 2003, 10.)

Fanin ja faniuden käsitteiden ristiriitaisuus sekä niiden käyttötavan monimuotoisuus on asettanut haasteita myös fanitutkimukselle. Tästä johtuen fanitutkimuksen piirissä on pyritty yhä enemmän korostamaan eri faniyleisöjen heterogeenisyyttä sekä luopumaan faniuden yleistettävyyttä tavoittelevista selityksistä (Poikolainen 2015, 21). Faniuden sijaan tulisi puhua eri faniuksista. Vaikka eri fanikäytännöt myös lähenevät toistensa kanssa sekä sekoittuvat keskenään, faniudet koostuvat erilaisista käytännöistä sekä toiminnan muodoista. (Nikunen 2008, 7.) Se on jatkuvassa muutoksessa oleva ilmiö, johon liitetyt merkitykset vaihtelevat eri konteksteissa. Fanius pitäisi täten nähdä kulttuurisena käytäntönä, joka muodostuu kulttuuriteollisuuden, julkisuuden ja yleisöjen välisessä vuoropuhelussa. (Nikunen 2005, 14.)

Samalla kun faniuden ilmiöt ovat erityisiä, niillä on aina myös yleisemmät taustansa ja kytkeänsä (Kovala 2003, 190). Ilmiötä käsitellessä tulisikin tarkentaa millaisista faniuden muodoista on kulloinkin kyse. Ensinnäkin tietty faniuden kohde vaikuttaa faniuden kokemukseen laajassa mielessä. Toisaalta faniuden toimintatavat muodostuvat sen mukaan,

millaisiin faniuden kulttuureihin sekä traditioihin ne kiinnittyvät. (Nikunen 2005, 53–55.) Esimerkiksi suomalaiset jalkapallokannattajat kiinnittyvät yhtäältä kansainvälisiin kuin myös suomalaisen jalkapallokannattajakulttuurin perinteisiin. 1990-luvulla syntyneet ensimmäiset suomalaiset kannattajaryhmät omaksuivat itselleen erityisesti englantilaisten jalkapallokannattajien käyttäytymistapoja, mutta toisaalta faniryhmien nimissä käytetyissä termeissä *forza* ja *ultras* näkyi myös italialaisesta kannattajakulttuurista otetut vaikutteet (Heinonen 2002, 29). Faniuden kohde siis kannustaa faneja tulkitsemaan sitä tietyillä tavoilla sekä luo ajattelutapoja, arvoja ja asenteita, jotka toimivat identiteetin rakennusaineiksina faneille (Nikunen 2005, 53–55).

Faniutta on määritelty vertaamalla sitä muihin populaarikulttuurin yleisöihin suhteessa siihen, miten fanit sitoutuvat vastaanottamaansa tekstiin. Näin tehtäessä yleisön on nähty jakautuvan erilaisiin toisistaan laadullisesti poikkeaviin ryhmiin. Valtaosaa yleisöstä on kuvattu helposti narrattavissa olevina tyyperyksinä, jotka vain passiivisesti kuluttavat populaarikulttuurin tekstejä (Grossbergin 1995, 36). Heitä on kuvattu mukanaolijoiksi, sillä vaikka he säännöllisesti katsovat ja nauttivat ja kuluttavat populaarikulttuurin tekstejä, he eivät hyödynnä niitä laajemmassa merkityksessä sosiaalisen identiteettinsä perustana (Tullock & Jenkins 1995, 23).

Fanit on puolestaan kuvailtu huomattavaksi pienemmäksi ja hajanaisemmaksi, populaarikulttuurin yleisön sisällä eräänlaisen elitistisen ryhmän muodostavaksi ryhmäksi. Yleisön valtaosasta poiketen, he omaksuvat aktiivisesti kulttuurisia tekstejä, hyödyntävät niitä omissa tarkoituksissaan sekä antavat niille uusia merkityksiä. Faniin on kuvailtu, toisin kuin suuren yleisön, kykenevän erottamaan aidot kulttuurin muodot populaarikulttuurin laajan tarjonnan joukosta. (Grossberg 1995, 36.) Urheilussa monet fanit korostavatkin aitouden merkitystä faniuden kokemuksessaan. Esimerkiksi paikallista seuraa kannattavat fanit saattavat painottaa kokemuksensa aitoutta verrattuna television välityksellä keinoitekoisesti tuotetun viihdespektaakkelin seuraamiseen.

Jenkins (1992) näkee vastaavalla tavalla faniin muodostavan populaarikulttuurin yleisöjen sisällä erityisen ryhmän, joka jatkuvasti antaa omia merkityksiään kulttuurisille teksteille. Hän on määritellyt neljä erilaista faniuden toimintatapaa. Ensimmäinen faneilla on omalaatuinen tyyli vastaanottaa kulttuurisia tekstejä. Faniin kuluttamiselle tunnusomaista on tapa, jolla he harkiten valikoivat tiettyjä kulttuurisia tekstejä käyttöönsä sekä hyödyntävät niitä omissa kulttuurisissa ja sosiaalisissa konteksteissaan. (Jenkins 1992, 209–210.) Useat

eurooppalaiset jalkapallon kannattajaryhmät esimerkiksi käyttävät ryhmätunnuksissaan muusta populaarikulttuurista lainattuja elementtejä ja rakentavat niille oman merkityksensä. Ranskassa Cannesin Ultra Kaos -ryhmä on käyttänyt tunnuksenaan Che Guevaraa (Heinonen 2005, 280) ja Italiassa Juventuksen Drughi-ryhmä on omaksunut sekä nimensä että tunnuksensa Kellopeliappelsiini-romaanista tutulta rosvokoplalta (Kassimeris 2011, 680). Toiseksi fanit perustavat Jenkinsin mukaan yhteisön, jonka keskuudessa fanien kuluttamia tekstejä koskevista tekstuaalisista tulkinnoista neuvotellaan. Kolmanneksi fanit muodostavat oman erityisen taidemaailmansa, joka ei perustu niinkään valmiiden tekstien kuluttamiseen, vaan ennemminkin fanien itse tuottamiin teksteihin, jotka on tarkoitettu fanien keskinäistä kuluttamista varten. Neljänneksi fanien käyttämät tekstit muodostavat faneille yhteisen viitekehyksen, jota hyödyntäen he voivat luoda omia maantieteellisiäkin rajoja ylittäviä vaihtoehtoisia yhteisöjä. Näitä yhteisöjä eivät määrittele perinteiset rotuun, uskontoon, sukupuoleen, alueeseen, politiikkaan tai ammattiin perustuvat rakenteet, vaan pikemminkin kuluttajaryhmän suhde yhteisesti jaetuille tunteille ja kiinnostuksen kohteille. (Jenkins 1992, 210–213.)

Faniutta pidetään nykypäivän länsimaiselle yhteiskunnalle erityisen tyypillisenä ilmiönä, mistä johtuen siitä on tullut myös yksi merkittävimmistä kulttuuritutkimuksen ja mediatutkimuksen tutkimuskohteista (Kovala 2003, 188). Kovala (2003) esittää, että ”faniuden keskeistyminen kytkeytyy yhteiskunnan makrotason muutoksiin, erityisesti modernisaatioon. Fanikulttuurit ovat tästä näkökulmasta malliesimerkki jälkimodernille ajalle ominaisista muutoksista sosiaalisuudessa ja yhteisöjen luonteessa. Jälkimodernissa kulttuurissa suhde kulttuurituotteisiin on muuttunut aiempaa ’fanimaisemmaksi’, jolloin fanius vain kiteyttää ja havainnollistaa merkityksen muodostumiseen olennaisesti liittyviä piirteitä.” (Kovala 2003, 188.)

Ilmiöille on pyritty hakemaan selityksiä juurikin jälkimodernissa yhteiskunnassa elävän yksilön juurettomuuden kokemuksesta. Vanhojen yhteisöllisten siteiden murruttua ja elämänmenon muututtua kiihkeätahtiseksi ja vaikeasti hahmotettavaksi, yksilölle vapaasti valittavissa olevat erilaiset faniuden kokemukset tarjoavat uusia mahdollisuuksia kiinnittyä yhteiskuntaan sekä kulttuuriin (Heinonen 2004a, 245). Nyky-yhteiskunnassa yksilöllä on mahdollisuus uudella tavalla ankkuroida käsitys itsestään sekä kelpoisuudestaan vapaa-ajan aktiviteetteihin, niiden tarjoamiin yhteisöihin, koodattuun käyttäytymiseen sekä kieleen (Kuentzel 2001; Mackellar 2006, 205). Vaikka läpi historian on tunnettu kulttuurisiin

objekteihin vahvasti sitoutuneita yksilöitä ja yhteisöjä, jälkimoderneissa faniuden ilmiöissä erityisen tunnistettava piirre on niiden tietynlainen huolettomuus: vailla pelkoa leimaantumisesta ja marginaalistumisesta, fani voi sitoutua omaan kiinnostuksen kohteeseensa erittäin voimakkaasti ja hyödyntää sitä identiteettinsä rakennuspalikkana. Toisaalta faniudesta voi halutessaan myös luopua minä hetkenä hyvänsä kiinnostuksen ehtyessä. (Heinonen 2005, 31–32, 258.)

5 JALKAPALLOFANIUS – ENEMMÄN KUIN VIIHDETTÄ

Puhuttaessa faneista jalkapallon yhteydessä, aiheeseen liitetään usein monia negatiivisia merkityksiä. Yleisimmillään jalkapallofanius liitetään huliganismiin, joka on ollut myös urheilun yleisöihin perehtyneen tutkimuksen päätarkastelukohteita. (Heinonen 2005, 29–30.) Aihepiirin tutkimus alkoi 1980-luvulla Englannissa, jossa tutkijat keskittivät huomionsa rajuun katsomokulttuuriin ja siihen liittyneeseen väkivaltaan ja huliganismiin. Niin sanotussa Leicesterin koulukunnassa tutkimus tulkitsi fanien käytöksen kovien maskuliinisten arvojen kyllästämäksi työväenluokalle tyypilliseksi ilmiöksi. Jalkapallofanin stereotypia oli kovimmista työväenluokan osista lähtöisin oleva nuori valkoihoinen mies, jonka sopeutumista muuhun yhteiskuntaan vaikeutti kulttuurissa vallalla oleva seksismin sekä rasismien värittämä käytös. Keskittyessään fanien väkivaltaisen käytöksen selittämiseen, tutkijat kuitenkin sivuuttivat intohimon, huumorin sekä ne subjektiiviset kokemukset, jotka fanien kokemukseen oleellisena osana liittyvät. Todellisuudessa katsomot olivat huomattavasti heterogeenisempiä ja fanien käytännöt kulttuurisesti vaikeaselkoisempia, kuin mitä huliganismia korostaneissa katsannoissa annettiin ymmärtää. 1990-luvulla näitä näkökulmia haastamaan nousikin joukko tutkijoita, jotka keskittyivät tutkimaan jalkapallofaniutta identiteetin, globalisaation ja kaupallistumisen kulttuurisena ilmentymänä. Tutkimuksessa opittiin hyödyntämään yksittäisten fanien ja heidän muodostamiensa yhteisöjen omia kertomuksia selitettäessä fanien yksilöllisiä jalkapalloon ja faniuteen liittyviä kokemuksia. (Hognestad 2012, 28–29.)

On totta, että huliganismi on ollut ja on edelleen jalkapallossa merkittävä ongelma. Urheilutapahtumien suuresta julkisuusarvosta johtuen monet urheiluun kuulumattomat ryhmittymät ovat houkuttuneita käyttämään sitä omiin tarkoituksiinsa ja hyödyntämään urheiluun liittyvää emotionaalista latausta aiheuttaakseen epäjärjestyksiä (Heinilä 2000, 297–298). Kaikkea jalkapalloyleisön häiriökäyttäytymistä ei kuitenkaan voida yksinkertaistaa huliganismiksi. Pelkistettäessä jalkapallofanit huligaaneiksi, jalkapalloon kuuluvaa intohimoa, faniutta ja kulttuuria on vaikea ymmärtää. Todellisuudessa jalkapallo on yksi seuratuimmista viihteen muodoista ja valtaosa sen yleisöstä ja faneista on tavallisia ihmisiä. (Heinonen 2005, 30.) Häiriökäyttäytymisen yleistäminen huliganismiksi johtuu pääosin siitä, että ulkopuolelta tarkastelevan on usein vaikea ymmärtää fanien osoittamaa intohimoa ja arkisen kohtuullisuuden ylittävää sitoutumista (Heinonen 2007, 134). Jalkapallofanit luovat meteliä stadionille huudahduksin, tapatuksin ja lauluin, soittamalla rumpuja sekä ajoittain

jopa heittämällä kentän laidalle äänekkäästi räjähtäviä ilotulitteita. He luovat värikkäitä performansseja koko katsomon peittäville lakanoilla, mosaiikkikuvioilla sekä porottavia soituja käyttäen, joiden liekit ja savu peittävät heidän näköyhteytensä itse kentälle, jossa joukkueet kamppailevat voitosta. Heinonen (2007) toteaa, että ulkopuolisen tarkkailijan silmissä tämä riehakas karnevaali saattaa vaikuttaa vaaralliselta, pelottavalta tai lähes patologiselta hulluudelta. Todellisuudessa yleisön jäsenet osallistuvat värejä tunnustaessaan ja meteliä luodessaan rituaaliseen toimintaan, jossa he ovat osanottajia tietyssä kulttuurisessa muodossa, kokemisessa ja sosiaalisessa maailmassa. (Heinonen 2007, 134.)

Faneja tarkkailtaessa tulisi pitää mielessä katsomokäyttäytymisen kokemuksen subjektiivinen luonne. Kun toiselle yleisön elämöinti saattaa näyttäytyä uhkaavana ja pelottavana käytöksenä, se voi toisen näkökulmasta tarkoittaa hyvää ja toivottua tunnelmaa. Kun yksi osa yleisöstä haluaa seurata kentän tapahtumia rauhassa katsomossa istuen, toiset haluavat antaa joukkueelle kaikkensa. He huutavat ja laulavat äänensä käheiksi, hyppivät ja heiluvat vaatteet hiestä märkinä sekä huutavat solvauksia vastustajille ja tuomareille. Katsomokäyttäytymiseen liittyykin koodeja ja kulttuurisia merkityksiä, joita jalkapalloa seuraamattoman voi olla vaikea ymmärtää. Faniin aggressiiviset eleet ja herjaava käyttäytyminen ovat todellisuudessa osa joukkueiden kentällä käymää ja niiden faniin samanaikaisesti katsomossa suorittamaa symbolista valtataistelua. Useimmiten käyttäytyminen pysyy vain symbolisella tasolla, eivätkä fanit todellisuudessa ota väkivaltaisesti toistensa kanssa yhteen, vaikka he sitä laulujen, huutojen ja elehdintänsä välityksellä saattaisivatkin katsomossa toisilleen viestittää. (Heinonen 2004a, 242.)

Jalkapallofanit kuvailevat usein sitoutumistaan kannattamaansa seuraan käyttämällä sanoja kuten todellinen, aito ja elinikäinen. Jalkapallokannattajat pitävät sitä usein jopa loukkaavana, jos heitä verrataan esimerkiksi laulajien tai yksittäisten urheilutähtien faneihin. (Hognestad 2012, 25.) Toisin kuin musiikissa ja yksilöurheilussa, joissa fanit seuraavat kun ”he” soittavat ja urheilevat, jalkapallossa fanit puhuvat kannattamastaan joukkueesta usein ”me” muodossa. Tämä puhetapa ilmentää perustavalla tavalla jalkapallofanien kokemusmaailmaa, sillä jalkapallossa fanit eivät ikään kuin suostu tekemään eroa esiintyjien eli joukkueen ja itsensä, eli tapahtumaa katsomosta seuraavien välillä. Fanit ja joukkue ovat yhdessä ”me” ja täten kuvaillessaan kannattamaansa seuraa faniin voidaan nähdä kuvailevan samalla sitä, keitä he itse kokevat olevansa. (Heinonen 2005, 257–258.)

Kaikista sitoutuneimmat kannattajat käyttäytyvät ikään kuin he omistaisivat seuran ja itse pelin. He käyvät kaikissa seuran otteluissa, vierasottelut mukaan lukien, ja rakentavat päivä- ja viikkorytminsä joukkueen tapahtumien ympärille. Koska jalkapallon seuraaminen on yksi tärkeimmistä asioista sitoutuneen kannattajan elämässä, hänen suhteensa jalkapalloseuraan määrittää myös välejä perheeseen, ystäviin ja työpaikkaan. Stadionilla seurattujen otteluiden lisäksi kannattajat seuraavat urheilua television, internetin ja sanomalehtien urheilusivujen välityksellä ja elämäntapa vaikuttaa jopa heidän puhetyyliinsä sekä sanavarastoonsa. Toisin sanottuna suhde jalkapalloon ja seuraan nousee määritteleväksi tekijäksi kannattajan kokemuksessa omasta identiteetistään. (Ben Porat 2010, 280.) Usein jalkapallo vaikuttaakin luonnolliselta eikä fanin itse identiteetin osakseen valitsemalta ominaisuudelta. Koska suhde seuraan syntyy yleensä ympäröivän kulttuurin ja tietyn yhteisön vaikutuksen alaisena, useat kannattajat kuvailevat jopa syntyneensä kannattamansa joukkueen faneiksi. (Heinonen 2005, 55–57.) Kun fani on valinnut puolensa, hänen odotetaan pysyvän sille lojaalina. Kannattajat tuntevat jalkapallo-ottelun olevan yhtä lailla heidän velvollisuutensa, kuin mitä se on joukkueen palkatuille pelaajille ja valmentajille sekä omistajille. (Guschwan 2007, 91–92.) Joskus fanit kuvailevat myös itse olevansa tietyllä tavalla yhtä kuin seura (Giulianotti 2002, 28). Kun seurauskollisuus on nykypäivän kansainvälistyneillä pelaajamarkkinoilla harvinaisuus ja pelaajat sekä valmentajat tulevat ja menevät, fanit saattavat kokea olevansa ainut paikoillaan pysyvä osa kannattamassaan seurassa. Täten kannattajien voi kuvitella puolustavan katsomoissa laulaessaan ennen kaikkea seuraa, sen logoa ja värejä, eivätkä niinkään miljoonakorvauksia työstään saavia pelaajia tai valmentajia, joiden uskollisuudet saattavat vaihdella riippuen siitä, kuka maksaa markkinoilla suurimman korvauksen.

Jalkapallofaniutta voi pitää poikkeuksellisena faniuden ilmentymänä populaarikulttuuriin liittyvien fani-ilmiöiden joukossa. Heinosen (2007, 133) mukaan ”jalkapallossa on säilynyt jotakin äärimmäisen kiehtovaa, jotakin yllätyksellistä ja alakulttuurista aitoutta, toisin kuin ”puhtaassa” viihteessä, joka usein näyttäytyy vain ylivirittyneiden elämysten keinotekoisena näyttämönä”. Jalkapallofanien näkökulmasta fanius voikin näyttäytyä vakavampana asiana kuin pelkkänä viihteenä, sillä heidän kokemusmaailmaansa liittyy usein sisäisenä piirteenä vahvoja periaatteita sekä tunnetta velvollisuudesta ja tehtävän täyttämistä (Hognestad 2012, 28). Guschwan (2007) kuvailee, kuinka Italiassa fanien jalkapallo-otteluissa esittämät protestit ja performanssit ovat tiiviissä yhteydessä ympäröivään yhteiskuntaan. Sen lisäksi, että fanit tulevat stadionille tapaamaan ystäviään sekä nauttimaan pelistä, samalla he saattavat

myös muistella lauluissaan ja tifoissaan kuolleita tai protestoida yhteiskunnallisia ja poliittisia epäkohtia vastaan. (Guschwan 2007, 91–92.)

5.1 Kaupallistumista ja vastarintaa

Huippu-jalkapalloilun globalisaation ja kaupallistumisen kehitys nousi fanitutkimuksessa keskeiseksi suuntaukseksi vuosituuhannen vaihteessa. Vaikka jalkapallo oli ollut jatkuvassa muutoksessa myös ennen 1990-luvun alkua, käänneentekijänä lajin kaupallistumisen kehityksessä on pidetty englantilaisessa jalkapallossa tuolloin tapahtuneita muutoksia (ensimmäinen kaupallistumisen aalto alkoi 1960-luvulla, ks. Giulianotti 2002, 27). Alkusysäyksenä toimi Heyselissä ja Hillsboroughissa sattuneet lukuisia kuolonuhreja vaatineet stadiononnettomuudet, joihin reagoitiin rakentamalla entistä turvallisempia stadioneita. Uusilla ja remontoituilla stadioneilla fanien vapaan liikkuvuuden sijasta jokaiselle katsojalle oli osoitettu henkilökohtainen istumapaikka. Kun tehtyjen remonttien myötä stadioneiden katsomokapasiteetit pienenevät, seurat korottivat lipunhintoja ottelutulojansa kasvattaakseen. (Giulianotti 2011.) Häiriökäyttäytymistä ja huliganismia kitkeäkseen seurat pyrkivät vähitellen myös houkuttelemaan jalkapallon kuluttajiksi yleisöä ennen kaikkea hyvätuloisista yhteiskuntaluokista (Itkonen & Nevala 2007, 19). Toinen jalkapallon kaupallistumista kiistatta kiihdyttänyt muutos oli Englannin Valioliigan perustaminen vuonna 1992 ja sen televisiolähetysoikeuksien myyminen yksinoikeudella amerikkalaiselle mediajättille, joka kaupan seurauksena sai myös valtuudet otteluiden alkamisaikojen määrittämiseen. Television mainostulojen maksimoimiseksi sarjassa siirryttiin pelaamaan otteluita yhä enemmän iltaisin sekä keskellä viikkoa. Nämä olivat otteluaikoja, jotka suosivat ennen kaikkea kansainvälistä televisioyleisöä, eivätkä niinkään seurojen paikallisia kannattajia. (Hognestad 2012, 30–31.)

Englannin pääsarjataso asettamaa esimerkkiä on pidetty alkupotkuna muissa Euroopan maissa jatkuneelle muutokselle, jossa markkinatalouden periaatteet ovat ottaneet yhä enemmän valtaa jalkapallon kehityksessä. Jalkapalloseurat eri maissa ovat siirtyneet monikansallisten omistajuuksien hallitsemiksi ja rahaa on virrannut jalkapalloon yhä enemmän. Uusia moderneja stadioneita on noussut, pääsylippujen hinnat ovat kohonneet ja televisiolähetysten ja internetin ansiosta jalkapallosarjoja pystyy nykyään seuraamaan mielin määrin eri puolilla maailmaa. Samalla jalkapallofanius on muuttunut yhä kaupallisempaan

suuntaan fanien kuluttaessa runsaasti rahaa pääsylippuihin, maksukanavatilauksiin sekä fanituotemarkkinoilla myynnissä oleviin fanipaitoihin ja muihin kannattajuuden symboleihin. (Hognestad 2012, 30–31.) Suomessa maksukanavien välityksellä pystyy nykypäivänä seuraamaan lähes jokaisen eurooppalaisen huippusarjan otteluita ja jalkapallon tarjonta onkin nykyään suurempi kuin koskaan aikaisemmin. Samalla matkustamisesta on tullut yhä helpompaa ja myös erilaiset matkayhtiöt ovat lisänneet tarjontaansa fanimatkoja eurooppalaisten suurseurojen otteluihin. Toisaalta suurseurojen fanituotteet löytyvät nykyisin myös suomalaisten urheilukauppojen valikoimista.

Koska jalkapallo kulttuurisena objektina on osoittautunut taloudellisesti kannattavaksi tuotteeksi, maailmanlaajuista suosiota tavoittelevat seurat pyrkivät nykyään miellyttämään eri alueilta sekä erilaisista kulttuurisista ja sosiaalisista taustoista kotoisin olevia fanejaan. Jalkapallon globalisoitumisen vaikutukset näkyvät kouriintuntuvimmin juuri Englannissa, jossa se on muuttunut työväenluokkaisuutta ja paikallisuutta ilmentäneestä ilmiöstä sivistyneeksi kansainväliseksi televisiovihteeksi. (Heinonen 2007, 136.) Nykyään suurimmat seurukset pyrkivät hyödyntämään kaiken markkinapotentiaalinsa sekä laajentamaan suosiotaan uusille alueille. Suosiota kasvattaakseen ja fanituotemyyntiä edistääkseen ne tekevät pelikiertueita potentiaalisille markkina-alueille, kuten Kiinaan, sekä hankkivat niistä myös uusia pelaajia. Sen sijaan, että seurukset pyrkisivät rakentamaan syvää suhdetta paikallisiin kannattajiinsa, ne kohdistavat huomionsa ”kuluttajafaneihin”, joita hyväksikäyttämällä on mahdollista saada aikaan nopeampia taloudellisia tuloksia. (Hollendsen 2007, 125–127.) Vuonna 2013 englantilaiset suurseurat Arsenal ja Manchester City kohtasivat toisensa Helsingin olympiastadionilla Super Matchiksi ristityssä ottelussa. Valioliigan ja joukkueiden Suomessa saamasta suosiosta kielii ottelun yleisömäärä, 39 000 katsojaa, joista osa oli sonnustautunut joukkueiden pelipaitoihin ja myös lauloi niiden kannatuslauluja lehtereillä suomalaisella aksentilla sävytettynä.

Suurten seurojen etsiessä maailmanlaajuista fanipohjaa, tiettyihin kulttuurisiin, sosiaalisiin tai maantieteellisiin ryhmiin identifioituminen on muuttunut niille taloudellisen voiton maksimoimisen kannalta epäsuosiolliseksi. Täten seurukset etäännyvät yhä kauemmas alkuperäisistä sosiaalisista ja kulttuurisista viitekehyksistään. Pyrkiessään miellyttämään mahdollisimman suurta yleisöä, seurukset ovat lisänneet yleisön kontrollia erilaisilla turvatoimilla. Lisääntyneen kontrollin myötä seurukset ovat asettaneet samalla yhä tarkemmat rajat yleisön käyttäytymiselle, mistä johtuen kaikenlainen väkivalta, vastustajaa solvaavat

huudot, ilotulitteet sekä kritiikkiä esittävät banderollit on pyritty poistamaan stadioneilta. (Sandvoss 2003, 114–127.) Readheadin (1997, 24) mukaan kaupallistunut urheilu pyrkii houkuttelemaan asiakkaisiin aiempaa passiivisempaa ja säädyllisempää yleisöä, joka seuraa kentän tapahtumia istumakatsomoissa sekä yritysaitioissa tai television välityksellä kotisohvilla ja baareissa. Fanituotteisiin ja oheispalveluihin rahaa käyttävät hyvätuloiset perheet ovat muodostuneet ideaaliksi kohderyhmäksi urheiluseuroille, jotka pyrkivät kasvattamaan ottelutuottojaan. Jotkut väittävät, että lajin kaupallistumisen kehitys on tuhonnut sen jalkapallostadioneilla perinteisesti vallinneen tunnelman, jonka aikoinaan synnyttivät seisomakatsomoissa mekastaneet fanit (Weed 2007, 240). Vaikka Suomeen ei olekaan kehittynyt mittavaa jalkapallotaloutta eikä suomalaisen jalkapalloon liity Euroopan suurempiin sarjoihin verrattavissa olevaa suuren luokan liiketoimintaa (Itkonen & Nevala 2007, 18–20), myös Suomessa näkyvät kansainvälisen kaupallistuneen jalkapallon vaikutteet. Niin ikään suomalaiset seurat ovat pyrkineet yhä enemmän tuotteistamaan itseään ja yleisöä houkutelukseen kehittelemään tapahtumiinsa itse pelin ohella lukuisia muita viihdenumeroita. Toisaalta Suomessa on kohdattu globalisoituneen jalkapallon käänttöpuoli, sillä kansainvälisen jalkapallon tarjonnan kasvun vaikutukset on nähty myös suomalaisilla kentillä. Esimerkkinä toimivat kotimaisten sarjojen yleisömäärät, jotka ovat arvokisavuosina hidastuneet tai jopa kääntyneet laskuun (Itkonen & Nevala 2007, 20).

Samalla, kun jalkapallon suosio jatkaa kasvuaan kansainvälisesti, lajin muutokset ovat herättäneet myös vastareaktioita perinteisen paikallisuuteen perustuvan faniuden puolesta puhuvissa kannattajaryhmissä. Jotkin kannattajaryhmät ovat vastustaneen jalkapallon kaupallistumista pyrkimällä ylläpitämään traditionaalista fanikulttuuria esimerkiksi kieltäytymällä käyttämästä seurojen virallisia fanituotteita sekä maksamasta korkeita lipunhintoja. Osa kannattajista on tarkoituksellisesti pyrkinyt välttämään jalkapallon kaupallistumisen vaikutuksia etäännyttämällä itsensä aiemmasta faniuden kohteesta sekä tukemalla pienempiä, alemmissa divisioonissa pelaavia paikallisia joukkueita, jonka kannattajina he pystyvät edelleen säilyttämään faniutensa sosiaalisen ja kulttuurisen perustan. (Sandvoss 2013, 164.)

Reaktion jalkapallon kaupallistumisen kehitykselle, Italiassa kannattajat ryhtyivät käyttämään iskulausetta ”modernia jalkapalloa vastaan” (No al calcio moderno), mikä edusti sekä symbolisesti että kirjaimellisesti kannattajien tyytymättömyyttä heidän rakastamansa lajin kokemia muutoksia kohtaan. Erityisesti fanit vastustivat ottelulippujen hintojen nousua,

kaupallisten televisionkanavien vaikutusta otteluiden alkamisaikoihin, sekä stadioneiden uusia turvallisuustoimia. Nämä olivat heidän näkökulmastaan asioita, jotka olivat muuttaneet jalkapalloon liittyvän autenttisen intohimon vastenmieliseksi uusliberalistiseksi bisnekseksi. Kannattajien keskuudessa universaalisti ymmärretty iskulause ”against modern football” onkin ollut käytössä lukuisissa kannattajien protestointitoimissa eri puolilla maailmaa. Yleensä iskulausetta on käytetty lauluissa sekä banderolleissa stadioneilla, siihen on viitattu kannattajien keskustelufoorumeilla ja kannattajaryhmien internetsivustoilla sekä maalattu graffiteina rakennusten seiniin. Kannattajien sanomana on ollut yhteisen vihollisen eli jalkapalloon tunkeutuneen uusliberaalisen bisneksen vastustaminen, jonka on uskottu tuhoavan perinteisen jalkapallokulttuurin johtaen intohimon, tunteiden, ”aidon” tunnelman, autenttisuuden, spontaanisuuden, historian, perinteiden, vastakkainasettelujen, rituaalien sekä paikallisyhteisön merkityksen katoamiseen jalkapallostadioneilla. (Numerato 2015, 120–126.)

5.2 Erilaisia fani-identiteettejä

Jalkapallofaniutta on yleisesti pidetty negatiivisena ilmiönä ja fanit on usein heppoisin perustein leimattu huligaaneiksi. Yleisesti ottaen suuri yleisö ei ole ollut halukas tai edes pystynyt tekemään eroa eri fanien ja faniuksien välillä. Yksi suosituimmista fanitutkimuksissa referoiduista jalkapallofanien luokitteluista on Giulianotti (2002) nelikenttäjako, jossa hän jakaa jalkapallofanit neljään eri ryhmään: kannattajiin, seuraajiin, faneihin sekä flanööreihin. Jaottelussaan Giulianotti kiinnittää ensinnäkin erityistä huomiota katsojien emotionaaliseen sitoutumiseen suhteessa suosikkiseuraansa: onko seura keskeisessä asemassa yksilön rakentaessa omaa identiteettiään vai onko fanin sitoutuminen väljempää ja väliaikaisempaa? Toisaalta Giulianotti jaottelee katsojia suhteessa siihen, mihin heidän sitoutumisensa tiettyyn seuraan perustuu: ovatko perinteet ja paikallisuus yksilölle tärkeitä vai onko suhde seuraan markkinakeskeisempi, heijastuen fanituotteiden kuluttamisen merkityksen korostumiseen? (Giulianotti 2002, 30–32.) Kuten Giulianotti itse myös painottaa, fanien arkkityyppejä ei useinkaan löydy yleisöstä sellaisenaan, vaan yhdellä fanilla voi olla lukuisan kategorian ominaisuuksia.

Giulianottin mukaan kannattajiksi voi kuvailla niitä faneja, jotka ovat emotionaalisesti sitoutuneita seuran kannattamiseen ja joiden suhde seuraan on kestävä. Etelä-Amerikassa

kannattajat esimerkiksi kutsuvat seuransa kotistadionia yksinkertaisesti kodiksi, seuraa "äidiksi" ja itseään sen "pojiksi" tai "lapsiksi". Koska kannattajat ovat emotionaalisesti erittäin sitoutuneita seuraansa, heidän ei ole mahdollista vaihtaa tätä intohimon kohdetta toiseen oman elämänsä aikana. Suurin osa kannattajista on kotoisin seuraa ympäröivästä yhteisöstä, kylästä tai kaupungista ja heille seura edustaa juurikin tätä tarkkaan rajattua aluetta tai ryhmää. Kannattajille seura on usein yksi tärkeimmistä asioista elämässä. He osallistuvat lähes jokaiseen seuran otteluun, vierasottelut mukaan luettuna, sekä elävät aktiivisesti mukana jalkapallo-ottelun tapahtumissa. Kannattajat ovatkin instrumentaalinen osa jalkapallo-otteluiden tunnelman luomisessa, sillä ilman heidän suoritustaan kokemus ei olisi muullekaan peliä seuraavalle yleisölle samanarvoinen. Yksi tärkeimmistä kannattajien piirteistä on se, että he eivät hylkää kannattamaansa seuraa huonoillakaan hetkillä. Samalla kun kannattajat rakentavat emotionaalisen suhteen fanittamaansa seuraan, sen kotikenttään ja publiin, yhtäaikaan he kokevat myös itse olevansa osa seuraa. Kannattajat luovat myös omia perinteitään sekä siirtävät ne aina eteenpäin seuraavalle kannattajien sukupolvelle. Vierasotteluihin matkustamalla, kannattajien historian ja perinteet tuntemalla sekä heidän toimintatapansa hallitsemalla voi rakentaa omaa arvostustaan kannattajien yhteisöissä. (Giulianotti 2002, 33–34.)

Kannattajien tapaan Giulianottin määrittelemät seuraajat käyttävät usein erittäin paljon aikaa suosikkiseuransa fanittamiseen. Kannattajista poiketen he voivat kuitenkin olla myös sitoutuneita yksittäisiin pelaajiin, valmentajiin sekä muihin jalkapallon maailmassa mukana oleviin henkilöihin, eivätkä he ole emotionaalisesti kovinkaan kiinnittyneitä fanittamaansa seuraan. He omaavat suurta tietämystä itse pelistä ja fanikulttuurista sekä seuraavat tarkasti sitä, mitä jalkapallon maailmassa ja erityisesti heidän kiinnostuksen kohteensa ympärillä tapahtuu. Seuraajille voitot ja tappiot eivät ole ”elämän ja kuoleman” kysymyksiä. (Giulianotti 2002, 34–35.)

Giulianottin määrittelemä fani on puolestaan enemmän nykyaikaisen ylikaupallistuneen jalkapallon luoma ilmiö. Jalkapallofanit muistuttavat monin tavoin yksittäisten artistien tai näyttelijöiden faneja. Myös he ovat rakentaneet intensiivisen ja mediavälitteisen suhteen intohimonsa kohteeseen, jota voi internetin välityksellä seurata missä ja milloin tahansa. Aivan kuten kannattajilla, suosikkiseuralla on erittäin suuri merkitys fanin elämässä. Fanilla tämä suhde on kuitenkin huomattavasti etäisempi kuin kannattajilla. Jalkapallon ylikaupallistumisen johdosta tavallisilla katsojilla ei ole enää kovinkaan läheistä kosketusta

seuroihin ja niiden pelaajiin. Paradoksaalisesti seuroista on kuitenkin saatavissa enemmän tietoa kuin koskaan aiemmin, minkä johdosta jalkapalloseurat saavat faneja eri puolilta maailmaa. Siinä missä kannattajat ovat perinteisesti olleet läheisessä kosketuksessa seuraan ja kasvaneet omassa kulttuurisessa ja sosiaalisessa ympäristössään niiden kannattajiksi, fanien suhde seuraan on syntynyt enemmän tai vähemmän seuran menestyksen tai tunnettuuden perusteella. Seuran historia, perinteet tai sen edustama ideologia eivät ole fanin näkökulmasta kovinkaan tärkeitä. Sen sijaan ne ovat vain yksi osatekijä markkinoilla, joissa fani voi ostaa erilaisten faniuksien myötä erilaisia kokemuksia itselleen. (Giulianotti 2002, 36–38.)

Giulianottin mukaan flanööri on hyvin markkinakeskeinen postmodernin katsojan identiteetti. Flanöörin suhde seuraan on syntynyt usein median välityksellä ja jalkapalloa seurattessaan he ovat erityisen kiinnostuneita kokemusten metsästämisestä. Usein flanööri pyrkiikin etsimään niin monia kokemuksia kuin mahdollista matkustamalla eripuolille maailmaa seuraamaan eri sarjoissa pelaavia seuroja. Jos flanöörillä on suosikkiseura, suhde siihen on erittäin etäinen. Toisaalta hänen kiinnostuksen kohteensa saattaa myös vaihtua erittäin usein. Flanööri seuraa jalkapalloa sekä television, radion, aikakauslehtien että internetin välityksellä. Juuri television jalkapalloesitysten voi nähdä olevan kuin luotuja flanöörin kaltaisille kokemusten metsästäjille, sillä televisiota katsoessa ajan ja tilan merkitys usein häviää ja tapahtumat tiivistetään lyhyiksi ja miellyttäväiksi pakkauksiksi. Flanöörin suhde muihin kannattajiin on pinnallinen, mutta joskus hän saattaa jäljitellä todellisia kannattajia autenttisten kokemusten saamiseksi. Toisaalta ajoittain flanööri saattaa väittää olevansa jalkapallon intellektuelli, sillä toisin kuin intohimoiset fanit, hän pystyy etäännyttämään itsensä jalkapalloon liittyvistä tunteista ja täten nauttimaan täysin siemauksin pelin pienistä vivahteista. (Giulianotti 2002, 38–40.)

Suomalaisten seurojen organisoituneiden kannattajaryhmien jäsenten luonnehtimiseen soveltuu parhaiten Giulianottin kannattajan määritelmä. Vaikka kannattajaryhmien koko saattaakin vaihdella muutamista kymmenistä satojen muodostamiin ryhmiin, ne ovat kaikkein näkyvin ja kuuluvin osa suomalaisilla jalkapallostadioneilla. Ryhmistä vanhimmat, kuten lahtelainen FCLK (FC Lahti), vaasalainen Geezers (VPS) helsinkiläinen Forza (HJK) sekä turkulainen Ultraboyz (Inter) omaavat nyt jo lähes 20-vuoden takaiset perinteet. Useimmat kannattajaryhmistä matkustavat jonkinlaisella kokoonpanolla lähes jokaiseen joukkueensa otteluun sekä pitävät otteluissa ääntä lauluin, huudahduksin, taputuksin sekä rumpuja hakkaamalla.

5.3 Aitoja vai epäaitoja kannattajia?

Jalkapallon kaupallistumisen seurauksena keskustelu perinteiden tärkeydestä sekä siitä, ketkä ovat aitoja faneja, on yleistynyt. Aitojen fanien piirteiksi on kuvailtu muun muassa intohimoinen uskollisuus, työväenluokkaisuus ja paikallisuus, otteluiden seuraaminen säännöllisesti paikan päällä stadionilla sekä jalkapallon kaupallistumisen vastustaminen (Robson 2000). Epäaito fani on puolestaan nähty uskollisuutensa suhteen ailahtelevana, keskiluokkaisena, ei-paikallisena ja kulutusmyönteisenä henkilönä, joka katselee otteluita mieluummin television välityksellä kuin stadionilla (Cleland 2015, 110–113).

Jalkapallofanit tekevät myös keskenään hyvin tarkkoja jaotteluja todellisesta faniudesta. ”Todelliselle” kannattajalle ominaisena piirteenä on itsensä näkeminen jonkinasteisena alkuperäisenä ja aitona fanina. Aitoina itseään pitävät kannattajat ainakin uskovat taitavansa kannattajuuteen olennaisena osana kuuluvat käytännöt ja perinteet, joita he myös itse luovat ja muovaavat omalla kannattamisellaan. Kannattajien alakulttuurissa tärkeässä roolissa on taito identifioitua todelliseksi kannattajaksi. Todellisen fanin tulee pystyä perustelemaan oma faniutensa sekä myös osoittamaan oma sitoutumisensa seuraan kannattajien yhteisössä. (Heinonen 2005, 80–81.)

Brimsonin (1998) mukaan aidot kannattajat, joita hän nimittää geezeriksi, pitävät itseään jopa tärkeämpinä kuin itse pelaajat ja joukkue. He luovat jalkapallo-otteluihin niiden tunnelman, josta seura ja koko jalkapallo lajina ovat riippuvaisia. Geezerit vahvasti halveksuvat muuta jalkapallo-otteluiden yleisöä, joka jakautuu nojatuolifaneihin, firma-aitiolaisiin, anorakkeihin, wannabe-faneihin, vanhoihin valittajiin, pentuihin, luusereihin, nuoriin jannuhin sekä naisiin. Edes kannattajakatsomossa ottelun seuraaminen tai kannattamiseen osallistuminen ei tee kannattajasta aitoa geezeriä. Sen lisäksi kannattajan tulee tuntee geezerien käyttäytymiseen sekä pukeutumiseen liittyvä alakulttuurinen koodisto. (Brimson 1998, 50–54; ks. myös Heinonen 2005, 79.) Monissa kannattajaryhmissä joukkueen värien tunnustaminen loistaa poissaolollaan, kannattajaryhmän omien symbolisten pukeutumiskoodien ollessa tärkeämmässä roolissa. Niiden tunteminen avaa sisäänpääsyn alakulttuuriin, jossa kannattajaryhmään sitoutuminen muodostuu määritteleväksi tekijäksi eroteltaessa tavalliset kannattajat kannattajien eliitistä. (Guçu 2017, 920–921.)

Myös Suomessa kannattajat luokittelevat toisiaan eri lokeroihin autenttisuuden ja aitouden perusteella. Suomen kielessä jako tehdään usein käsitteellistämällä termit fani ja kannattaja

toisistaan eroaviksi kategorioiksi. Lindberg (2017) on tutkinut suomalaisten jalkapallokannattajien toisistaan käyttämiä nimityksiä pro gradu -tutkielmassaan, jonka aineisto kerättiin Suomen aktiivisimmalta jalkapallokannattajien keskustelupalstalta FutisForum2:lta. Lindbergin mukaan termi kannattaja yhdistetään keskustelupalstan kirjoituksissa usein joukkueiden paikallisiin, seuroja ympäröivästä yhteisöstä kotoisin oleviin uskollisiin seuraajiin, jotka tuntevat toisensa sekä tapaavat aina stadionilla. Kannattajia ovat he, jotka ovat kaikkein sitoutuneimpia ja ovat valmiita tekemään kannattamisen eteen uhrauksia, kuten matkustamaan henkilöautolla pitkiä välimatkoja joukkuetta seuratakseen. Kannattajia pidetään arvostetumpina jalkapallon seuraajina kuin faneja, jotka nähdään enemmän jälkimodernin jalkapallon tuotteena. Fanit seuraavat jalkapalloa pääasiassa television välityksellä ja valitsevat varsin kevein perustein fanituksen kohteensa. Faneja pidetään myös pinnallisina, epäaitoina sekä kaupallisina, sillä he vuoraavat seinänsä idoliensa kuvilla, tilaavat fanikrääsää internetistä sekä laulavat kannatuslauluja television ääressä. Suomalaisten kannattajien tekemä jaottelu voidaan kärjistää tiivistää lauseeseen ”fanit tulevat ja menevät, kannattajat pysyvät”. (Lindberg 2017, 32–33.)

Heinosen (2005) mukaan todellisen ja syvällisen faniuden lopullinen määrittelyminen on haasteellista. Todellisuudessa vain aika on usein määrittelevä tekijä, joka erottaa todelliset kannattajat muusta yleisöstä. Vuosien saatossa kannattajalle kertyy asiantuntemusta, osaamista ja kokemuksia, joilla on tärkeä rooli kannattajien yhteisössä. Kannattajien jakamien kokemusten myötä syntyvät ne kertomukset, joita kannattaja voi hyödyntää määritellessään ja perustellessaan omaa faniuttaan. (Heinonen 2005, 79–81.)

Se, miten fanius nähdään, riippuu toisaalta myös ympäristöstä ja fania ympäröivistä ihmisistä. Näin ollen tiettyä henkilöä voidaan pitää kontekstista riippuen samanaikaisesti erittäin sitoutuneena fanina ja toisaalta myös epäaitona fanina. Jos fani viettää esimerkiksi aikaa ihmisten kanssa, jotka eivät ole kovinkaan kiinnostuneita urheilusta, muut ryhmän jäsenet voivat pitää häntä erittäin sitoutuneena fanina. Toisaalta, jos hän ei pysty seuraamaan suosikkijoukkueensa otteluita paikan päällä, hän voi muiden fanien silmissä näyttäytyä epäaitona fanina. Koska kaikki ihmiset näkevät faniuden eri tavalla, faniuden määritelmä on varsin epämääräinen. Lisäksi se, miten fanit toimivat ja miten heidän odotetaan käyttäytyvän, vaihtelee myös kulttuurin mukaan. (Crawford 2004, 17–21.)

Yhtäältä faneja on vaikeaa jaotella aitoihin ja epäaitoihin faneihin, sillä jalkapallokulttuuri ja kannattamisen tavat ovat jatkuvassa liikkeessä (Stone 2007, 175). Kansainvälistyneessä

urheilussa erilaiset katsomokäyttäytymisen mallit ja ilmiöt leviävät nopeasti kulttuurista toiseen median sekä kansainvälisten otteluiden kautta (Heinonen & Godenhjelm 2001, 32). Usein fanit ovatkin rakentaneet vääristyneen mielikuvan menneisyydestä perustellessaan omaa perinteisyyttään sekä aitouttaan (Nash 2000, 468; ks. myös King 1997, 338). Esimerkiksi Suomessa monien englantilaisten seurojen kannatustoiminnalla on jopa pidempiä perinteitä kuin kotimaisten seurojen kannatusryhmillä, eikä moraalisia määritelmiä todellisesta ja aidosta faniudesta voi täten tehdä ainakaan faniuden pitkäikäisyyttä tarkastelemalla (ks. Hognestad 2012, 40).

Tutkielmassani erottelen karkeasti *kannattajan* ja *fanin* määritelmän toisistaan käyttämällä kannattaja-termiä kuvaillessani organisoituneiden kannattajaryhmien jäseniä. Fani-käsitettä käytän puolestaan puhuttaessani kaikista muista jalkapalloseurojen innokkaista seuraajista. Termejä käyttäessäni tarkoituksena ei ole arvioida edellä kuvattujen tutkimuksessa esiteltyjen määritelmien mukaisesti ryhmien aitoudessa ja autenttisuudessa olevia eroja. Sen sijaan termit auttavat lukijaa hahmottamaan, milloin kyseessä ovat ryhmä ja siihen kuuluvat sekä muut jalkapallo-otteluita seuraavat henkilöt. Termiä *fanius* käytän puolestaan sekä kannattajaryhmään kuuluvien kannattajien, että muiden fanien kohdalla kuvaillessani sitä intensiivistä suhdetta, jollaiseksi faniuden olen tutkielman aiemmissa osioissa määritellyt.

6 IDENTITEETIN RAKENTUMINEN KERRONNALLISENA ILMIÖNÄ

Fanitutkimuksessa yksi keskeisimmistä tarkastelukulmista on ollut fanitoimintojen merkitys identiteetin rakentamiselle (ks. esim. Chadborn, Edwards & Reysen 2017, 87–88; Nikunen 2005, 47). Urheilufaniuden tutkimuksessa fani-identiteetti ei sen sijaan ole ollut huomion keskipisteenä, suurimman osan tutkimuksesta keskittyessä faniuden motiiveihin sekä seurauksiin (Jacobson 2003).

Sosiaalitieteellisessä tutkimuksessa identiteetin käsite erotetaan yleensä persoonalliseen ja sosiaaliseen identiteettiin. Tiivistettynä persoonallisella identiteetillä tarkoitetaan jatkuvuuden ja johdonmukaisuuden kokemusta yksilön elämänsä aikana ja sosiaalisella identiteetillä samaistumista erilaisiin sosiaalisiin yhteisöihin ja ryhmiin sekä yhtenäisyyttä toimittaessa erilaisissa sosiaalisissa rooleissa. Näin ollen identiteetillä tarkoitetaan niitä käytäntöjä, joiden avulla ihmiset hahmottavat ja määrittävät itsensä suhteessa itseensä, sosiaaliseen ympäristöönsä ja kulttuuriinsa. Uudemmassa yhteiskuntateoriassa identiteettiin on yhdistetty olennaisena osana myös subjektin käsite, jonka avulla on analysoitu aktiivisen toimijuuden ja vallankäytön ulottuvuuksia. (Saastamoinen 2006, 172–173; ks. myös Goffman, 1963.)

Identiteetin kiinnostavuuden kasvun on nähty kumpuavan laajemmasta sosiaalisesta muutoksesta, jonka seurauksena yksilöllisestä minästä on kehkeytynyt entistä mielenkiintoisempi tutkimuskohde muuttuvassa yhteiskunnassa (Salin 2010, 21). Saastamoisen (2006) mukaan käsitteen suosion kasvu viime vuosikymmenten aikana liittyy paradoksaalisesti identiteetin problematisoitumiseen. Tarve tutkia identiteettiä on kasvanut samalla kun ihmisten käsitys itsestään yksilöinä ja yhteisöinä on hämärtynyt. (Saastamoinen 2006, 172.) Identiteetin käsitteen uskotaankin yleisesti olevan murroksessa. Tämä murros liittyy sosiaalista todellisuutta aiemmin vakauttaneiden yhteiskunnan keskeisten rakenteiden kuten luokan, sukupuolen, seksuaalisuuden, etnisyyden, rodun ja kansallisuuden sekä niihin liittyneiden identiteettien murentumiseen. Murros on antanut tietä uusille identiteeteille ja samalla rappeuttanut modernin yksilön käsitystä itsestään yhtenäisenä subjektina. (Hall 1999, 19–20.) Fanitutkimuksessa keskusteluun on osallistuttu osoittamalla erilaisten faniyhteisöjen ja faniuksien potentiaali uudenlaisten identiteettien rakentajina (ks. esim. Heinonen 2004a, 245; Wann ym. 2001, 164–188).

Tutkielmassani tarkastelen identiteettiä kulttuurintutkija Stuart Hallin identiteettikäsitteen näkökulmasta. Hallin näkökulma kiinnittyy monilla tieteenaloilla viime vuosikymmenten

aikana käynnissä olleeseen keskusteluun, jossa on kyseenalaistettu aiempiin identiteettikäsitteisiin liittyneet näkemykset sisäisen, alkuperäisen ja yhtenäisen identiteetin olemassaolosta (Hall 2000, 15). Seuraavaksi avaan laajemmin Hallin näkemyksiä identiteetistä ja pohdin niiden paikkaa tämän tutkielman kontekstissa.

6.1 Stuart Hallin postmoderni identiteettikäsitteisyys

Hall (1999) erottelee toisistaan kolme identiteetin tutkimuksen historiassa muodostunutta käsitteistä. Ensimmäistä hän kutsuu valistuksen subjektiksi. Tässä näkökulmassa ihminen nähtiin täysin yhtenäisenä yksilönä, jonka sisäinen ydin on jotain synnynnäistä ja joka säilyy läpi elämän ajan jokseenkin muuttumattomana. Tämän minän olemuksellista keskusta pidettiin samana kuin ihmisen identiteettiä. Toista käsitteistä identiteetistä Hall kutsuu sosiologiseksi subjektiksi. Siinä heijastui modernin maailman mutkikkuus. Sen mukaan subjektin sisäinen ydin ei ollut autonominen ja itseään kannatteleva, vaan muodostui suhteessa ”merkityksellisiin toisiin”. Määritelmän mukaan identiteetti rakentui minän ja yhteiskunnan välisessä vuorovaikutuksessa. Myös tässä identiteettikäsitteisyys ihmisellä uskottiin kuitenkin yhä olevan sisäinen ydin tai olemus, ”tosi minä”, jonka nähtiin muovautuvan jatkuvassa dialogissa ympäröivien maailmojen ja niiden tarjoamien identiteettien kanssa. Kolmas Hallin erotteleva määritelmä on postmoderni subjekti, jonka mukaan subjektit ja sosiaaliset maailmat ovat jatkuvassa liikkeessä, mistä johtuen identiteetti ei ole mitään kiinteää, olemuksellista tai pysyvää. Vakaana ja yhtenäisenä aiemmin pidetty identiteetti on täten muuttumassa pirstoutuneeksi: ihmisellä ei enää kuvitella olevan yhtä sisintä identiteettiä, vaan sen sijaan monia päällekkäisiä ja toisiinsa yhteen sopimattomia identiteettejä, joita toteutetaan eri aikoina ja eri tilanteissa. (Hall 1999, 21–23.)

Tutkielmassani käsittelen identiteetin Hallin määrittelemän postmodernin subjektin kaltaisena, jossa yksilön henkilökohtainen kokemus yhtenäisestä ja jatkuvasta identiteetistä on ihmisen itsestään luomaa tarinaa. Identiteetti ei sijaitse ihmisessä sisäänrakennettuna, vaan se on jotain, mikä ennemminkin muodostuu ajan kuluessa tiedostamattomissa prosesseissa. Identiteetin yhtenäisyydessä on täten aina jotain ”imaginaarista” tai kuviteltua. Se pysyy aina epätäydellisenä, muodostuu kaiken aikaa ja on jatkuvassa prosessissa. Tätä identiteetin kokonaisuuden puutetta täydennämme ulkopuolelta niiden tapojen kautta, joilla kuvittelemme toisten näkevän meidät. (Hall 1999, 39.)

Hallin (1999) ajattelussa on siis kyse aiempaa individualistisemmasta identiteettikäsitelmästä, joka on irtautunut kiinteästä suhteesta traditioihin ja yhteiskunnallisiin rakenteisiin ollen yhä enemmän yksilöiden itsensä määriteltävissä oleva monimuotoinen asia. Tästä huolimatta identiteetti ei muodostu ilman minkäänlaista yhteyttä toisiin, vaan päinvastoin se rakentuu poissa ja läsnä olevissa suhteissa johonkin muuhun sekä johonkin toiseen. Muodostamme kuvaa itsestämme suhteessa erilaisiin yhteisöihin, ”joihin olemme jatkuvasti prosessuaalisessa suhteessa, joissa meistä tulee itsejämme.” Täten yksilöllä voi nähdä olevan lukuisia identiteettejä riippuen siitä, millaisiin ryhmiin hän kuuluu ja kuvittelee kuuluvansa. Globalisoituneessa maailmassa identiteetit irtautuvat erityisistä ja kiinteistä ajankohdista, paikoista, historioista ja traditioista, ja yksilöt voivat samaistua erilaisiin tapahtumiin, arvoihin ja rooleihin ja näin muokata itselleen toisistaan risteäviä globaaleja, kansallisia ja paikallisia identiteettejä. (Hall 1999, 11–23, 61–64.)

Identiteettiä rakennetaan yhtä lailla suhteessa menneisyyteen ja tulevaisuuteen. Muistin, fantasian, kertomusten ja myyttien kautta rakennamme tarinaa ”joksikin tulemisesta” ja ”jonakin olemisesta”. Identiteetit ovatkin itsemme antamia nimiä eri tavoille, joilla menneisyyden kertomukset asemoivat meitä ja joihin asemoimme itsemme. (Hall 1999, 227–229.) Identiteetti on siis ikään kuin kerronnallista: se rakentuu suhteessa siihen, millaisia tarinoita itse kerromme itsestämme sekä mitä kuvittelemme muiden kertovan meistä.

Hallin identiteettikäsitelmä eräässä mielessä rikkoo perinteisen erottelun persoonallisen ja sosiaalisen identiteetin väliltä. Koska identiteetti nähdään enemmän tai vähemmän kuvitteellisena kertomuksena, yksi autenttinen, sisin ja todellinen identiteetti on Hallin käsitelmässä vaikeasti paikallistettavissa. (Salin 2010, 27.)

6.2 Oman erityisyyden havaitseminen vertailun kautta

Keskeinen osa Hallin identiteettikäsitelmässä on ajatus identiteetin muodostumisesta eronteon avulla. Identiteettien määrittelyssä ratkaiseva rooli on sillä, mitä ne eivät ole, mitä niistä puuttuu ja mitä suljetaan ulkopuolelle. Näin ollen identiteetin rakentumisessa on aina kyse omaan itseen liittyvistä valinnoista: ne eivät muodostu minkään alkuperäisen identiteetin perustalle, vaan päätöksille siitä, mihin ryhmään kukin mieltä tulla samaistetuksi. (Hall 2003, 250, 272.)

Hallin määritelmässä korostuu ”toisen” määrittelemisen merkitys ”meidän” identiteettimme muodostumiselle. Toisen määrittelemällä ja sen poikkeavuutta esiin tuomalla tietty yhteisö voi tähdentää yhteisöön kuuluvien samankaltaisuutta ja sen myötä vahvistaa yhteenkuuluvuuden tunnetta (Hall 1997, 234–238). Hall ilmentää tätä erontekoa kielitieteilijä Ferdinand de Saussuren näkemyksellä merkityksen perustumisesta eroille. Kielen ja identiteetin samankaltaisuus on havaittavissa siinä, miten sanojen merkitys rakentuu suhteessa siihen, miten ne eroavat toisista sanoista. Emme ymmärrä sanan ”musta” merkitystä jonkin perimmäisen ”mustuuden” olemuksen perusteella, vaan sen takia, että se on erotettavissa vastakohtaan valkoisesta. Samalla tavalla tietty yhteisö ei tunnista itseään vain omien erityispiirteidensä kautta, vaan havaitsemalla eroavuuden itselleen määrittelemistä toisista. (Hall 1999, 40, 153.) Identiteetti ja yhteisö syntyvät siis eronteon kautta, sillä ne ymmärretään vain suhteessa toisiin. Ymmärrämme keitä ”me” olemme tunnistamalla eron ulkopuolisiin ”heihin”.

Hall kuvailee tätä erontekoa ”meitä ja muita” koskevana diskurssina, jolloin diskurssi ymmärretään seuraavasti:

”Diskurssi on ryhmä lausumia, jotka tarjoavat kielen sitä varten, että voitaisiin puhua tietynlaisesta jotakin aihetta koskevasta tiedosta – toisin sanoen representoida tätä tietoa. Kun lausumia jostakin aiheesta esitetään jonkin erityisen diskurssin sisällä, diskurssi mahdollistaa aiheen näkemisen jollakin tietyllä tavalla, mutta se myös rajoittaa muita tapoja, joilla aihe voitaisiin esittää.” (Hall 1999, 98.)

”Meidän ja muiden” diskurssi perustuu yksinkertaistamiseen: siinä representoidaan jokin hyvinkin eriytynyt asia yhdenmukaisena, vetämällä karkeita rajalinjoja ja muodostamalla yksinkertaistettuja käsityksiä eroista. Koska merkitystä rakennetaan vastakohtien välisistä eroista, maailmakin näyttäytyy kyseisessä diskurssissa sellaisena kuin se olisi jakautunut yksinkertaisesti meihin ja muihin. (Hall 1999, 84.)

6.3 Hallin identiteettikäsitteiden paikantuminen faniuden tutkimuksessa

Vaikka Hallin identiteettikäsitteistä ei ole hyödynnetty aiemmassa fanitutkimuksessa kovinkaan paljoa, näen sen toimivan hyvänä tieteellisenä ajatuspohjana sekä tulkintakehyksenä faniuden toimintoja tarkasteltaessa. Edellä esitetty näkemys hajanaisesta identiteetistä on fanitutkimuksessa usein esille tuotu faniuden piirre. Esimerkiksi Nikunen

(2003) kuvaa faniuden voivan olevan monelle paikka, minne mennään ja mistä poistutaan. Faniyhteisö on perheen, työn, opintojen, harrastusten ja ystävien ohella vain yksi fanin elämän osa ja ulottuvuus, jonka varaan voi rakentaa identiteettiä. (Nikunen 2003, 131–132.) Heinonen (2005) on puolestaan osoittanut, miten suomalaisille jalkapallofaneille tyypillinen ominaisuus on uskollisuuden jakautuminen monen eri seuran, esimerkiksi kotimaisen ja ulkomaisen seurajoukkueen sekä maajoukkueen faniuden välille. Fani voi kuulua samanaikaisesti useampaan faniyhteisöön, joissa hän voi rakentaa itselleen toisistaan poikkeavia fani-identiteettejä. (Heinonen 2005, 71–75.) Tutkimuksessa on myös osoitettu, miten faniyhteisöjen identiteetit ovat jatkuvassa muutoksessa. Faniuteen liitetyt symbolit eivät ole kiinteitä kokonaisuuksia, jotka voidaan tulkita vain yhdellä tavalla, vaan niitä tulkitaan ja niistä neuvotellaan jatkuvasti uudelleen faniyhteisöjen sisällä. Samalla faniyhteisöjen jäsenyyden perusteet ovat jatkuvassa muutoksessa fanien tarkastellessa sitä, millaiseen yhteisöön he haluavat tulla samaistetuksi. (Brown ym. 2008, 307–309.)

Toisaalta fanitutkimuksessa useasti esiin tuotu piirre on fanin identiteetin kerronnallinen luonne. Faniudessa identiteetin kerronnallisuus tulee ilmi siinä tavassa, joilla fanit muodostavat faniutumistaan kertomusta kokemuksensa aitouden, alkuperäisyyden ja jatkuvuuden todistamiseksi (ks. Heinonen 2005, 83). Erilaiset faniyhteisöt puolestaan tuottavat kertomuksia, symboleja ja rituaaleja, jotka osoittavat yhteisöjen jäsenten samankaltaisuuden. Robsonin (2000, 7–8) mukaan englantilaisen jalkapallojoukkue Millwallin kannattajaryhmän jäsenten jakama tunne luokasta, maskuliinisuudesta ja paikallisesta historiasta yhdistää todellisuudessa maantieteellisesti hajanaista kannattajajoukkoa. Vastaavasti Heinonen (2005, 80) huomauttaa, kuinka suomalaiset Evertonin fanit määrittelevät omaa faniuttaan faniyhteisön yhteisesti jakaman kokemusvaraston pohjalta syntyvillä tarinoilla ja myyteillä.

Lisäksi fanitutkimuksessa on tuotu toistuvasti esiin ilmiötä kuvailevana piirteenä fanin osallisuus faniyhteisössä ja sen merkitys faniuden kokemuksen rakentumisessa. Fani-identiteetti muodostuu yhteenkuuluvuudesta faniyhteisöön, jonka jäsenenä fani erottuu muista faniryhmistä ja ei-faneista (Herkman 2001, 199). Nikunen (2003, 131–132) kuvaa faniyhteisöä paikkana, joka sulkee ”muut” sen ulkopuolelle ja yhdistää ”meidät” sen sisäpuolella. Fanit tekevät jyrkkiä erotteluja sen välillä, mikä kuuluu heidän faniuteensa ja mikä ei ja piirtävät näin oman faniyhteisönsä rajoja (Fiske 1992, 34–35). Grossberg (1995, 41–47) korostaa eroihin panostamisen merkitystä fanien ja faniyhteisöjen keinona rakentaa

identiteettejään. Urheilufaniudessa me vastaan muut -asetelma syntyy luonnollisesti urheilijoiden ja joukkueiden sekä niiden fanien kilpaillessa kentällä ja katsomossa toisiaan vastaan. Toisaalta fanit voivat jaotella toisiaan eri kategorioihin sitoutumisen asteensa ja fanien aitouden ja alkuperäisyyden perusteella. Myös jalkapallofanien identiteetit jäsenyivät suhteellisesti, sillä niiden merkitys rakentuu aina suhteessa toisiin. Faniyhteisö on jotain, koska on olemassa jotain muuta, mitä se ei ole. Havaitsemalla ulkopuolisen ”toisen”, faniyhteisö voi tunnistaa myös itsensä. Yhteisön imaginaarisuutta korostaa se, että faniyhteisöjen sisäiset eroavuudet jätetään usein vähemmälle huomiolle kuin erot ulkopuolisiin toisiin (Hornmoen 2012, 150–151).

Tutkielmani tavoitteena ei ole piirtää tarkkaa kuvaa tutkittavien kannattajien tai heitä yhdistävän yhteisön identiteeteistä. Sen sijaan tarkoitukseni on tarkastella sitä, millaisia erilaisia mahdollisuuksia VPS-kannattajuus tarjoaa kannattajan identiteetin rakentamiselle. Tähän tarkoitukseen Hallin määrittelemä käsitys identiteetistä pirstoutuneena, kerronnallisena, jatkuvasti prosessissa olevana ja suhteessa erilaisiin yhteisöihin rakentuvana ilmiönä tarjoaa otolliset tulkintakehykset.

7 FANITUTKIMUKSEN TEOREETTIS-METODOLOGISET LÄHTÖKOHDAT

Tässä luvussa käsittelen tutkielmani teoreettis-metodologisia lähtökohtia. Teen tämän avaamalla ensiksi laajemmin tutkielman tieteenfilosofista taustaa, jonka jälkeen siirryn tarkastelemaan tutkimusmenetelmiäni sekä kannattajien haastatteluiden muodostaman aineiston analyysia ja tulkintaa.

7.1 Tutkimuksen ontologinen ja epistemologinen tausta

Kaikilla tieteenaloilla on kytköksensä filosofiaan, vaikka ne ovat metodologisesti ja akateemisesti irtautuneet filosofiasta (Aaltola 2010, 12). Tästä johtuen teoreettisen ja filosofisen tutkimuksen lisäksi filosofisien kysymysten pohdintaa vaaditaan myös empiiristä työtä tekevältä tutkijalta (Hirsjärvi ym. 2009, 129).

Tutkielmani perustan kannalta oleellisia filosofian osa-alueita ovat erityisesti epistemologia ja ontologia. Ontologia esittää kysymyksiä todellisuuden luonteesta. Laadullisessa tutkimuksessa ontologiassa on kyse tutkijan ihmiskäsityksestä eli siitä, millaisena ihminen nähdään tutkimuskohteena. Epistemologia puolestaan merkitsee tutkijan tiedonkäsitystä eli sitä, millaisin menetelmin tutkittavasta kohteesta uskotaan olevan mahdollista saada tietoa. (Hirsjärvi ym. 2009, 130; Laine 2010, 28; Tuomi & Sarajärvi 2009, 13.) Ontologisessa ja epistemologisessa tarkastelussa tutkielmani paikantuu fenomenologis-hermeneuttiseen tutkimusperinteeseen, joka on osa laajempaa hermeneuttista perinnettä (ks. Tuomi & Sarajärvi 2009, 34). Tutkimuksen teon kannalta sekä fenomenologisessa että hermeneuttisessa ihmiskäsityksessä olennaisia käsitteitä ovat kokemus, merkitys ja yhteisöllisyys. Tietokysymyksinä pinnalle nousevat esimerkiksi ymmärtäminen ja tulkinta. (Laine 2010, 28; Tuomi & Sarajärvi 2009, 34.)

Laineen (2010) mukaan fenomenologia keskittyy tutkimaan ihmisen suhdetta omaan elämistodellisuuteensa. Ihmisen maailmansuhteen perusmuotona pidetään kokemuksellisuutta, jota tarkastelemalla inhimillistä toimintaa on mahdollista ymmärtää. Fenomenologiseen tutkimukseen kuuluu oletus, että ihmisen suhde maailmaan on intentionaalista, jolloin kaiken uskotaan merkitsevän meille jotakin. Nämä eri asioihin liitetyt merkitykset ovat fenomenologisen tutkimuksen ensisijainen kohde. Toinen keskeinen fenomenologiaan liittyvä oletus on ihmisen ymmärtäminen perimiltään yhteisöllisenä

olentona. Eri ilmiöille antamiemme merkitysten ei uskota olevan jotain meissä synnynnäisesti olevaa, vaan niiden ymmärretään rakentuvan inhimillisen vuorovaikutuksen kautta niissä yhteisöissä, joissa kasvamme ja joihin meitä kasvatetaan. Koska jokainen yksilö on osa tietyn yhteisön yhteisten merkitysten perinnettä, myös yksilön kokemuksia tutkimalla voi löytää jotain yleistä. (Laine 2010, 29–30.) Tämän perinteen mukaisesti tarkastelen tutkielmassani VPS-kannattajien toiminnalleen antamia merkityksiä. Samalla kun ymmärrän näiden merkitysten perustan kumpuavan yhteisöstä, ymmärrän jokaisen haastateltavan kokemukset yksilöllisinä ja toisistaan eroavina.

Hermeneuttinen ulottuvuus tulee osaksi fenomenologista tutkimusta tulkinnan tarpeen myötä. Kun tutkimusaineisto kerätään haastatteluiden kautta, tutkijan tehtävänä on tehdä haastateltavan ilmaisuista mahdollisimman tarkka tulkinta. Ilmaisuja voivat olla puheen lisäksi esimerkiksi eleet, ilmeet ja liikkeet, jotka kaikki sisältävät merkityksiä. (Laine 2010, 31–32.) Hermeneutiikassa tulkinnan nähdään muodostuvan kehämäisen liikkeen seurauksena eli hermeneuttisena kehänä. Se tarkoittaa, että tutkijan ymmärrys lähtee aina tietyistä lähtökohdista eli esiymmärryksestä, johon omia havaintoja sekä tulkintaa pitää tutkimuksen teon aikana jatkuvasti reflektoida. (Varto 1992, 69.) Tutkijan tuleekin olla mahdollisimman hyvin selvillä omista tutkimukseen liittyvistä lähtökohdista ja esiymmärryksestä (Laine 2010, 34).

Esiymmärrykseni tutkimaani ilmiöön muodostuu suhteestani Vaasaan, Vaasan Palloseuraan sekä jalkapalloon. Olen pelannut VPS:n juniorijoukkueissa 12 vuoden ajan sekä käynyt seuraamassa VPS:n edustusjoukkueen kotiotteluita 1990-luvun lopulta lähtien. Viimeiset seitsemän vuotta olen asunut muualla kuin Vaasassa, jolloin en ole enää päässyt seuraamaan VPS:n otteluita paikan päällä entiseen tapaan. Koska en ole koskaan ollut järjestäytyneessä kannattajatoiminnassa mukana, tutkimuskohde on minulle hieman etäinen. Toisaalta lukijan kannalta merkittävä tieto on se, että tunnen tai tiedän muutamia VPS:n kannattajaryhmään kuuluvia henkilöitä ja osa tätä tutkielmaa varten haastattelemistani henkilöstä on minulle jollain tavalla entuudestaan tuttuja. Aihetta tutkineeseen akateemiseen kirjallisuuteen tutustuminen on laajentanut ilmiötä koskevaa aiempaa tietämystäni sekä avannut myös uusia suuntia aineiston tulkitsemisen kannalta. Lopulliset tulkintani muodostuvat vertailllessani VPS-kannattajien omakohtaisia kertomuksia aiempaan fanitutkimukseen, tarkastellessani yhteneväisyyksien lisäksi niissä ilmeneviä eroavaisuuksia.

7.2 Kannattajien kertomukset aineistona

Tutkielmassani tarkastelen yksilöitä, jotka kuuluvat yhteisöön. Yhteisö on vuonna 1998 perustettu Vaasan Palloseuran kannattajaryhmä Geezers Hietalahti, joka on yksi Suomen vanhimmista jalkapalloseuran kannattajaryhmistä. Haastattelemieni kannattajien mukaan Geezereiden koko on kotiotteluissa pienimmillään noin 20-25 henkilöä ja suurimmillaan noin 60-80 henkilöä. Suurin osa kannattajaryhmään kuuluvista on 20–30-vuotiaita. Ryhmän ikäjakauma on varsin suuri, sillä sen nuorimmat jäsenet ovat alle 20-vuotiaita ja vanhimmat noin 40-vuotiaita. Kaikki ryhmään kuuluvat henkilöt ovat miehiä.

Miksi sitten valitsin kaikista suomalaisista kannattajaryhmistä juuri Geezers Hietalahden tutkimukseni kohteeksi? Kuten olen aiemmin kuvaillut, olen itse Vaasasta kotoisin ja Vaasan Palloseura on myös oma suosikkijoukkueeni. Uskon, että taustastani on ollut tutkimuksen teossa hyötyä, sillä se helpottaa minua ymmärtämään kannattajien haastatteluissa kertomien asioiden kontekstin. Sen lisäksi, että tunnen itse seuran ja sen historian, olen lähes kaksi vuosikymmentä otteluissa paikan päällä käyneenä päässyt ulkopuolisen tarkkailijan roolissa myös seuraamaan Geezereiden kannattajakulttuuria sekä toiminnassa tapahtuneita muutoksia.

Tuomen ja Sarajärven (2009) mukaan laadullisessa tutkimuksessa on tärkeää, että informanteilla on mahdollisimman paljon tietoa ja kokemusta tutkittavasta ilmiöstä. Täten heidän valintansa ei voi tapahtua sattumanvaraisesti, vaan sen tulee olla harkittua ja tarkoitukseen soveltuva. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 85–86.) Tavoitteenani oli löytää haastateltavia, jotka ovat aktiivisia jäseniä VPS:n kannattajaryhmän toiminnassa. Aktiivisuudella tarkoitan otteluiden seuraamista kannattajaryhmässä säännöllisesti useamman vuoden ajan. Monipuolisten näkökulmien saamiseksi pyrin löytämään henkilöitä, jotka ovat olleet kannattajaryhmässä mukana eri pituisia ajanjaksoja. Lopullinen aineisto koostuu neljän VPS-kannattajan haastatteluista. Haastateltavat ovat iältään 25–28-vuotiaita miehiä, joista kaksi opiskeli haastatteluhetkellä korkeakoulussa ja kaksi oli kokopäivätyössä. Haastateltavat olivat olleet kannattajaryhmässä mukana 2–12 vuotta.

Tutkijan tehtävänä on haastateltavien anonymiteetin suojaaminen (Vilkkä 2005, 35). Tutkimusaineistoni käsittelyssä ja raportoinnissa tämä muodostui pieneksi haasteeksi, koska haastateltavat ovat osa tietyltä paikkakunnalta kotoisin olevista henkilöistä koostuvaa varsin tiivistä ryhmää. Tunnistamisen riskistä johtuen muutin haastateltavien nimet pseudonyymiksi

ja karsin haastattelujen sisällöstä kaiken sellaisen, josta yksittäiset henkilöt voisivat olla tunnistettavissa.

Uskon, että haastatteluiden tekeminen oli vaivattomampaa sen myötä, että tunnen henkilökohtaisesti muutamia Geezereihin kuuluvia henkilöitä. Tutkittavien valinnassa hyödynsin näitä kontakteja. Sen lisäksi, että löysin niiden avulla sopivat haastateltavat, kontaktit helpottivat myös haastateltavien suostuttelussa tutkimukseen mukaan. Koen myös, että ne lisäksi helpottivat luottamuksellisen ilmapiirin rakentamista haastattelutilanteissa. Haastattelut kestivät lyhimmillään 59 minuuttia ja pisimmillään 87 minuuttia. Litteroituna aineistosta kertyi kokonaisuudessaan 63 sivua.

Vilkan (2005) mukaan laadullisella tutkimusmenetelmällä toteutetun tutkimuksen oletuksena on, että tutkimus on aina aika-, paikka- ja tilannesidonnaista. Näin ollen tutkijan pitää tarkastella kriittisesti, miten tutkimuksenteon haastattelutilanne on vaikuttanut haastattelun laatuun ja sen myötä tutkimuksen kykyyn vastata tutkimusongelmiin. (Vilka 2005, 112.) VPS-kannattajien haastattelut toteutin marras-joulukuussa 2017 etähaastatteluina Skypen välityksellä. Haastattelutilanteen aluksi kertosin haastateltaville tutkimuksen tarkoituksen ja pyysin heiltä suostumuksen haastatteluiden äänittämiseen (ks. Vilka 2005, 112). Verkkohaastattelussa etuna oli molempien osapuolien kannalta rauhallinen ympäristö, sillä itseni mukaan lukien myös haastateltavat olivat haastatteluhetkellä kotonaan. Eskolan ja Vastamäen (2001, 28) mukaan haastattelulla on suurempi todennäköisyys onnistua juurikin silloin, kun haastattelupaikka on haastateltavalle tuttu ja turvallinen. Etähaastatteluissa etuna oli myös haastatteluiden sopimisen jouhevuus. Toisaalta Skype-haastatteluissa oli haasteena eristää tilanne ympäröivistä häiriötekijöistä (ks. Eskola & Vastamäki 2001, 28). En esimerkiksi voinut varmuudella tietää, kuinka hyvin haastateltavat olivat läsnä haastattelutilanteissa, sillä ainakin yksi haastateltava selasi muita verkkosivustoja haastattelun ollessa käynnissä.

Tutkielmassani tarkastelen edellä mainittujen perusteiden mukaisesti valikoitujen neljän VPS-kannattajan kannattajuuteen liittämiä merkityksiä. Koska tarkoitukseni ei ole laadullisen tutkimuksen periaatteiden mukaisesti tehdä aineistosta yleistyksiä, en myöskään näe aineistoni koolla olevan merkitystä tutkimuksen onnistumisen kannalta (ks. Eskola & Suoranta 1998, 18, 62; Hirsjärvi ym. 2009, 181; Saarela-Kinnunen & Eskola 2001, 158). Sen sijaan keskityn tarkastelemaan pientä määrää tapauksia, joita pyritään analysoimaan mahdollisimman tarkasti (Eskola & Suoranta 1998, 18).

7.3 Teemahaastattelulla kiinni kannattajien luomiin merkityksiin

Tapaustutkimusta tehdessään tutkija keskittyy yhteen nykyajassa tapahtuvaan ilmiöön ja sen kuvailuun. Tutkimuksen kohteena on usein yksilö, ryhmä tai yhteisö, jota tutkitaan suhteessa ympäristöönsä. (Hirsjärvi ym. 2009, 135.) Tapaustutkimuksessa ei pyritä tilastollisen tutkimuksen tapaan tekemään aineistosta tilastollisia päätelmiä, vaan tärkeintä on, että analyysin kohde muodostaa kokonaisuuden (Eskola & Suoranta 1998, 65, 159; Saarela-Kinnunen & Eskola 2001, 159). Toisaalta Saarela-Kinnusen ja Eskolan (2001, 162) mukaan myös ainutlaatuisia ilmiötä kuvailtaessa tavoitteena voi olla lisätä tietoa inhimillisestä ja ihmisyhteisöihin liittyvästä toiminnasta yleisemminkin. Tämän tavoitteen sekä Hirsjärven ym. (2009) tapaustutkimuksen määritelmän mukaisesti tutkielmani tarkoituksena on saada mahdollisimman yksityiskohtaista ja intensiivistä tietoa yksittäisestä tapauksesta, siis VPS:n kannattajaryhmän jäsenistä. Lisäksi toiveenani on lisätä myös kokonaisvaltaisesti ymmärrystä suomalaisen jalkapallojoukkueen kannattamisesta ilmiönä. Tapaustutkimus soveltuu tutkielmani tarkoitukseen, sillä se on hyödyllinen menetelmä pyrittäessä ymmärtämään tietyn toiminnan merkityksiä (ks. Hirsjärvi ym. 2009, 134, 166).

Tutkimuksen menetelmät valikoituvat usein sen perusteella mitä, keneltä, mistä ja minkälaista tietoa etsitään (Hirsjärvi ym. 2009, 184). Koska tutkielmani tavoitteena on saada kiinni tutkittavien omakohtaisista kokemuksista ja heidän asioihin liittämistä merkityksistä, aineistonkeruumenetelmäksi on valikoitu tarkoitukseen hyvin soveltuva yksilöhaastattelu (ks. Vilka 2005, 101). Hirsjärven ym. (2009) mukaan menetelmänä haastattelu korostaa sitä, että ihminen nähdään tutkimustilanteessa subjektina, joka on aktiivinen merkityksiä luova osapuoli. Haastattelutilanne on aina suoraa kielellistä vuorovaikutusta haastateltavan kanssa, mikä tekee aineistonkeruuhetkestä joustavan. Näin ollen haastattelijä voi tarvittaessa kysyä jatkokysymyksiä ja pyytää perusteluja esitellyille väitteille. Toisaalta tilanne antaa haastateltavalle mahdollisuuden kertoa itsestään ja aiheestaan kattavammin, kuin mitä tutkija on mahdollisesti ennakoanut. (Hirsjärvi ym. 2009, 205–206.)

Haastattelumenetelmäksi olen valinnut teemahaastattelun, joka sopii hyvin kvalitatiiviseen tutkimukseen (ks. Hirsjärvi ym. 2009, 208). Teemahaastatteluun kuuluu oletus, että kaikkia yksilön kokemuksia, ajatuksia, uskomuksia sekä tunteita on mahdollista tutkia menetelmän avulla. Siinä nostetaan jalustalle tutkittavien elämysmaailma sekä se, millaisia määritelmiä he antavat maailman asioille. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 48.) Teemahaastattelu, jota kutsutaan myös puolistrukturoiduksi haastatteluksi, on lomake- ja avoimen haastattelun välimuoto.

Siinä tarkasteltava aihe jaetaan nimensä mukaisesti teema-alueisiin, mutta kysymysten tarkka muotoilu ja järjestys vaihtelevat haastatteluiden välillä. (Eskola & Vastamäki 2001, 27; Hirsjärvi & Hurme 2000, 47; Hirsjärvi ym. 2009, 208.) Menetelmänä teemahaastattelu on niin avoin, että haastateltavalle annetaan mahdollisuus puhua aiheesta kohtalaisen vapaamuotoisesti (Eskola & Suoranta 1998, 88). Teemat ovat niitä, joita tutkimusongelman selvittämiseksi on oleellista käsitellä kaikkien haastateltavien kohdalla. Eri haastattelutilanteissa niiden järjestys voi vaihdella, mutta tavoitteena on, että kaikki haastateltavat voivat antaa oman kuvauksensa jokaisesta aihe-alueesta. Teemahaastattelussa haastattelijan tehtävänä on kuitenkin ohjata keskustelua ja varmistaa, että kaikki teemat käsitellään haastattelun aikana. (Vilkkä 2005, 101–103.) Hirsjärven ja Hurmeen (2000, 67) mukaan keskusteltavien teemojen tulisi olla niin löyhiä, että tutkittavan ilmiön monipuolisuus voidaan saada selville.

Tutkimusongelmani kannalta oleellinen kysymys on, millaisin menetelmin identiteetistä on mahdollista saada tietoa. Kulmalan (2006) mukaan omaa identiteettiä rakennetaan alinomia tilanteissa, joissa ihmiset saavat mahdollisuuden puhua ja kertoa suoraan itsestään. Identiteettiä rakennetaan vuorovaikutuksessa jonkin todellisen tai kuvitellun keskustelukumppanin kanssa. Itsestä kertoessaan ihminen tulee määritelleeksi myös kertomuksessa mukana olevia toisia ja edelleen toisista kerrottaessa määritellään samalla omaa itseä. Täten tutkimuksen huomion keskipisteenä ovat ”ne merkitykset, joita itsestä puhuminen kertomuksissa saa.” (Kulmala 2006, 59; Kulmala 2004, 231.) Hirsjärven ja Hurmeen (2000, 48) mukaan yksityiskohtaisista kysymyksistä luopuminen vapauttaa haastattelun tutkijan näkökulmasta, sillä siinä haastateltavien ääni pääsee kuuluviin. Tutkimusongelmani myötä teemahaastattelun etuna täten on, että siinä yksilöiden asioille antamat erilaiset tulkinnat sekä merkitykset pääsevät kuuluviin ja niiden ymmärretään muodostuvan vuorovaikutuksessa (ks. Hirsjärvi & Hurme 2000, 48).

VPS-kannattajien haastatteluissa käytin teemahaastattelurunkoa (Liite 1), jonka laadin tutkielman tehtävänasettelun perusteella. Kysymykset pyrin muodostamaan niin, että haastateltaville jäisi tilaa kuvailla toimintaa ja siihen liitettyjä merkityksiä. Kokemuksiin ja käsityksiin kiinni pääsemiseksi hyödynsin kysymyksiä, jotka alkavat sanoilla mitä, miten, millainen tai miksi (ks. Vilkkä 2005, 105). Kysymysten valikoinnissa sovelsin Eskolan ja Vastamäen (2001, 33) ohjetta, jonka mukaan ne voidaan laatia luovan ideoinnin, aiemmassa tutkimuksessa ja alan kirjallisuudessa käytettyjen teemojen sekä teorian kautta niin, että koko

ajan pidetään mielessä tutkimusongelma. Sen lisäksi, että hyödynsin aiempaa fanitutkimusta, aiheen ja tutkimuskohteen tuntemuksen kautta löysin teemoja, joita haastatteluissa voitaisiin käsitellä. Toinen tutkimuskysymykseni silmällä pitäen pyrin valikoimaan sellaisia kysymyksiä, joissa haastateltaville annettaisiin mahdollisuus kuvailla näkemyksiä sekä itsestään että toisista.

Oikeiden kysymysten valikoimista helpottava tekijä oli tutkittavasta aiheesta omaamani tietämys. Hirsjärven ym. (2009, 207) mukaan tulkintojen onnistumisen kannalta on ratkaisevassa osassa se, miten hyvin tutkija ymmärtää haastateltavien vastauksia tutkimusaiheeseen liittyvien kulttuuristen merkitysten ja merkitysmaailmojen valossa. Omalla kohdallani kertomusten tulkintaa helpotti erityisesti haastatteluissa ilmi tulleiden VPS-faniuteen liitettyjen merkitysten tunnistaminen. Samalla tavalla kuin puhuttu kieli, myös kannattajien osoittama elehdintä sekä heidän banderolleissansa esiintyvät symbolit ovat tietynlaista kieltä, jota tutkijan tulee ymmärtää sitä tulkitakseen. Vaikka tutkimukseeni ei kuulunutkaan kannattajien toiminnan havainnointi, kannattamiseen liittyvästä käyttäytymisestä puhuttiin runsaasti haastatteluiden aikana.

Eskolan ja Vastamäen (2001) mukaan teemarungon voi jakaa kolmelle eri tasolle. Ensimmäisen niistä muodostavat laajemmat teemat, eli aiheet, joista kaikkien haastateltavien kanssa halutaan keskustella. Toisella tasolla on apukysymyksiä, joiden avulla teemoja voi tarkentaa jakamalla niitä pienemmiksi helpommin vastattaviksi kysymyksiksi. Kolmannella tasolla voi olla tarkentavia pikkukysymyksiä, joita voi hyödyntää silloin, kun vastausten saaminen vaikuttaa hankalalta. (Eskola & Vastamäki 2001, 36.) Oman haastattelurunkoni jaoin tähän tapaan kolmelle eri tasolle, jossa teema-alueistani muodostui kaksi laajempaa kokonaisuutta. Niistä ensimmäinen oli faniuden syntyminen ja kannattajaksi ryhtyminen. Toinen teema koski puolestaan kannattajien omaan seuraansa ja sen kannattajayhteisöön sekä muihin seuroihin ja kannattajiin liittämiä merkityksiä.

7.4 Aineiston analyysi

Tutkimuksen keskiössä on kerätyn aineiston analyysi, sillä sitä tehdessä tutkijalle selviää, mitä vastauksia aineistosta voidaan tutkimusongelmiin saada (Hirsjärvi ym. 2009, 221). Laadullisen tutkimuksen analyysin tavoitteena on myös tehdä hajanaisestä aineistosta selkeämmin hahmotettava kokonaisuus ja sen myötä tuottaa uutta tietoa tutkimuskohteesta

(Eskola & Suoranta 1998, 138). Analyysitavaksi tulee valita sellainen, joka tuottaa mahdollisimman hyvin tietoa tutkimusongelmasta (Hirsjärvi ym. 2009, 223–224.). Tutkimukseni voi nähdä ainakin jossain määrin noudattavan teoriaohjaavaa analyysitapaa, jossa yhdistyy aineistolähtöisyys ja aiheesta aikaisemmin lausuttu. Teoriaohjaavassa analyysissa aiemman tiedon vaikutus analyysissa on tunnistettavissa, mutta sen tehtävänä ei ole testata teorian toimivuutta, vaan pikemminkin auttaa avaamaan uusia ajatusuria. Aineistolähtöisen analyysin tapaan valitsin analysoitavat yksiköt aineistostani eli kannattajien haastatteluista, mutta aiempi faniutta ja urheilun seuraamista kartoittanut tutkimus sekä Hallin identiteettiteoria ohjasivat ja auttoivat analyysin tekemistä sen myöhemmässä vaiheessa. (Ks. Tuomi & Sarajärvi 2009, 97.) Haastattelukysymykset muodostin ennen kuin perehdyin tarkemmin Hallin identiteettikäsitteeseen. Näin tehdessäni pyrin tietoisesti välttämään teorian vaikutusta ensimmäisiin haastatteluaineistosta tekemiini tulkintoihin. Lisäksi en halunnut paljastaa haastateltavilleni tutkimusongelmiani liian tarkkaan, jotta en turhaan johdattelisi haastattelujen kulkua ja kertomusten sisältöä.

Hirsjärven ym. (2009) mukaan laadullisessa tutkimuksessa analyysivaihetta on vaikea erotella yksittäiseksi tutkimuksen vaiheeksi. Sen sijaan analysointia tehdään tutkimusprosessin varrella jatkuvasti. (Hirsjärvi ym. 2009, 223–224.) Samoin myös itse tein aineistostani jonkinlaista tulkintaa haastatteluvaiheesta lähtien. Samalla myös ymmärrykseni tutkimastani aiheesta lisääntyi matkan varrella. Haastatteluiden litteroinnin valmiiksi saatuani luin kertyneen aineiston läpi useaan otteeseen saadakseni mahdollisimman kattavan kuvan aineiston potentiaalista vastata tutkimuskysymyksiini (ks. Eskola & Suoranta, 152). Koska haastateltavani kertoivat hyvin avoimesti ja pitkästi toiminnastaan sekä siihen liittämistään kokemuksista, aineistoni tarjosi lukuisia lähestymiskulmia faniuden merkityksen tarkasteluun.

Eskolan ja Suorannan (1998, 59) mukaan teemahaastattelurunko voi toimia apukeinona teemahaastatteluilla kerätyn aineiston koodaamisvaiheessa (ks. myös Tuomi & Sarajärvi 2009, 93). Aineistoni kohdalla tämä menettelytapa oli toimiva, sillä haastateltavien puhe asettui melko hyvin määrittelemieni teemojen alle. Näin ollen keräsin haastatteluaineistosta ensinnäkin yhteen sellaisia otteita, joissa esiintyi kertomuksia jalkapallon ja VPS:n seuraajaksi valikoitumisesta ja kannattajaryhmään liittymisestä. Toiseksi etsin haastatteluaineistosta otteita, joissa haastateltavat kertoivat näkemyksiään omasta ryhmästään Geezereistä sekä muista kannattajaryhmistä ja yleisöstä. Tekstiä tarkastellessani havaitsin

kannattajien puheessa toistuvia aiheita, joita jaottelin teemojen sisällä omiin osioihinsa. Tällä tavoin aloin vähitellen hahmottaa vastauksia tutkimuksen alussa asettamiini tutkimuskysymyksiin. Erottelun jälkeen etsin näihin osa-alueisiin liittyvää aiempaa fanitutkimusta, jota vertailin VPS-kannattajien kertomuksiin. Lisäksi otin analyysia ohjaavaksi näkökulmaksi Hallin identiteettinäkömyksen ja peilasin sitä tekstiotteisiin, joissa kannattajat kertoivat joko itsestään tai toisista. Viimeisenä vaiheena kävin aineistoni vielä kertaalleen läpi, jolloin etsin eroja ja ristiriitaisuuksia, jotka kyseenalaistaisivat jo kertaalleen tekemäni tulkinnat. Ymmärryksen ja lopullinen tulkintani rakentui näin ollen haastattelujen muodostaman aineiston sekä aiemman tutkimuksen vuorovaikutuksessa.

Tulosten raportoinnissa perustelen tulkintojani sekä kuvailemalla haastateltavien kertomuksia että käyttämällä suoria lainauksia. Näin tekemällä myös varmistin, ettei tulososioni muodostuisi pelkäsi sitaattikokoelmaksi, sillä ilman tulkintaa haastateltavien puheita ei voi yksissään pitää tutkimuksen tuloksina. Toisaalta hyödynsin paljon suoria lainauksia, jotta lukija voisi arvioida tekemieni tulkintojen paikkansapitävyyttä. (Ks. Eskola & Suoranta 1998, 175–176, 181.)

8 TULOKSET

Tässä luvussa esittelen keskeisimmät VPS-kannattajien haastatteluiden muodostamasta aineistosta tekemäni löydökset. Vaikka tulososio jakautuu tutkimuskysymysteni mukaisesti kahden alaotsikon alle, vastauksia molempiin kysymyksiin nousee esille osittain molemmissa osioissa.

Keskeisimmät löydökseni olen koonnut kuuden kolmannen tason otsikon alle, jotka olen nimennyt niiden sisältöä parhaiten kuvaavilla haastatteluaineistoista irrotetuilla sitaateilla. Analyysissäni nostan esille useita suoria sitaatteja kannattajien kertomuksista, jotka olen sientämällä erottanut muusta tekstistä. Itsestäni käytän sitaateissa lyhennystä JA (Juho Autio).

8.1 Jalkapallon seuraajaksi ja VPS-kannattajaksi valikoituminen

Tutkielmani tulosten mukaan VPS-kannattajien lajikiinnostuksen sekä faniuden syntyyn ovat vaikuttaneet moninaiset tekijät. Tässä osioissa esittelen sekä kannattajien kertomuksia yhdistäviä tekijöitä että ainutkertaisia löydöksiä, jotka erottautuivat kannattajien haastatteluaineistosta. Lajikiinnostuksen ja faniuden synnyn syiden analysoinnissa käytän hyödykseni myös tutkielmassa aiemmin esiin tuomiani fanitutkimuksessa esitetyjä näkökantoja.

8.1.1 ”Siis ihan niin pienestä ku mä pystyn muistaa mitään niin aina ollu futista”

Aineistosta käy ilmi, että VPS-kannattajat ovat saaneet ensikosketuksensa jalkapalloon jo varhaislapsuudessa. Jokainen haastateltavista oli aloittanut jalkapalloharrastuksen seurassa 4–6-vuotiaana ja kaksi pelasi kilpasarjassa edelleen. Kahdella kannattajalla aktiivinen seurassa harrastaminen oli puolestaan hiipunut teini-iän jälkeisinä vuosina ja nykyään jalkapalloa pelattiin lähinnä kavereiden kesken järjestetyissä ”höntsäpeleissä”. Alkuperäisen lajikiinnostuksen muisteltiin syntyneen juuri omakohtaisen harrastamisen myötä.

JA: Muistatko mistä kiinnostuksesi jalkapalloon lähti?

Matias: Siis ihan niin pienestä ku mä pystyn muistaa mitään, niin aina ollu futista... pelannu futista. Mitä neljä vuotiaana mä alotin ja kyl me aina pelattiin pihalla.

Lasse: Varmaan nyt sillee kuitenkin treeneihin viety muistaakseni ehkä viis tai kuus vuotiaana ekan kerran. Mulla on semmonen fiilis, et mulla on ysineljä vuodelta tuolta junnuliigasta mitali. -- Joka tapauksessa varmaan silloin viis kuus vuotiaana on alottanu, niin kyllä sitä aika nopeeta on muistaakseni tykästyny siihen lajiin.

VPS-kannattajien suhde liikunnan ja urheilun maailmaan on siis rakentunut jo hyvin varhaisista ikävuosista lähtien. Haastateltavien kohdalla erityisen merkittävässä asemassa on ollut jalkapallo, johon he ovat tutustuneet omakohtaisen harrastamisen lisäksi seuraamalla lajia paikan päällä ja erilaisten medioiden välityksellä kuten television jalkapallolähetyksiä katsomalla ja videopelien maailman kautta. Moninaista tapaa, jolla suhde lajiin on syntynyt, kuvaa Tuomaksen muistelu jalkapallokiinnostuksen synnystä.

Tuomas: No ehkä eka missä oikeesti jäi koukuun, niin olisko ollu ysikasi MM-kisat. Mä muistan ku mulla oli se World Cup -tietskapeli ja sitä tuli vissiin hakattuu vähä liianki paljon, niin tavallaan seki sit. Mut tuli katottuu niitä pelejä kans... niin siinä se oli se vissiin oikeesti lopuks sitte.

Niin televisiosta nähdyt ottelut kuin myös tietokonepelin virtuaalimaailma ovat opettaneet jalkapallon kulttuurisia merkityksiä. Niiden parissa huippujalkapallon tähdet ovat tulleet tutuiksi ja on löydetty myös idoleita, joiden suorituksia on menty matkimaan lähikentille sekä jalkapalloseuran harjoituksiin. Koski (2004) käyttää termiä liikuntasuhde kuvaillessaan yksilön suhdetta liikunnan ja urheilun sosiaaliseen maailmaan. Tuon suhteen voidaan nähdä rakentuvan elämän aikana ja myös muuttuvan elämän eri vaiheissa. Kosken mukaan liikunnan ja urheilun sosiaalisen maailman ja siihen liittyvien kulttuuristen merkitysten omaksuminen lapsena vaikuttaa myös siihen, miten liikuntakulttuurin osa-alueisiin ja siihen liittyviin merkityksiin suhtaudutaan vanhemmalla iällä. (Koski 2004, 190–197.) VPS-kannattajat kertoivatkin olevansa erittäin intohimoisia lajin seuraajia myös tänä päivänä.

Vaikka moni kannattajista kertoi seuraavansa runsaasti myös muuta urheilua, heistä kaikki korostivat jalkapallon olevan nykypäivänä se kaikkein tärkein laji. Jalkapallon seuraaminen oli useimpien kannattajien kohdalla myös todella kokonaisvaltaista. Kannattajat kuvailivat seuraavansa jalkapalloa joko paikan päällä tai median välityksellä lähes päivittäin ja kaksi haastateltavista kertoi matkustavansa säännöllisin väliajoin myös ulkomaille seuraamaan otteluita. Osa kannattajista oli tehnyt lisäksi palkkatyötä jalkapallon parissa ja yksi kuvaili haaveilevansa työskentelevänsä lajiin liittyvissä tehtävissä tulevaisuudessa. Giulianottin (2002) määrittelemissä erilaisissa fani-identiteeteissä (luku 5.2) haasteltavat paikantuvat näin ollen samanaikaisesti useampaan eri kategoriaan. VPS-kannattajina he kuuluvat ehdottomasti kannattajiin. Toisaalta myös fanin, seuraajan ja flanöörin piirteet tulivat esiin kertomuksissa runsaasta mediavälitteisestä urheilun seuraamisesta sekä mieltymyksestä matkustaa myös lomamatkoilla seuraamaan kansainvälisten jalkapallosarjojen otteluita.

Haastatteluissa tuli myös ilmi, että positiivinen suhtautuminen perheessä on selkeästi vaikuttanut oman urheilu- ja lajikiinnostuksen syntyyn. Erityisesti seuratoiminnassa mukana oleminen jo 4–6-vuotiaasta lähtien kielii vanhempien roolin merkityksestä liikunta- ja urheilusuhteen syntymisen alkuvaiheessa. Kosken (2004, 195–196) mukaan huippu-urheilun näyttäytyminen vanhemmille tärkeänä lisää tuon merkitysmaailman vetovoimaa myös lapsen näkökulmasta, erityisesti lapsen varhaisimpina ikävuosina (ks. myös Lehmuskallio 2011, 26). Useimpien haastateltavien kohdalla positiivinen suhtautuminen jalkapalloon on selvästi ainakin osittain tähän tapaan rakentunut perheessä annettujen mallien myötävaikutuksella.

JA: Seurattiinko perheessä jalkapalloa?

Matias: Kyllä sitä jonkin verran, et urheiluun siellä on aina kannustettu ihan lajista lajiin, ettei se todellakaan futikseen ollu rajoittunutta. Kyllä isällä on jonkin verran jalkapallokiinnostusta. -- Mut kyl mä sanosin, et mitä perheeseen tulee, niin se tulee ehdottomasti sit eniten isoisältä se futikseen kiinnostus. Se on se joka vei mua sitten matseihin myös eikä isä.

Perheen osoittaman kiinnostuksen lisäksi jalkapallon kiinnostavuuteen on vaikuttanut vanhetessa erityisesti ikätovereiden esimerkki.

Matias: Pihan pojista tuli niitä isoveljiä ittelle... ja ku pihan pojat oli niin paljo vanhempii niin ne pelas sitä futista ja mä yritin pysyy mukana niin hyvin ku pysty.

Antti: Kyllä kaikki kaverit pelas oikeestaan jalkapalloo tuolla missä mä oon ite kasvanu, et sieltä se (jalkapallokiinnostus) on varmaan lähteny sitten.

Telaman (2000, 61) mukaan merkittävimpiä vaikuttimia liikuntamotivaation syntyyn lapsuudessa on lähipiirillä, eli perheellä, ystävillä ja koululla. Vaikka eri vaikuttimien merkitystä suhteessa toisiinsa on tutkimukseni puitteissa vaikeaa arvioida, kavereiden merkitys jalkapalloinnostuksen syntymisessä tuntuisi olevan keskeisessä roolissa jokaisen haastateltavan kohdalla. Toisaalta aineistoni tapauksessa on Lehmuskallion (2011, 29) tapaan syytä pohtia sitä, tuliko jalkapalloinnostus ensin ja sen myötä kaverit, vai päinvastoin. Lassen muisteluista käy ilmi, että jalkapallo oli juurikin vain yksi tapa viettää aikaa kavereiden kanssa.

Lasse: Kyllä mä sit muistan tietenkin niitä hopeavuosia (VPS voitti Veikkausliigassa hopeaa kausilla 1997 ja 1998), et on ite seurannu niitä. Sieltä on lähinnä se sirkusmeininki mielessä ja ne pizzat mitä jaettiin ennen peliä ja se, että siellä kierrettiin kavereiden kaa kokoajan kenttää ympäri ja käytiin ostaa jotain karkkia, et en tiedä onko se nyt se futis silloin vielä varsinaisesti kiinnostanu. Tai en mä sillee varsinaisesti muista, että mua olis joku hopea silloin mitenkään säväyttäny, mut semmonen muisto mul on niistä europeleistä silloin joskus ku oli taiteiden yö samaan aikaan ja sit mä en päässy europeleihin ku perhe meni taiteidenyöhön. Sitten mua ärsytti se, et mä en päässy peliin, mut se onko silloinkin vaan ollu, et sen takia mua on ärsyttäny ku mä en oo päässy kavereiden kaa sinne pyörimään, et olikse se futis se juttu.

Jalkapalloon kiinnittyminen varhaisella iällä on antanut haastateltaville avaimet tulkita ja ymmärtää lajin kulttuurisia merkityksiä. Lajin harrastaminen on ollut ikään kuin ”luonnollinen” tapa kasvaa jalkapallon seuraajaksi (Heinonen 2005, 55). Vaikka jalkapallo on perimiltään varsin yksinkertainen laji, jossa kaksi 11 pelaajasta koostuvaa joukkuetta pyrkii tekemään vastapuolta enemmän maaleja, syvemmän kiinnostuksen syntyminen on vaatinut lajitekniisten elementtien sekä jalkapallon kulttuuristen merkitysten opettelua. Kosken (2004,

190) mukaan mitä syvemmällä urheilun merkityksissä on, sitä paremmin pystyy ymmärtämään sen kulttuurina muodostama kieltä ja sitä merkityksellisempänä tuo maailma näyttäytyy. VPS-kannattajille jalkapallon seuraaminen onkin nautinnollista tulosta koskevan jännityksen lisäksi myös siksi, että he ymmärtävät tuohon maailmaan liittyviä merkityksiä.

JA: Osaatko selittää, minkä takia jalkapallo kiinnostaa?

Matias: Jotenkin miten se yhdistää ihmisiä niin helposti ja kaikki ne tarinat mitä jalkapalloon mahtuu, mitä jalkapallo voi viestittää ja välittää. Sen suuri merkitys niin monelle muulle ihmiselle... se kiehtoo mua.

Antti: No siinä on moniaki syitä, mut yks siinä, että sen yhen pelin ympärille rakentuu niin paljon, et yks peli missä on ykstoista vastaan ykstoista pelaajaa, mut sen ympärillä on niin valtavasti asioita niin se on mun mielestä tosi kiinnostavaa ja kiehtovaa.

Läpi elämän jatkuneen oppimisprosessin kautta jalkapallon merkitysmaailma on VPS-kannattajille tuttu ja he pystyvät havaitsemaan jalkapallossa sellaista, mitä lajia seuraamaton ei välttämättä kykene havaitsemaan. Tämä puolestaan on lisännyt jalkapallon katsomisen viihdyttävyyttä ja laji-innostuksen jatkumisen todennäköisyyttä myös vanhemmalla iällä (ks. Koski 2004, 190–193).

8.1.2 ”Se on vaan luonnollisesti tullu, että Vepsu on Vaasasta ja sitä kannatetaan”

Jalkapallokannattajaksi tulemisessa ensimmäinen askel on suosikkijoukkueen valinta. Puolen valitseminen lisää urheilun seuraamisen mielekkyyttä, sillä kilpailusuorituksiin samaistumisen kautta kentän tapahtumat muuttuvat mielenkiintoisiksi ja jännittäviksi. Kun ”lopullinen” valinta on tehty, kannattajan mielenkiinto kohdistuu omaan joukkueeseen, jonka välityksellä hän seuraa lajia ja hahmottaa siihen liittyvää kulttuuria. (Heinonen 2005, 67, 71.)

Kaikki haastattelemani kannattajat muistelevat käyneensä VPS:n otteluissa varhaislapsuudesta, noin 5–10-vuotiaasta saakka. Haastateltavat kertoivat olleensa VPS:n puolella ”koko elämän ajan” sekä ”ihan siitä päivästä lähtien ku mä mitään muistan ylipäänsä”. Matiaksen kertomuksesta käy ilmi, miten VPS oli mukana myös pihapiirin

peleissä, joissa huippu-urheilun taikamaailmaa hyödynnettiin ja sen merkitysmailma tuli tutuksi (ks. Heinonen 2005, 53).

Matias: Siellä pihalla pelattiin sitten näitä mielikuvitusmatseja. Oli toki Valioliigamatseja, mut sitten pelattiin justiin jotain VPS-KTP:a ja t-paidan selkään tussilla kirjoitin Hendrikssonin nimen ja numeron selkään. Kyl se Vepsu oli justiin siellä pihalla tosi kova juttu minkä on jälkikäteen tajunnu, et se oli aika hyvinkin poikkeuksellista kuinka merkittävä se justiin paikallinen palloseura oli. Vaikka siellä toki kaikkea mahdollista kansainvälistä futista ku tuli tv:stä niin aina seurattiin, mut et ei se ikinä ollu sitä, et verrattais kansainvälistä futista VPS:n. Vaan niinku Vepsu oli Vepsu ja se oli sil selvä.

Kosken (2004, 195) mukaan pihan leikeissä vanhempien lasten sanalla voi olla suuri merkitys siihen, millaisen arvojärjestyksen eri merkitykset saavat. Matiaksen lapsuudessa VPS ja suomalainen jalkapallo saivat pihapiirissä myönteisen latauksen, minkä hän myös tulkitsee vaikuttaneen lajiin ja seuraan kiinnittymiseen. Toisaalta kertomuksesta tulee esille, miten kannattaja- ja henkilöhistoriaa on tarkasteltu jälkikäteen etsittäessään syitä omalle VPS-faniudelle (ks. Heinonen 2005, 83). Omaa menneisyyttään jälkikäteen arvioimalla ja arvottamalla kannattaja voi rakentaa itselleen autenttista kannattajaidentiteettiä. Heinosen (2005, 83) mukaan suosikkijoukkueen valikoitumiseen vaikuttaneet tekijät voivat usein vaikuttaa niin luonnollisilta, että kannattaja saattaa kuvata olleensa vailla valintamahdollisuuksia, vaikka todellisuudessa kannattajuus on kuitenkin useimmiten vahvasti konstruoitua ja tarinoitua. Brimsonin (1998) mukaan jalkapallokannattajalle joukkueen valintaa tärkeämpi asia onkin pystyä perustelemaan tämä valinta muille ihmisille. Tuuliviiri- ja glory hunter -faneista erottautuakseen todellisen kannattajan täytyy kyetä selittämään muille, miten ja miksi hän on kannattanut seuraa koko elämänsä ajan. (Brimson 1998, 17.)

Edellisestä Brimsonin kuvailusta poiketen, osa VPS-kannattajista erottaa niin sanotun todellisen faniuden synnyn varhaislapsuuden VPS-muistoista. Tuomas ja Lasse eivät mystifioi VPS-faniutensa syntytarinaa, vaan arvioivat varsin järkipäisesti VPS-kiinnostuksen alkuaikoja. Heidän kertomuksensa heijastelevat Jamesin (2001, 255)

tutkimuksen tuloksia, joiden mukaan lapsi saattaa identifioitua seuraan jo viiden vuoden ikäisenä, mutta kannattajuus syntyy usein vasta myöhemmässä iässä.

Tuomas: Mitähän mä olisin ollu ekaa kertaa ku faija on vieny mut peliin, joku... viis? Kyl sillehän se oli kannattamista, et toivoi aina, et Vepsu voitti ja näin, mut ei ehkä siinä iässä tajua sitä kokonaisuuttakaan samalla tavalla. Vaik muistaa jotain ku ne voitti sen hopeen, ysikasi vai koska se oli. -- Mut niin sanottu oikee fanitus on alkanu joskus silloin divariaikana ku kaveri tota... Oli ollu vähä taukoa jokunen vuosi peleistä ja sitten yks kaveri veti sinne mukaan taas.

Lasse: Ekoja semmosia mikä on sillee oikeesti koskettanu, niin silloin ku oli tää konkurssiuhka, oliko 2000 vai 2001? Ku ruvettiin puhuun siitä, et nyt ollaan kusessa. Kyllä mä muistan siltä ajalta, et oli silleen vähä hädissään, et mitä ihmettä jos tää Vepsu yhtäkkiä kaatuu tästä. Futistahan nyt on tykänny pelata ihan pienestä asti ja sitten on tykänny käydä matseis, mut se, että missä vaiheessa on sitä ite Vepsua halunnu ruveta seuraamaan, niin ehkä se on siinä 2000-luvun vaihteessa sitten, 10, 11, 12-vuotiaana varmaan.

Seuran valintaan liittyy aina valinta erilaisten merkitysten välillä (Heinonen 2004a, 239–240). Urheiluseura voi merkitä muun muassa ylpeyttä kansakunnasta, kotipaikkakunnasta tai suvusta ja se voi tarkoittaa myös tiettyyn yhteiskuntaluokkaan, uskonnollisiin tai poliittisiin näkökantoihin samaistumista. Erityisesti niin sanotuissa perinteisissä jalkapallomaissa kannattajalla on usein tietty tunnistettava sidos seuraan, jonka värejä hän tunnustaa. Yleisesti tämä suhde on syntynyt ikään kuin luonnollisesti tietyssä kulttuurissa ja yhteisössä kasvettaessa (Heinonen 2005, 55; ks. myös Eastman & Riggs 1994, 262). Seuravalintaan voi liittyä ehdottomia yhteiskunnallisia jakolinjoja. Yksi esimerkki on Skotlannin Glasgow, jossa kaupungin kahden jalkapalloseuran kannatuspohja on historiallisesti jakautunut uskonnollisten vakaumusten perusteella protestanttiseen Rangersiin ja katoliseen Celticiin (Giulianotti & Gerrard 2001, 23–28).

Vaikka seurojen aatteelliset taustat sekä kielikysymys ovat erotelleet historian aikana urheiluväkeä eri leireihin myös Suomessa, nykypäivänä seurat ovat usein irtautuneet vanhoista ideologisista taustoistaan niiden pyrkiessä houkuttelemaan katsomoihin ihmisiä

kaikista väestöryhmistä. Vaasassa pääosin suomenkielisten asukkaiden kannattama VPS on historiansa aikana kilpaillut kaupungin jalkapalloherruudesta erityisesti ruotsinkielisen Vasa IFK:n kanssa. Vaasassa kieli on ollut perinteisesti kaupungin jalkapalloihmisiä kahden seuran leireihin jaotellut tekijä. Viimeisten vuosikymmenten aikana seurat eivät ole kuitenkaan enää pelanneet samalla sarjatasolla, mikä on vaikuttanut vastakkainasettelun vähittäiseen hiipumiseen. Kaksi haastattelemaani VPS-kannattajaa oli edustanut junioritasolla myös Vasa IFK:ta. Tuomaksen mukaan VPS:n otteluissa käytiin yksinkertaisesti siksi, koska se oli kaupungin menestynein seura.

Tuomas: Periaattees koko mun elämän mä oon ollu Vepsun puolella ja mähän en oo ikinä pelannu Vepsus. Mä oon aina ollu IFK:n miehiä, mut kun se ny on... tai no faija se veti mukaan, et tottakai oli vähä eri mennä sinne (VPS:n otteluihin) kattoo ku mennä kattoo kakkosdivaria tai mitä ny VIFK silloin pelas.

Vaikka suurimmissa maissa seurat vetävät väkeä katsomoihin sarjatasosta riippumatta, Suomen väestömäärästä johtuen useimpiin kaupunkeihin mahtuu usein vain yksi menestyvä ja suurempia yleisömääriä katsomoihin houkutteleva joukkue. Tästä syystä VPS:nkin otteluissa käyminen on jo pelkän seuran pääsarjastatuksen myötä ollut monelle myös valinta, jonka takana ei välttämättä ole ollut suurempaa elämäntarinaa.

Suurimmissa jalkapallomaissa suosikkijoukkue perinteisesti periytyy perheessä isältä pojalle. Lapsi napataan jo kehdestä asti mukaan sosialisatioprosessiin, jossa lapsesta tehdään seuran kannattaja riippumatta siitä, kiinnostiko laji vai ei. (Heinonen 2005, 55–56.) Haastateltavista osan kohdalla fanius kytkeytyi juuri tällä tavoin vahvasti oman perheen VPS-taustaan.

JA: Miksi kannatat juuri VPS:a?

Matias: Kai se on jonkinlaista ylpeyttä omasta suvusta. Just sitä, et periaattees mä haluan kunnioittaa omaa isoisää sillä, et mä käyn matseissa.

Lasse: Kaikilla kannattajilla ei välttämättä oo samanlaisia motivaatioita ku vaikkamulla. Mul on kuitenkin vaikka perheessä ja suvussa ja niinku kaikki tutut mun ympärillä on jollain tavalla vepsulaisia ollu.

Vaikka Suomessa lajilla ei ole yhtä läpitunkeva rooli yhteiskunnassa kuin suuremmissa jalkapallomaissa, myös täällä fanius vaikuttaisi siirtyvän joissain tapauksissa edellä kuvatun tavoin ”isältä pojalle”.

Kortelaisen (2007) mukaan urheiluseurat ovat nykypäivänä tärkeimpiä lähteitä ja symboleita paikallisidentiteeteille. Jalkapallo, joka lajina itsessäänkin on taistelua alueiden hallinnasta kentällä, on vahvasti paikkoihin sitoutunutta toimintaa ja se soveltuu täten helposti paikallisidentiteetin lähteeksi. (Kortelainen 2007, 71.) Jalkapallo kasvattaa yleisön kokemusta omaan paikkaan kuulumisesta (Giulianotti ym. 1994, 100; Kolamo 2000, 249). Vahvimmin joukkueen kiinnittää tiettyyn kaupunkiin tai alueeseen sen kotikenttä, joka toimii usein kannattajille seuran paikallisidentiteetin symbolina (Gaffney 2009, 169). Kaikkien haastattemieni kannattajien kohdalla tärkeäksi tekijäksi suosikkijoukkueen valikoitumisessa paljastuikin se, että VPS on nimenomaan heidän kotikaupunkinsa seura. Näin ollen myös vaasalaisuus on toiminut ikään kuin ”luonnollisena” perusteena VPS:n kannattamiselle.

Matias: Mä en oo mikään isänmaallinen henkilö, mutta mulle todella tärkeätä on niinku tällanen paikallisylypeys mikä on iso juttu Italiassa esimerkiks ja Espanjassa, että se on se kotikaupunki tai lääni tai provinssi tai alue mihinkä identifioituu. Vepsu on Vaasan lippulaiva urheilussa ja se on osa sitä mun identiteettiä, et mä oon vaasalainen ja Vepsu tulee sen myötä mukaan.

Tuomas: Ehkä se, et mä oon Vaasasta niin sikshän Vepsu on. En mä vois ajatella et... no, sanotaanko vaikka Oravainen nousis liigaan, niin ei se olis sama juttu kannustaa niitä vaikka Vepsu ei oliskaan liigassa. Kyllä se on se yhtenäisyys kaupunkina ja näin.

En mä oo ikinä sillee syvempään miettiny edes, et miks. Se on vaan luonnollisesti tullu, että Vepsu on Vaasasta ja sitä kannatetaan.

VPS-kannattajien puheessa korostuu seuran paikallisuus ja vaasalaisuus. Vaikka modernissa yhteiskunnassa ihmisten sidokset paikkoihin ovat globalisaation ja yhteiskunnan erilaistumisen myötä löyhentyneet (Paasi 1984, 165), VPS-kannattajille kotipaikkakunta vaikuttaisi edelleen olevan merkittävä identiteetin rakennusaine. Kaivolon ja Rikkisen (2003) mukaan paikallisuudella saattaa olla luultua suurempi merkitys globalisoituneessa maailmassa. He toteavat, että ”vaikka informaatio ja tavarat liikkuvat maailmanlaajuisesti, ihmisten identiteetti määräytyy edelleen omista kokemuksista, paikasta ja kulttuurista käsin”. (Kaivola & Rikkinen 2003, 141.) Seuraan samaistuminen näyttäisi olevan jokaisen VPS-kannattajan kohdalla vahvaa. Niin sidokset perheeseen, kaveripiiriin kuin myös kotipaikkakuntaan ovat vaikuttaneet faniuden syntyyn, minkä johdosta se on näyttäytynyt kuin kohtalon sanelemana asiana.

Tutkimuksen mukaan otteluissa paikan päällä käyminen on sitä todennäköisempää, mitä vahvemmin seuraan samaistuu (Wakefield & Wann 2006, 169). Marjamaan (2007) mukaan jalkapallokulttuurin kehittyminen Suomessa vaatisi tällaisiin syvälle rakentuviin pysyviin tekijöihin, kuten perheeseen ja asuinpaikkaan perustuvan kannatuksen lisääntymistä (Marjamaa 2007, 74–75). VPS-kannattajat ovatkin taustoiltaan jalkapalloseuran markkinointihenkilöiden näkökulmasta lähestulkoon ideaalisia katsojia. Sen sijaan, että otteluissa käyminen olisi sidoksissa seuran sen hetkisiin pelaajiin, tuloksiin tai pelityyliin, VPS-kannattajien kohdalla VPS:n merkityksellisyys on kohonnut niin suureksi, että he seuraavat otteluita stadionien lehtereiltä sateella ja paisteella, sekä tuulella ja pakkasella.

8.1.3 ”Sinne on pakko päästä... purkaa niitä tunteita... ja elää sen matsin mukana”

Haastatteluita tehdessäni kannattajat olivat iältään 25–28-vuotiaita. Heistä kaikki olivat olleet Geezereissä aktiivisesti mukana useita vuosia. Yksi kannattajista oli seurannut kannattajapäädystä otteluita ensimmäisiä kertoja jo 13–vuotiaana, kaksi oli mennyt ryhmään mukaan 17–18-vuotiaana ja yksi puolestaan 22–vuotiaana. Alun perin kannattajaryhmään oli menty mukaan joko kaveriporukan kanssa tai Geezereissä jo mukana olevan kaverin innoittamana. Kun Geezereiden vanhemmat jäsenet tulivat myös ajan myötä vähitellen

tutuiksi, kannattajakatsomossa voitiin seurata otteluita myös silloin, kun vanhat kaverit eivät olleet mukana.

Lasse: No me silloin just kaveriporukalla pyörittiin ja aina välillä sitten mentiin (kannattajakatsomoon). Se oli oikeestaan niitä meidän futisjoukkuelaisia silloin ku oltiin jotain ehkä 12–13-vuotiaita ja mentiin sit aina välillä sillä porukalla päätyyn fanien kanssa. Kyllä siinä on varmaan ne kaverit aina jollain tavalla ollu myös mukana, mutta sitten aina jossain vaiheessa sit tuli mentyä ehkä yksinki sinne. Aika pitkään se oli tosiaan sitä, että siellä oli niitä oman ikäisiä kavereita. Sitten ne ehkä jäi siitä pikkuhiljaa pois ja sitte pikkuhiljaa oli jo ehkä käyny niinkin pitkään niiden kanssa, et sit ystävyysty sen porukan kaa mikä oli myös siellä.

Tuomas: Kyllä yks kaveri on mut sinne ekaa kertaa vetäny joskus tosi kauan sitte. Sehän on se periaattees avain miks mä ylipäätänsä oon siellä... no jonku mä tunnen muutenki ja oppinu tuntemaan ne sitten sen jälkeen niin nyt ei tarvi sitä kaveriakaan, et menee sinne.

Paikan päällä oppi tuntemaan muita kannattajia, joista tuli vähitellen myös ystäviä. Nykypäivänä moni haastateltavista koki kannattajaryhmän yhteisöllisyyden merkittäväksi tekijäksi VPS:n seuraamisessa.

JA: Mitä koet saavasi kannattajaryhmässä mukana olemisesta?

Tuomas: Se on se yhteisöllisyys ja et... Ihan samalla tavalla meeks sä kouluun tai meeks sä duuniin, jos sulla on ryhmä, jonka kanssa sä viihdyt tai tuut toimeen niin kyllä sä mielellään meet sinne, et vaikka Vepsu kyntää niin sulla on nää frendit siellä. Sama, et kouluski ja duuniski voi olla huonot ajat ja näin, mut jos sul on hyvät kollegat. Sähän meet periaattees sinne niitten takia melkein, et se on semmonen sosiaalinen sopimus melkein. Tottakai se Vepsu on se päämäärä, mut se muodostuu siitä, et jos sä muodostat ryhmän tai liityt ryhmään niin loppujen lopuks se mitä tapahtuu pelis... No okei Vepsu hävis, tottakai ottaa päähän ainakin kaks päivää, mut kuitenkin, et kyl sä tuut seuraavan kerran kans koska ne sun frendit on siellä. Jos sä meet sun naapurin kaa

kahestaan matsiin niin ihan hyvin voi sitte jättää, mut kun teitä on kolmekymmentä niin on vähä vaikeempi niinku jotenki jättää tulematta.

VPS-kannattajien kertomuksista päätelleen Geezereihin muodostunut kaveriporukka nostaa motivaatiota käydä seuraamassa VPS:n otteluita. Heille stadion on paikka, jossa on mahdollista nähdä ystäviä ja viettää aikaa heidän kanssaan. VPS-kannattajille kannattajuuden ympärille muodostuneen yhteisön johdosta ottelutapahtumat tarjoavat enemmän kuin pelkän pelin. Suurien voittojen ja menestyksen tuomia euforian tunteita eräs kannattajista kuvasi jopa yhdeksi elämänsä parhaimmista kokemuksista. Toisaalta kannattajuuden tuoma sosiaalinen ulottuvuus lisää joukkueeseen sitoutumista ja peleissä käydään näin ollen myös silloin, kun joukkue ei pärjää kentällä (ks. Branscombe & Wann 1991, 123). Tappioiden koittaessa ympärillä oleva yhteisö säilyy ja siinä aikaa vietettäessä pettymykset voidaan myös hetkeksi unohtaa. Oluen ja hauskan yhdessäolon merkeissä pitkät vieraspelimatkatkin muuttuvat hauskoiksi tapahtumiksi.

Lasse: Kyllä se semmonen ystävien kanssa päivän viettäminen niin onhan se aina hauskaa, et kyllä siellä sitten myöskin jengi osaa unohtaa sen pelinki jos on menny paskasti. Ehkä se vituttaa hetki aikaa, ekan tunnin, mutta sitten se aika nopeesti unohdetaan, et on ollu edes mikään peli ja sit keskitytään johonki muuhun.

Osalle Geezereistä on muodostunut yksi tärkeimmistä kaveriporukoista, jonka kanssa vietetään aikaa myös otteluiden ulkopuolella. Vaikka kannattajien tapaamisissa puhutaan paljon VPS:sta, yhteisiä puheenaiheita löytyy nykyään runsaasti myös jalkapallon ulkopuolelta.

VPS-kannattajat usein eläytyvät ottelun tapahtumiin voimakkain reaktioin. He saattavat ajoittain huudella vastustajille tai tuomarille tai elehtiä tavalla, mitä toimintaa ulkopuolelta seuraavan näkökulmasta voi olla vaikeaa ymmärtää. Haastatteluissa kannattajat kertoivatkin menneensä alun alkaen kannattajakatsomoon siksi, koska siellä ottelun tapahtumiin olisi mahdollista eläytyä paremmin. Ennen Geezereihin liittymistä istumakatsomossa ottelua seuratessaan kannattaja saattoi joutua pelkäämään ulkopuolisten katseita.

Matias: Kyl mä huomasin joskus neljätoistavuotiaana, et en mä pystyny istuu siellä Vepsun matseissa hiljaa. Mentiin paapan kans joskus VIP-katsomoon yhes kattoo, mut siellä Vipissäkään oikein osannu käyttäytyy, et jos joku dumari tai vastustaja ärsytti niin kyl mä impulsiivisesti nousin pystyyn ja huusin jotain et "herää jo vittu!". Niinku jotain ihan härskiä neljätoista vuotiaana ja sit mä katoin ympärille, et ei jumalauta mitäköhän nyt taas mä tein. Mä vaan tiesin, et mä en pysty olee tääl ja mä en pysty istuu ihan istumakastomossakaan, et sinne on pakko päästä... purkaa niitä tunteita... ja elää sen matsin mukana.

Saman henkisen porukan kanssa ottelua seuratessaan kannattajat kokevat olevansa vapautuneita reagoimaan ottelun tapahtumiin. Muiden kannattajien kanssa jaetut yhteiset tunne-elämykset vaikuttaisivatkin voimistavan VPS:n seuraamisesta saatuja kokemuksia.

Lasse: Siellä sä pystyt paremmin reagoimaan, nopeemmin reagoimaan ja vapaammin reagoimaan siihen mitä kentällä tapahtuu. Joskus ku tulee käytyy kattoo jotain matseja, vaikka joku junnumaajoukkueen matsi mikä oli Elisalla (Vaasan Elisa Stadionilla) ja istuu sen pelin niin se on kauheeta jotenkin. Se on mahdoton istuu ja sillee yrittää kokea sitä peliä jotenki. Se on vähä niinku olis baarissa johon menee tanssii, mutta sit istuuki siellä ja yrittää tanssia istualteen, et se rajottaa jotenki myös se istuminen. Tietenkin se, että seison mä sen porukan kaa vai erikseen niin tietenki sekin ny vaikuttaa, että miten siinä porukas pystyy ehkä enemmän sitten vapautuneemmin reagoimaan siihen peliin.

Geezereissä kannattajat ovat löytäneet yhteisön, jossa heidän on mahdollista eläytyä peliin sellaisella tavalla, jota ei muissa katsomonosissa välttämättä katsottaisi hyvällä. Ympärillä oleva porukka tarjoaa kannattajille turvallisen ympäristön eläytyä peliin vailla huolta ympärillä ottelua seuraavien mielipiteistä. Kannattajayhteisö on näin ollen myös paikka, jossa fanius ja siihen liittyvien tunteiden ilmaiseminen on hyväksyttyä (Nikunen 2003, 131–132).

VPS-kannattajat kokivat Geezereiden maineen olevan varsin negatiivinen muun yleisön keskuudessa. Peliin tunteella eläydyttäessä ajoittaisilta ylilyönneiltä, kuten ”idioottimaisilta huuteluilta” ei voida isossa porukassa välttyä. Nikusen (2005) mukaan yhteisössä mukana

oleminen on keskeisessä osassa fani-identiteetin omaksumisessa. Kun kannattaja löytää porukan, johon hän kokee kuuluvansa, faniuteen liittyviä tuntemuksia on mahdollista jakaa toisten kanssa. Yhteisön löytäminen lisää todennäköisyyttä, että kannattaja määrittää itsensä osaksi porukkaa siihen liitetyistä negatiivisista stereotyyppioista huolimatta. (Nikunen 2005, 51–52.)

VPS-kannattajat eivät katsomossa ollessaan vain seuraa joukkueen edesottamuksia, vaan he osallistuvat täysin rinnoin tapahtumaan luoden sen tunnelmaa. Kannattajat eivät kuitenkaan eläydy peliin vain eläytymisen hauskuuden vuoksi. Päinvastoin, kannattajat ottavat VPS:n kannustamisen tosissaan. Monet kannattajista kuvailivat VPS:n kannattamisen olevan usein niin henkisesti kuin fyysisestikin raskasta. Vierasotteluun matkustaminen ja äänijänteiden koetteleminen lauluin ja huudoin 90 minuutin ajan on myös kannattajille eräänlainen ottelusuoritus. Toisaalta tappiot aiheuttavat niin alakuloa kuin unettomia öitäkin. Voimakkaalla eläytymisellä ja toimintaan sitoutumisella on kuitenkin vankka päämäärä, minkä johdosta kannattaminen koetaan tärkeäksi.

JA: Miksi seuraat pelejä kannattajakatsomossa?

Lasse: No kyllä mulla on aina ollu se, et mä haluan antaa sen tukeni seuralle tai sille joukkueelle, et mä koen, että se auttaa siinä. Kyllä se on aina ollu oikeestaan se siellä taustalla, et haluaa antaa sen tukensa joukkueelle ja kokee, että siitä on apua kun siellä on joku porukka joka ääneenkannattaa.

Matias: Et pystyis tekee jotain seuran eteen, et ei pelkästään se, et sitten maksaa siitä sisäänpääsylipusta ja syö jonku makkaran, istuu katsomossa. Vaan se koska joukkue tarvii kannustusta, niin sitten mä haluan olla siellä kannustamassa ja jotenki auttamassa seuraa voittamaan. -- Teen niinku seuran eteen sen mitä mä pystyn. Ku ei oo pelaaja niin ei pysty sillee edustamaan VPS:a, mut sitten niin hyvin ku muuten voi.

VPS-kannattajilla vaikuttaisi siis olevan vahva usko siihen, että heidän kannattamisellaan voi olla ratkaiseva vaikutus ottelun kulkuun (ks. Giulianotti ym. 1994, 93; Heinonen 2004a, 243). Kannattajat ovat yhdessä pelaajien kanssa osa suoritusta, jolla vastustaja ja sen kannattajat pyritään voittamaan niin kentällä kuin sen ulkopuolella.

8.2 Identiteetin rakentaminen ja rajaaminen kannattajayhteisössä

Seuraavaksi esittelen keskeisimmät havaintoni määrittelyistä, joita haastateltavat tekivät kannattamastaan seurasta, sen kannattajayhteisöstä, muista seuroista kannattajineen sekä muusta yleisöstä. Näin tehdessäni pyrin muodostamaan kuvaa siitä, millaisiin ryhmiin kannattajat kokevat kuuluvansa ja mitä tavat puhua näistä ryhmistä kertovat VPS-kannattajuuden tarjoamista mahdollisuuksista rakentaa identiteettiä.

8.2.1 ”Joku tietty tyyli pitää aina olla, et ei voi tulla ihan missään havaiji-paidassa päytyyn”

Urheilusta on muodostunut yhteisöllisyyttä yhteiskunnassa rakentava instituutio: fanina olemisen tarkoittaa, että yksilöt ovat samat arvot jakavan verkoston jäseniä (Beck & Bosshart 2003, 21). VPS-kannattajat kuvaavat Geezereiden muodostuvan erilaisia taustoja omaavista henkilöistä. Kannattajissa kerrotaan olevan sekä ”duunareita” että korkeakoulussa opiskelleita, suomea ja ruotsia äidinkielenään puhuvia eri ikäisiä henkilöitä. Erilaisista taustoista huolimatta kannattajat kuvaavat Geezereiden olevan ”hyvin saman henkistä porukkaa”. Yhteisen intohimon kohteen johdosta kannattajaryhmässä olo ja sosiaalistuminen on koettu vaivattomaksi.

Kolamon (2002, 27) mukaan kannattajaryhmissä mukana olemisen ideologia pohjautuu pyrkimykseen olla yhdessä toisten samankaltaisten kanssa sekä muodostaa affektiivinen, tunteen kulttuurille ominainen ympäristö. VPS-kannattajia yhdistää intohimo samaa seuraa kohtaan. Kannattajat käyttävät usein me-sanaa kuvatessaan niin VPS:aa kuin myös kannattajaryhmäänsä Geezereitä, jonka banderollin taakse he ovat VPS:aa otteluissa kannattaessaan ryhmittyneet. Oman banderollin taakse ryhmän muodostaessaan kannattajat erottautuvat stadioneilla niin muusta yleisöstä kuin myös muista kannattajaryhmistä. Samoin Geezeriksi itsensä nimitessään kannattajat osoittavat olevansa osa tiettyä ryhmää ja yhteisöä, jonka jäsenenä he erottautuvat muista kannattajista (ks. Nikunen 2003, 132).

Faniyhteisöllä on merkittävä vaikutus siihen, miten faniutta tulkitaan (Nikunen 2003, 133). Kannattajilla ympäri maailmaa on usein tapana ottaa vaikutteita muista jalkapallokulttuureista ja traditioista sekä soveltaa niitä omissa kulttuurissa ja sosiaalisissa konteksteissaan (Heinonen 2005, 18, 280). Suomessa 1990-luvulla syntyneet ensimmäiset kannattajaryhmät ottivat vaikutteensa englantilaisilta kannattajaryhmiltä (Heinonen 2002, 29–

30). Englantilaisilta kannattajilta omaksuttuja perinteitä olivat muun muassa joukkueen värien tunnustaminen, laulaminen ja elehdintä (Heinonen 2002, 29) sekä otteluiden seuraaminen seisten stadionin halvimmilta paikoilta päätykatsomossa. Myös VPS-kannattajat ovat tietoisia erilaisista kannattajakulttuureista sekä oman ryhmänsä omaksumista tavoista kannattaa.

JA: Millasta on mielestäsi Geezereiden kannatuskulttuuri? Oletteko ottaneet jostain vaikutteita tapaanne kannattaa?

Tuomas: Sehän on aina alunperin ollu semmonen brittiläinen, et just et ei rumpuja ja kellään ei oo niit huiveja periaattees tai semmost... sehän on aika tyypillistä briteille. Kyllä mä luulen, et halutaan pyrkii siihen lädikulttuurin, mutta pienellä porukalla se on aika vaikeeta. Sikshän on se rumpu nykyään niin se on vähän tavallaan modifikaatio ehkä ja kyllä mä uskon, et jos kysyy kaikilta yksitellen niin luulen kyllä, et moni kattoo just sinne sumusaarille. Senhän näkee, ettei tos oo mitään... ehkä Italiassa ja Espanjassa on vähä erilaista. Kyl siel on vähä semmosta sambameininkiä melkein katsomossa.

Lasse: Geezerit on ainakin ennen ollu keskimäärästä englantilaisentyypisempi kuin muut tämmöset porukat mitä Suomessa on ollu, mitkä nousi sitten Lahden ja Vepsun jälkeen.

Yksi merkittävä osa kannattajakulttuurin määrittelyssä on tapa tunnustaa kannatetun seuran värejä stadionilla (Merkel 1999). Haastateltavien mukaan VPS-kannattajien sonnustautuminen otteluun ei eroa muusta arkipäivän pukeutumisesta. VPS:n värejä tunnustaessaan kannattajat kantavat Geezereiden itse teettämiä sekä seuran valmistamia t-paitoja ja huiveja, mutta seuran viralliset pelipaidat ovat harvinaisempi näky Hietalahden stadionin kannattajapäädysssä. Kannattajien kertomuksissa toistuikin kuvailu tietynlaisen ”tyylikkyuden” ja niin sanotun casual-pukeutumisen noudattamisesta VPS:aa kannatettaessa.

JA: Miten VPS-kannattajat pukeutuvat otteluissa?

Antti: Ite pukeutuu aika kasuaalisti kyllä, että se on se varmaan se oma tyyli. Kyllä mä ite käytän just paljon Vepsu-huiveja ja lippiksiä ja t-paitoja kesällä varsinkin. Aika laidasta laitaa siel meidän porukas näkyy, mutta onhan siellä paljon sitä kasuaalipukeutumista, et pelipaidat on jääny aika pitkälti pois vuosien saatossa.

Lasse: Halutaan ehkä näyttää siltä samalta miltä näytetään aina muutenki. Niinku haluu olla se normaali tyylikäs itsensä mitä on sitten matsin ulkopuolellakin. Siihen ehkä sitten lisää jonkun tyylikkään seuravaatteen, mut ei se matsi oo semmonen, et sinne mennään sirkuspelleltä näyttämään. Vaan tunnustetaan tyylikkäästi väriä tai niinku maksimissaan... ja kaikki ei ehkä sitte tee edes sitäkään.

Matias: Ehkä yks juttu mikä semmonen perinne olis, et joku tietty tyyli pitää aina olla, et ei voi tulla ihan missään havaiji-paidassa päätyyn.

Jalkapallokannattajat usein hyödyntävät yhteenkuuluvuutensa sisäisinä ja ulkoisina tunnuksina erilaisia kohtalaisen hienovaraisia koodeja, joita niitä tuntemattoman saattaa olla vaikea havaita. Erilaisia artefakteja kuluttamalla kannattajat tunnistavat omaan ryhmäänsä kuuluvat ja ne toimivat näin tapana vahvistaa ja tuoda esiin kannattajaryhmän identiteettiä. (Heinonen 2005, 190; ks. myös Fiske 1992, 34–35.)

Yksi tällaisista tavoista ilmaista ryhmään kuulumista on VPS-kannattajien vastauksissa esiin tullut casual-kulttuuri, joka viittaa englantilaisten jalkapallohuligaanien 1970-luvulla aloittamaan tapaan hylätä seuran värit pukeutumisessaan ja pukeutua tiettyjen kalliiden vaatemerkkien tuotteisiin naamioituakseen poliisin tarkkailevalta katseelta. Casual-pukeutumistavan omaksumisen myötä huligaanit pystyivät tunnistamaan kannattajien joukosta ne, jotka olivat valmiita huligaaneiksi tunnustautuvien välisiin fyysisiin yhteenottoihin. (Ks. Guțu 2017, 915–927.) Seuran värien hylkääminen on toisaalta merkinnyt tapaa vastustaa markkinavetoisia seurabrändejä ja erottautua ”kuluttajafaneista” (Brimson 1998, 30; Crawford 2004, 125; Heinonen 2005, 280). VPS-kannattajien kohdalla pukeutumistyyliin ei kuitenkaan vaikuta liittyvän edellä kuvatun tapaista ideologiaa tai ehdottomuutta.

JA: Miksi VPS-kannattajat pukeutuvat siten?

Tuomas: Mä luulen ehkä, et halutaan olla niinku jossain briteissä tai jotain, et ”no mut neki on faneja ja nekin tekee tällee”, mut mä luulen kyl, et se aika pitkälti jää just siihen vaatteisiin. Muuten en sanois, et on niin paljon muuta mikä oikeesti yhdistää siihen kulttuuriin mitä on briteissä... et hirveesti rahaa menee vaatteisiin, se on se ydin (naurua).

Antti: Mä oon sitä kans miettiny jonkin verran, et miks se on justiin tuo, että ehkä jotain vaikutuksia on sitten tullu Englannista tänne Suomeenki tai varsinki tohon meidän porukkaan rantautunu. Mä en osaa sanoo, et miks se on, mutta kyl mä ite sen koen, et tyylikäs tyylihän se on, hyvält näyttää. -- Mä en oo siitä just sillee aatellu, et pitäiskö täs olla jotain muuta. Kyl ihan aina se homma on ollu siellä ton pukeutumisen osalta varsinkin. Mä en sano, että niin pitää pukeutua, et mikään pakkohan se ei oo. Kyllä mä itekin tykkään, et siellä on paljon hienoja vaatebrändejä, jotka kuuluu siihen tyyliin, et kyllä mä tykkään käyttää niitä ihan muutenki.

Faniyhteisöt määrittelevät jäsenyydelleen rajoja, joiden avulla yhteisön jäsenet voivat tunnistautua toisilleen sekä erottaa siihen kuuluvat ulkopuolisista ja toisista (Heinonen 2005, 141). Vaikka VPS:n kannattajaryhmässä pukeutumiseen ei liity kannattajien mukaan minkäänlaista pakkoa, ryhmän jäseneksi tunnistautuminen voi toimia motivaatiotekijänä yhteneväisten kulutustapojen noudattamiselle. Samankaltaista symbolista kuluttamista noudattaessaan kannattaja voi tuntea yhteenkuuluvuutta muihin ryhmään kuuluvien kanssa (Guțu 2017, 917–918).

Matias: Sehän ei oo mikään pakkopukeutuminen... Niin, et se lisää sitä yhteenkuuluvuuden tunnetta pukeutuu samantyyppisiin vaatteisiin. Kai siinä on sit osittain sitä, et ku on se tietty oletus, et on vähän tyylikkäämpää herrasmiestä eikä mitään ihan puliukkoa tai mitään suomijuntti-kledjuja.

Englantilainen casual-alakulttuuri omaksuttiin ajan myötä myös toisissa maissa ja jalkapallokulttuureissa. Näin siitä muodostui kannattajakulttuurissa universaalisti tunnettu

symbolinen pukeutumiskoodi, jolla ”todelliset” kannattajat pyrkivät erottautumaan rivikannattajien massasta. Kulttuurille tyypilliset brändit eivät ole merkityksellisiä henkilöille, jotka eivät tunnista sen symbolisia koodeja. Samalla ne voivat antaa kannattajakulttuuriin kuuluvaksi tunnustautuville viestin yhteenkuuluvuudesta. (Guţu 2017, 915–927.)

Tuomas: Ku on ne tietyt merkit ja yleensä niissä ei oo mitään isompia logoja tai mitään tammöstä. Se on kuitenkin Suomessa vielä yleisellä tasolla semmonen vähä sub-kulttuuri, et ei niin moni käytä niit merkkejä. Onhan niit jotain... mitä Lyle & Scottia aika moniki vissiin käyttää nykyään, mutta... et tavallaan sit tunnistaa nää toisten jengien fanit kans.

Matias: Mä pukeudun kasuaali-kledjuihin, koska mun mielestä ne on ihan näyttäviä vaatteita. Sit onhan se tavallaan osa sitä identiteettiä, et sillä tavallaan viestittää muille, et joo mä seuraan futista ja tietenki paikallista futista... näin tarkkaan, et ne jotka tietää, niin ne tietää. Mä oon esimerkiks ottanu kaikki mun Stone Island merkit pois niin, et mulla on pelkästään ne napit näkyvillä niin se on vielä enemmän sitä, et ne jotka tietää, niin ne tietää.

Casual-kulttuurin pukeutumistyyliin liittyy monia alakulttuurisia symboleja, joiden merkitys avautuu vain ne tunnistaville. VPS-kannattajalle pukeutumistyylin noudattaminen voi merkitä omaan kannattajaryhmään kuulumista sekä yleisesti suomalaisen jalkapallon ystäväksi tunnustautumista. Vaikka VPS-kannattajat kertoivat seuraavansa paljon myös ulkomaista jalkapalloa, moni haastateltavista kertoi olevansa erityisesti suomalaisen jalkapallon puolestapuhuja ja kannustaja. Näin kannattajat erottautuvat ulkomaisten seurojen pelipaitoihin sonnustautuvista ja jalkapalloa pääasiallisesti television välityksellä kuluttavista ”etäfaneista”. Samoin kuin huiviin tai pelipaitaan pukeutuminen voi määritellä tietyn seuran kannattajaksi erottautumista, symboliset kannattajakulttuurin pukeutumiskoodit tuntemalla ja niitä noudattamalla ilmoittaudutaan osaksi pienempää ja spesifimpää ryhmää: osaksi paikallista seuraa kannattajapäädysssä seuraavaa kannattajakuntaa.

Heinosen (2005) mukaan Thompson toteaa fanien luovan nykyajalle ominaisen läheisyyden tunteen kaukaisten toisten kanssa. Voimakas sitoutuminen ja sen myötä muodostunut

tiedollis-kulttuurinen ymmärrys synnyttää kokemuksen todellisten ”hard core”-kannattajien yhteisön osaksi kuulumista. (Heinonen 2005, 198; Thompson 1995, 219.) Hall (1999) pohtii globalisoituneen maailman tarjoamien uusien samaistumiskohteiden vaikutusta yksilöiden identiteeteille, jollaisena myös jalkapallofaniutta voidaan tarkastella. Hän puhuu maailmasta ”kulttuurisena supermarketina”, jossa maailmanlaajuisen kuluttajuuden myötä syntyy joukko toisilleen etäisten mutta samoja tavaroita ja viestejä kuluttavien ihmisten yhteisiä identiteettejä. Tällaisessa maailmassa erilaiset identiteetikertomukset eivät ole enää entiseen tapaan sidoksissa tiettyihin ajankohtiin, paikkoihin, historioihin ja traditioihin, vaan ne irtautuvat yhä enemmän yksilöiden vapaasti valittavissa oleviksi asioiksi. (Hall 1999, 61–63.) Myös jalkapallofanius tarjoaa joukon samaistumisen malleja eri puolilla maailmaa sijaitseville ihmisjoukoille. Yhtenä tällaisena identiteettinä voi pitää myös casual-kannattajaidentiteettiä, joka on saanut suomalaisten jalkapallokannattajien kulttuuriseen ja sosiaaliseen kontekstiin suodattuessaan oman merkityksensä.

Hallin (1999, 48–50) mukaan kertomuksia, symboleja ja rituaaleja muodostamalla erilaiset yhteisöt tuottavat yhteisönsä merkityksellisyyttä. Heinonen (2005) toteaa Thompsoniin viitattaessaan, että tällaiset traditiot muodostavat ryhmälle tunteen yhteenkuulumisesta ja toimivat symbolisena materiaalina kollektiivista identiteettiä rakennettaessa (Heinonen 2005, 64; Thompson 1996, 91–93). Myös vuonna 1998 perustetulle Geezereille vaikuttaisi vuosien varrella muodostuneen omia perinteitä, joita kannattajaryhmässä vaalitaan: kansainvälisestä kannattajakulttuurista kannattamis- ja pukeutumistyyliin otetut vaikutteet, oma logo sekä kannattajaryhmän nimellä koristellut banderollit, jotka ripustetaan katsomoon jokaisessa ottelussa.

Koska identiteetit eivät ole mitään synnynnäistä ja lukkoon lyötyä, myös VPS-kannattajuus on jatkuvassa muutoksessa. Se määrittyy jatkuvasti uudelleen niissä tavoissa, joilla kannattajayhteisön jäsenyyden perusteita tulkitaan ja niistä neuvotellaan yhteisön sisällä.

Matias: On siellä (Geezereissä) näitä junnuja kans jotain 15 vuotiaita, et aina yli nelikymppisiinkin on. Ne vanhemmat heput on vähän sivummassa tai taaemmalla, että ne ei oo ihan aktiivisia enää. Ne on tavallaan tehny osansa ja perhe-elämä sun muu vie sitten enemmän aikaa väistämättä, mut kyl ne edelleen ihan Geezereitä ehdottomasti on. -- Jossain euromatseissa nää kaikki helsinkiläistyneet ja muualla asuvat on paikalla, niin kyllä silloin Geezerit on joku 60-70 henkilöä niissä isoissa matseissa, mut en mä

tiedä lasketaanko ne sitten Geezereihin? Kai ne sitten lasketaan vaikka ne asuu muualla ja näkee ehkä ne kolme matsia kaudessa.

Hallin (1999) mukaan identiteetti on yhä enemmän yksilöiden itsensä määriteltävissä oleva monimuotoinen asia. Identiteetti rakentuu kerronnallisesti niiden tarinoiden myötä, millaisia kerromme itsestämme ja mitä kuvittelemme muiden kertovan meistä. (Hall 1999, 39, 227–229.) Haastateltavien kertomusten mukaan VPS-kannattajuutta tuodaan esille myös arkielämässä kannattajayhteisön ulkopuoliselle lähipiirille.

Lasse: Jos miettii, et miten mä sitä ehkä muissa tilanteissa ku matseissa ilmiannan, niin jonkin verran käytän vaatetusta ja Vepsu-vaatteita. Kyllä oikeestaan kaikis muissa kaveriporukois kuin faniporukassa, niin kyllä jengi tietää, et mä oon pro-Vepsu ja tuon sen ilmi ja kaikis duunipaikoissa oon kyllä jauhanu siitä. Kyllä mä sitä aina hehkutan sitten aina jotenkin kaikissa tilanteissa.

Toisaalta VPS-kannattajat pyrkivät siirtämään kannattajuuden ja siihen liittyvät tunteet ajoittain myös syrjemmälle. Tällä tavoin kannattajat toteuttavat erilaisia rooleja eri yhteisöissä ja tilanteissa toimiessaan (Hall 1999, 21–23).

Antti: Varsinki nyt ku seurustele ja tulee sitte aina kotia pelistä, niin kyllä sitä aina yrittää sen pelin unohtaa ja siihen liittyvät tunteet. Kyl sitä huomaa, et varsinki nyt tos viime kaudella ku oli pieni putki päällä voitottomien pelien suhteen, niin kyl se vähän mieltä pisti matalaks täällä kotonaki... mutta kyllä mulla on sillee, että mä yritän sitte ku tulee kotia niin vähä jättää noi hommat, et sitte keskittyy täällä kotona muihin juttuihin.

Sekä vaasalaisuuden kuin myös VPS-kannattajuuden voi nähdä olevan keskeisessä osassa haastateltavien kertomusta itsestään. Toisaalta tietynlaisen pukeutumisen noudattamisen myötä oman yhteisönsä jäseneksi sekä tietyn kannattajakulttuurin osaksi tunnustautuminen

voivat toimia osoituksena toisenlaisen identiteetin ilmentämisestä. Hallin (1999, 11–23) mukaan yksilöllä voi nähdä olevan lukuisia identiteettejä riippuen siitä, millaisiin ryhmiin hän kuuluu ja kuvittelee kuuluvansa. VPS-kannattajuudessa vaasalaisuuteen liittyvä paikallisidentiteetti sekä osallisuus niin suomalaisessa kuin myös globaalissa kannattajakulttuurissa muodostavat kannattajille toisistaan risteäviä ja päällekkäisiä identiteettejä. Toisaalta VPS-kannattajuus on vain yksi osa haastateltavien elämää ja näin myös kannattajaryhmä on yksi yhteisö muiden joukossa. Kannattajan identiteetti muodostuu VPS-kannattajuuden lisäksi myös useiden muiden elämän osa-alueiden ja yhteisöjen jäsenyyksien pohjalle.

8.2.2 ”Istut sitten siellä ja huudat vaan jotain random-juttuja näille pelaajille”

Fanit jakavat maailman ”meihin” ja ”muihin” ja asettavat tarkkarajaisia vaatimuksia aidolle faniudelle (Fiske, 1992, 35). Faniuden maailmassa on usein omat käytäntönsä erotella amatöörit asiantuntijoista ja todelliset kannattajat rivi-kannattajista. Usein kannattajat ainakin uskovat ymmärtävänsä oikeat kannattamiseen liittyvät merkityskategoriat, joita he omalla kannattamisellaan myös luovat ja muokkaavat. (Heinonen 2005, 79.) Suomessa kannattajat nimittävät rivikatsojia usein ”tuulareiksi”, viitaten suomalaisen yleisön kansallispukuun eli tuuliasuun ja jalkapallokatsomossa aiemmilla vuosikymmenillä vallinneeseen vaisuun tunnelmaan (Alavuotunki 2011). Tämä kannattajien puhetapa oli omaksuttu myös VPS-kannattajissa.

Matias: Mä luulen, et se (kannattaminen) on ihan pelkästään vaan sitä joukkuetta varten ja luulen, et kaikki muut sanois samaa. Ei siellä kukaan ajattele ollenkaan, et juma, toivottavasti tuularit nyt viihtyy ku ei siellä kukaan tee sitä viihdytyksen vuoks. Pelaajat tavallaan siellä viihdyttää, mut ei se kuulu siihen kannattajuuteen.

Kannattajat muusta yleisöstä erottavana tekijänä pidettiin heidän tietynlaista asiantuntijuuttaan, mitä ei niinkään liitetty lajiymmärrykseen, vaan jalkapallokannattajien kulttuurisen käyttäytymisen hallitsemiseen.

Matias: Päädyssä ei olla ikinä sillee, että "eteenpäin nytte Vuorinen, Morrisonia kentälle!", et sieltä ei tuu semmosia amatöörineuvoja kentälle tai neuvoja ylipäänsä.

Tuomas: Suomeski on ehkä semmonen vähä kulttuuri, että jos sä oot pitkällä sivulla niin istut sitten siellä ja huudat vaan jotain random-juttuja näille pelaajille. Vähän, et jengiä hävettäis lähteä mukaan tai näyttää tunteita. -- Se on vähän liian teatterimaista välillä istua siellä pitkällä sivulla.

Moni haastateltavista uskoi seuran merkitsevän kannattajille paljon enemmän, kuin monelle muulle VPS:n otteluissa käyvälle. Siinä missä kannattajien kuvailtiin elävän seuran vaiheissa mukana myös otteluiden välillä, monen muun yleisön jäsenen nähtiin olevan katsomossa lähinnä viihteen vuoksi. Aidon kannattajuuden tunnuspiirteinä pidettiin ennen kaikkea otteluiden seuraamista paikan päällä stadionilla sekä lojaalisuutta omaa seuraa kohtaan.

JA: Millainen on mielestäsi aito kannattaja?

Matias: Se, et jos halua olla mukana nauttimassa menestyksestä, niin sitten pitää olla kans kärsimässä vastoinkäymisistä, et kyl se on se ehdoton ehto kannattajuudelle. Ei voi olla mukana vaan hurraamassa kun seura tekee jotain historiallista. Tottakai on oikeillakin kannattajilla hetkiä kun tuntuu, et ei... tää on vaan niin raskasta, et mä en pysty kattoo tätä matsia, mut ne on kummiski mukana, et se on yksittäisistä matseista kii. Niinhän se elämäkin toimii, et vastoinkäymisiä ja ylämäkiä tulee ja sit tulee kans hyvii hetkii, niin kannattajana niiden kanssa pitää pystyy elää.

Aiemman fanitutkimuksen perusteella oli yllättävää, etteivät kannattajat asettaneet lojaalisuuden lisäksi tarkempia kriteereitä kannattajan määritelmälleen. Heidän mukaansa kannattajapäädystä otteluiden seuraaminen ei välttämättä pelkästään tee kenestäkään sen aidompaa kuin muissa katsomonosissa ottelua seuraavat uskolliset VPS-fanit.

Tuomas: Kannattaminen on seistä sun joukkueen takana satoi tai paistoi. Mun mielestä kannattaminen on kuitenkin... ei se välttämättä oo, että sä laulat tai huudat siinä päädyssä. Se on kyllä sen joukkueen tukeminen ja mun mielestä se riittää, et tulee paikan päälle joka pelissä, ainakin himapeleissä. Kannattajia sinänsä on niin montaa erilaista ku on meitä ihmisiä jotka käy fudispeleissä, et kaikki on omanlaatuisia. En mä sanois, et joku Geezeri on aito kannattaja verrattuna johonki Jormaan joka käy peleis seitkyt vuotta ja istuu vaan siellä aurinkokatsomossa, et kaikki kannattaa omalla tavalla.

8.2.3 ”Täällä ei oo mitään suurta rahottajaa, joka sekoilis ihan miten sattuu”

Urheilulla on identiteettiä rakentava sosiaalinen ja psykologinen ulottuvuus. Urheilussa ihmisten muodostamat sosiaaliset mallit kuvaavat sitä keitä ”me” olemme. Identiteetti rakentuu urheilussa näin ollen yhteisöllisyyden kautta sen kertoessa ”me olemme tällaisia”. (Eichberg 2004, 9.) VPS-kannattajat kuvailevat kannattamaansa seuraa lähes poikkeuksetta positiivisin ilmaisin. Seuraa kuvaillaan avoimeksi yhteisöksi, jonka tekemisestä huokuu yhdessä tekemisen kulttuuri.

JA: Miksi kannatat juuri VPS:aa?

Lasse: Ehkä tällä hetkellä kyllä tykkään siitä, et Vepsussa on jotenkin se semmonen kylähenkisyys edelleen, et täällä ei oo mitään suurta rahottajaa, joka sekoilis ihan miten sattuu. Meil kannattajilla on aina ollu aika läheiset välit tonne johtoportaan ja jotenki sekin luo sitä semmosta yhdessä tekemisen tunnetta. Ehkä se on se paikallisuus semmonen juttu ja sit se, että se ei oo menny semmoseks sirkuspelleilyks ainakaan vielä.

Antti: Mä tykkään niist arvoista mitä Vepsulla on, että siellä niinku puhalletaan ensinnäks tosi yhteen hiileen ja ollaan joukkue, et tehdään asiat ammattimaisesti ja joukkueena ja luotetaan siihen yhteisöön. -- Nythän on paljon käytetty sitä Vepsu-perhe termiä, et se on yks kans mist niinku diggaa enemmän ja enemmän. Sehän lähtee tottakai myös ihan seurajohdosta ja valmentajasta, et ku siellä on semmosia avoimia ihmisiä et semmonen pystyy muodostuu. Mä uskon, että se on ihan erilaista ku vaikka jossain SJK:ssa tai jossain on.

Tietynlaisen seuran kannattaminen piirtää kuvaa myös sen kannattajista. Kannatettavaa seuraa kuvaillessaan kannattajien voikin nähdä samalla määrittelevän myös itseään sekä kannattajayhteisöään (Heinonen 2005, 257–258).

Toisaalta faniudet ovat myös erottautumista ja eron tekemistä. Faniudessa erojen luomiseen on useita keinoja, sillä kulttuuriset tekstit houkuttelevat faneja lukemaan ja tulkitsemaan niitä ja näin ollen myös kokemaan faniutta moninaisilla eri tavoilla. Faniuden käytännöt ja sen kohteesta tehdyt tulkinnat määritellään faniuden sosiaalisessa ympäristössä eli faniyhteisössä. (Nikunen 2005, 38–41.) Jalkapallossa erottautuminen ja eron tekeminen muodostuvat suhteessa vastustajiin ja sen kannattajiin.

Kaikki haastatellut VPS-kannattajat nimesivät seuransa pahimmiksi vihollisiksi pietarsaarelaisen FF Jaron sekä Seinäjoen Jalkapallokerhon, minkä lisäksi yksi kannattaja kuvaili Vasa IFK:ta tärkeimmäksi vastustajaksi. Pyydettyessä haastateltavia kuvailemaan, miksi juuri nuo seurat olivat heidän mielestään VPS:n pahimpia vihollisia, vastakkainasetteluja perusteltiin niin seurojen maantieteelliseen läheisyyteen, historialliseen vastakkainasetteluun kuin myös kaupunkien väliseen ”vihaan” vedoten. VPS:n ja FF Jaron välistä kohtaamista kannattajat kuvailivat perinteiseksi ottelupariksi sekä ”aidoksi Pohjanmaan derbyksi”. Otteluparin perinteisyydestä huolimatta kannattajat kuvailivat vastustajaansa varsin neutraalein ilmaisin.

JA: Miksi juuri Jaro on mielestäsi VPS:n pahimpia vihollisia?

Lasse: Pietarsaari on enemmänkin vaan, että se on semmonen lähialueen joukkue. En mä tiedä onko mulla pietarsaarelaisia vastaan niin paljoo, kuin ehkä seinäjokelaisia vastaan...

Tuomas: Siitä ei oo tullu ehkä niin isoo derbyä ku olis voinu, mut toisaalta jeppisläiset niin sanotut tuularitki taputtelee ja huutelee, että kun Jeppikses käy niin siellä sitten kotiyleisö vittuilee mielellään Vepsu-kannattajille. Se on ehkä tavallaan hyvähenkistä derbyä kuitenkin, että ei siin ny oo mitään semmosta kuolemanvihaa mitä mä vois kuvitella, et Seinäjokea vastaan kymmenen vuoden päästä. Jos molemmat jatkaa ja molemmilla menee suht hyvin liigassa niin voi tulla... vähä rumaaki jälkee.

Kuten edellä olevista siteerauksista voi havaita, toinen Pohjanmaalta kotoisin oleva seura Seinäjoen Jalkapallokerho vaikutti herättävän haastateltavissa vahvempia mielipiteitä. Siinä missä VPS-kannattajat yhdistävät VPS:an positiivisia piirteitä kuten paikallisuus, lojaalisuus ja avoimuus, Seinäjoen Jalkapallokerhoa he kuvailevat ainoastaan negatiivisin sanankääntein.

JA: Mitä mieltä olet SJK:sta?

Matias: Se edustaa sitä oksettavaa modernii jalkapalloa tai tota namusetäilyy. -- Siis se on oikeestaan Sarajärven (SJK:n pääomistaja ja seuran hallituksen puheenjohtaja) oma leikkikalu. -- Se perustuu oikeesti siihen, et Sarajärvellä on fyrkkaa. Ei sitä seuraa olis muuten, ei sitä menestystä olis ilman Sarajärveä. Ei SJK oo... ei siellä oo mitään perinteitä mitä se voi halventaa, ketään seuraihmissä ketä se voi halventaa koska se ite on se seuraihminen.

Antti: No en mä kyllä henkilökohtaisesti tykkää ollenkaan, että mä en tykkää Seinäjoesta, mä en tykkää SJK:sta ja mä en tykkää siitä tyylistä millä se joukkue tai koko seura operoi. Ne on kyllä täysin omia arvoja vastaan, et niinku tossa alus puhuttiin, niin mä tykkään siitä että puhalletaan yhteen hiileen ja seuran sisällä ollaan lojaaleja. Niinku esimerkiks päävalmentajalle nyt viime kaudellaki, et jostain SJK:sta tai varmaan monesta muustakin olis kyllä tullu monoa Vuoriselle jo.

Jalkapallossa seuroihin ja kannattamiseen usein liitettyjä positiivisia piirteitä ovat muun muassa historia, perinteet ja paikallisuus (Numerato 2015, 126). Perinteikkyyden vastakohtia edustavat puolestaan lyhyen historian omaavat seurat, joita kannattajat nimittivät halveksuvasti ”muoviseuroiksi”. Siinä missä kannattajat kuvailivat VPS:n ja Jaron välistä ottelua ”aidoksi” derbyksi, SJK-kohtaamista väheksyttiin ”muoviseksi” ottelupariksi, joka ei herätä vastaavia tunteita. Kannattajien kertomuksissa on näin havaittavissa kannattajakulttuurista opittu diskurssi, jossa perinteisyys on kannatettava arvo perinteiden puutteen ollessa halveksittu ominaisuus.

SJK:sta puhuessaan VPS-kannattajat korostavat perinteiden puutteen ohella seuran uusrikkautta sekä ainaista menestystä. Eroja vastustajaan haetaan myös viime aikaisten tapahtumien kautta. Siinä missä SJK:n peräsimmässä oli kaudella 2017 viisi eri valmentajaa, VPS:n seurajohto pitäytyi samassa valmentajassa kentällä kokemistaan vaikeuksista

huolimatta. Tämä toimi kannattajille perusteena korostaa lojaalisuuden merkitystä omassa seurassaan kilpailijaansa verrattuna.

Heinosen (2005, 130) mukaan luodessaan tällä tavalla etäisyyttä viime aikoina urheilullisesti ja taloudellisesti menestyneisiin seuroihin, kannattajat tuovat esille omaa autenttisuuttaan. Positiivisia ominaisuuksia omaan seuraansa yhdistäessään ja negatiivisin ilmaisin vastustajaansa kuvaillessaan kannattajien voi tulkita samalla myös perustelevan omaa kannattajuuttaan. Vastustajan profiloiminen itsestä poikkeavaksi auttaa kannattajia määrittelemään identiteettiään; vastustajan kautta kannattajat havaitsevat millaisia he itse ovat sekä millaisia he eivät ole (Berendt & Uhrich 2016, 625; ks. myös Hall 1999, 153).

Edellä kuvattujen jalkapalloseuroihin liitettyjen hyveiden mukaisesti VPS:n kannattamisen voisi nähdä olevan varsin helposti perusteltavissa olevaa toimintaa. VPS on vanha, vuonna 1924 perustettu seura, joka omaa pitkät perinteet Vaasassa. Myös sen kannattajaryhmä Geezers Hietalahti on Suomen mittakaavassa perinteinen kannattajaryhmä, jonka kannattajat ovat ehtineet kokea urheilullisesti niin menestystä kuin pettymyksiäkin VPS:a seuratessaan. Kannattajat kuvailivat VPS:a keskimääräistä huonommaksi seuraksi, joka ei kamppaile mestaruuksista joka vuosi. Kannattajat olivatkin erityisen ylpeitä uskollisuudestaan heikosti menestyneen VPS:n tukena.

Matias: Kyl toi maanisdepressivisyys on jotenkin niin oleellinen osa sitä VPS-kannattajuutta, mun mielestä pelkästään jo seuran identiteettiä, et kannattajalle se tulee niin selväks. Jos lähtee mukaan tohon leikkiin, et lähetäänks me kattoo jotain hemmetin vierasmatseja johonkin Kemiin tai ihan mitä muuta vaan, niin se semmonen juttu mikä on hyväksyttävä saman tien on, et tää tulee ole ajottain ihan perseestä. Sit tulee taas liian harvoin näitä hetkiä, et on ihan kiimassa, vaikka voitto Ljubljanasta tai Bröndby-matsi. Mun mielestä se on ihan naurettavaa kaikki nää vitun sloganit, että ”ei koskaan luovuteta”, mikä SJK:lla on. Seura mikä on perustettu 07 vai 08, niinku haloo, te ette oo nähny paskaakaan. -- Ei meidän ikinä tarvi sanoo, et me ollaan aina mukana. Menee hyvin tai menee huonosti, siellä on aina kummiski jengii nois vierasmatseissa. Nyt ku oli tää, oliko se neljätöistä tai viistoista matsia ilman voittoa niin pelaajat ja valmentajat on kiittäny sitä, et ei siellä oo jengi vaatinu, et kukaan eroaa tai pelaajat luovuttais niiden pelipaidat tai Geezerit ei tulis katsomoon. Me ollaan oltu siellä ihan

samoin määrin ku mitä muutenki. Kyl mä luulen, et se on silleen poikkeuksellista Suomessa ainakin.

Matiaksen kertomuksesta tulee ilmi, miten hän korostaa VPS-kannattajien uskollisuutta vertaamalla heitä paikallisvastustaja SJK:n kannattajiin. Siinä missä kannattajat kuvailivat SJK:a perinteitä vailla olevaksi seuraksi, sen kannattajia kuvailtiin menestyksen perässä kulkeviksi ”tuuliviireiksi”.

JA: Mitä mieltä olet SJK:n kannattajista?

Tuomas: Mä katoin oliko joku Byyri (jalkapallokulttuuriin keskittynyt media) tai joku tämmönen... niil oli joku video ja tää Seinäjoen joku rumpali tai mikä se ny olikaan, niin se valitti jotain, et "jengi sanoo et me ollaan vaan niinku menestyksen perässä, et kyllä meillä on ollu pahatki aikakaudet" (naurua). Ne oli vissiin yks tai kaks kautta, ku ne ei päässy Kakkosesta Ykköseen, niin se oli ne pahat kaudet niille (naurua). Siis joo mä ymmärrän, et ne kannattaa oman kaupunkinsa seuraa niinku itekin teen, mut toisaalta ne nielas kyllä mun mielestä tän TP-Seinäjoen ja Sepsin fuusion aika helposti... et no, ne näkee, et sieltä tulee rahaa ja vähä lähti tuulen mukana, tuulen viemänä niin sanotusti.

Antti: Kyl mä uskon, et siel (SJK:n kannattajissa) on sitä jengiä joka on pelkästään sen seuran menestyksen takia lähteny siihen hommaan mukaan. -- Onhan se mun mielestä ihan nähtävissäkin ku käyny kattoo SJK:n ja VPS:n välisiä matseja, niin onhan se porukka kasvanu sen mukaan ku menestystä on tullu.

Heinosen (2005) mukaan jalkapalloseuran faniudessa lojaalisuus ja seurauskollisuus ovat arvoja, joita kannattajat kunnioittavat jopa menestyksen edelle. Kannattamisen pitkäjänteisyydellä VPS-kannattajat perustelevat omaa autenttisuuttaan ja uskottavuuttaan kannattajien alakulttuurissa. (Ks. Heinonen 2005, 78–81.) Eroja vastustajiinsa ja niiden kannattajiin piirtäessään VPS-kannattajien voi nähdä samalla rakentavan itselleen autenttista ja aitoa kannattajaidentiteettiä.

Koska vastakkainasettelut lisäävät urheilun seuraamisen mielekkyyttä ja jännittävyttä, kannattajat usein myös tiedostaen rakentavat erilaisia vihasuhteita korostamalla seurojen keskinäistä erilaisuutta ja vihollisen vastenmielisyyttä. Samalla vastustajien erilaisuuden osoittaminen toimii ryhmän yhteenkuuluvuutta kohottavana tekijänä. (Berendt & Uhrich 2016, 614; ks. myös Hall 1997, 234–238.) VPS-kannattajat kuvaavatkin jopa vihaavaansa SJK:a ja erityisesti Seinäjokea ja seinäjokelaisia.

JA: Miksi juuri SJK on mielestäsi VPS:n tärkeimpiä vastustajia?

Antti: Toi SJK:n mukaantulo on herättänyt kyl jotenkin... Siis mulla on suvussa ja perheessä niin pitkät Seinäjoki vihat, et sitä kautta se tulee se viha. -- Mä en jotenkin diggaa siitä uhosta mikä niil on, koska mä en näe sille mitään pohjaa, et se on ehkä se mikä mua siinä eniten ärsyttää.

Matias: No siinä on kans just tää paikallisidentiteetti tai se viha Seinäjokee, heinähattuja tai juntteja vastaan. Periaattees se, et ne edustaa sitä Suomea mitä mä en edusta ja on niin lähellä. Sit, et Seinäjoella nyt tykätää kusta Vaasan päälle.

Hallin (1999, 84) esittämän ”meidän ja muiden” välisen diskurssin (luku 6.2) tapaisesti VPS-kannattajat representoivat seurojen, kaupunkien ja niiden asukkaiden eroja yksinkertaistettuja rajanvetoja tekemällä. Heinosen (2005) mukaan urheilussa maailma näyttäytyy yksinkertaisena todellisuuden alueena; tunnistettavat ja tarkkarajaiset binaariset, jopa antagonistiset suhteet ja vastakohtaparit erottelevat urheilun maailman meihin ja muihin. Jonkun puolella oltaessa määritellään aina myös vastustajat. (Heinonen 2005, 79.)

Jalkapallofanien kannatuskulttuurissa merkittävässä roolissa ovat nimenomaan vastustajat sekä niiden kannattajia kohtaan osoitettu ”viha”. Jalkapallon maailmassa mikä tahansa havaittu eroavaisuus voi toimia keinona piikitellä vastustajia sekä korostaa niiden erilaisuutta suhteessa omaan suosikkiseuraan (Johnes 2008, 10). VPS-kannattajien kuvailut vastustajistaan ja niiden kannattajista tulisi täten ymmärtää myös osana urheilun yksinkertaistettua todellisuutta ja jalkapallokannattajien kulttuuria, jossa he kannattajaporukassa mukana ollessaan elävät mukana.

Lasse: En mä nyt tiedä vihaanko mä sillee futiksen ulkopuolella seinäjokelaisia nykyään niin paljon ku ennen (naurua). Tietenkin sitä nyt aina samaa läppää heittää, mutta... Jollain tavalla tää futis on mulle kuitenkin vähän semmonen irrallinen todellisuus välillä, että mä oon ehkä futiksen ympärillä tyhmempi ku mitä mä ehkä normaalielämässä olen. Sit mä ehkä suvaitsen itelleni sen, että mä saan vihata seinäjokelaista joukkuetta tai pietarsaarelaista joukkuetta, vaikka mä en ehkä muuten vihais niitä ihmisiä siellä.

VPS-kannattajien vastustajistaan tekemät luonnehdinnat tulisi ymmärtää kannattajakulttuuriin kuuluvana tapana halveksua vastustajia sekä niiden kannattajia (ks. Johnes 2008, 7). Todellisten vihan tunteiden sijasta vastustajien herjaamisen voi nähdä myös yhdeksi osaksi jalkapallokannattajana olemisen hauskuutta. Samalla se on myös keino tunnistaa oman ryhmän erityisyys ja sen myötä vahvistaa keskinäistä yhteenkuuluvuuden tunnetta (ks. Hall 1997, 234–238).

9 POHDINTA

Tutkielmani tarkoituksena oli ensinnäkin selvittää, miten haastatteleman henkilöt olivat valikoituneet jalkapallon seuraajiksi ja VPS-faneiksi. Samalla pyrin avaamaan, mitkä syyt olivat vaikuttaneet siihen, että henkilöt olivat päätyneet mukaan VPS:n järjestäytyneen kannattajaryhmän toimintaan. Lisäksi tavoitteenani oli jäljittää niitä mahdollisuuksia, joita VPS-kannattajuus voi tarjota identiteetin rakentamiseen.

Tutkielmani tulosten mukaan kannattajien lapsuus oli merkittävässä roolissa niin jalkapallokiinnostuksen kuin myös VPS-faniuden synnyssä. Perheessä jalkapalloa kohtaan osoitettu kiinnostus, vanhemmalla iällä ikätovereiden kanssa jalkapallon parissa vietetty aika sekä jalkapallon seuraaminen erilaisten medioiden välityksellä olivat vaikuttaneet lajiinnostuksen syntyyn. Toisaalta perheen ja ystävien merkitys olivat läsnä myös VPS-faniuden kipinän synnyssä. VPS-fanius ei ollut syntynyt yksittäisen kokemuksen myötä missään tietyssä hetkessä, vaan joukkueen merkityksellisyys rakentui luonnollisesti tietystä yhteisössä kasvettaessa. Tulososiossa nostin esiin ajatuksen kehämäisestä syy ja seuraus -dilemmasta: kumpi tuli ensin, VPS ja sen myötä kaverit vai toisin päin? Haastateltavien kertomuksista päätellen jälkimmäinen vastaus tuntuisi olevan lähempänä totuutta. VPS:n otteluissa vietettiin ystävien kanssa aikaa jo silloin, kun erityistä faniudesta peräisin olevaa motivaatiota otteluiden seuraamiseen ei ollut vielä syntynyt.

VPS-kannattajien kohdalla fanitettavan seuran valikoitumiseen ei ole liittynyt valintaa kahden paikallisen seuran välillä. Sen sijaan muun urheilun lajitarjonnan ohella VPS kilpailee ihmisten vapaa-ajasta yhä enenevässä määrin myös muiden ajanviettopöytätoimien kanssa. Lisäksi paikalliset seurat kilpailevat nykypäivänä suosioista myös mediavälitteisen urheilun kanssa. Kuten Heinonen (2005, 91) on tutkimuksessaan osoittanut, nykypäivänä jalkapallosta kiinnostuneella on mahdollisuus valita faniuden kohteensa rajattomasta valintojen joukosta. VPS-kannattajien lähipiirin vaikutuksesta johtuen he ovat kiinnittyneet pienestä pitäen sekä lajiin että paikallisen VPS:n seuraajiksi. Jalkapallon kielen ja sen sisältämien kulttuuristen merkitysten omaksuminen ovat edesauttaneet lajiin ja seuraan kiinnittymistä myös vanhemmalla iällä.

Tutkielmani tulokset eivät sinänsä kerro mitään uutta faniuden syntyprosessista; VPS-kannattajien kertomuksissa esille tulleet faniuden syntyyn johtaneet tekijät on havaittu myös useissa aiemmissä fanitutkimuksissa (ks. esim. Wann ym. 2001, 5–6). Toisaalta tulokset ovat

mielenkiintoisia siitä syystä, että se merkityksellisyys, jonka VPS on saanut tutkittavien kannattajien elämässä, ei suomalaisten kannattajaryhmien koosta päätellen ole kuitenkaan niin tavanomaista. Suomessa seurat eivät usein ole yhtä merkittäviä yhteisöissään kuin mitä ne ovat suuremmissa jalkapallomaissa, eikä lapsia vastaavalla tavalla sosiaalisteta tietyn joukkueen kannattajiksi jo kehdestä lähtien (Heinonen 2005, 55).

VPS-kannattajien kohdalla suhde seuraan on eri osatekijöiden seurauksena kuitenkin muodostunut niin merkitykselliseksi, että he ovat valmiita antamaan äänensä seuralle sekä matkustamaan sen perässä ympäri Suomea. Haastateltavien kertomuksista päätellen järjestäytyneeseen kannatus toimintaan mukaan menemisessä vaikuttavana tekijänä on samaistuminen seuraan. Haastatelluille VPS edusti ennen kaikkea ylpeyttä omasta kotipaikkakunnasta ja joidenkin kohdalla myös seuran asema perheessä kasvatti VPS:n merkityksellisyyttä. Tutkittavilla seuran painoarvo oli kohonnut niin suureksi, että he kokivat tavallisessa katsomossa ottelun seuraamiseen ja VPS:n kannustamiseen liittyvät kulttuuriset käyttäytymisen koodiston rajat liian ahtaiksi. Kannattajakatsomossa ottelussa on mahdollista elää mukana tavalla, joka ei muualla välttämättä olisi hyväksyttyä.

Toisaalta kannattajatoimintaan liittyttiin mukaan ennen kaikkea saman ikäisten kavereiden innoittamana. Vaikka kannattajatoiminnassa mukana olemisen taustalla on kiinnostus jalkapalloon lajina, VPS-kannattajuudessa itse lajin seuraamisen merkitys toiminnan taustalla vaikuttaisi pienentyneen. Kuten kannattajista Tuomas totesi haastattelussa, kannattajakatsomossa ottelua ei välttämättä edes näe kovin hyvin.

Tuomas: Ei se ny oo mulle niin tärkeätä, et ehkä näkee kaikki ne yksityiskohdat, mut Vepsu voittaa ja näkee maalin niin kai se riittää...

Toiminnassa mukana olemisen suurena vaikuttimena onkin oman roolin kokeminen tärkeäksi. Joukkueen koetaan tarvitsevan kannatusta ja sillä uskotaan olevan myös vaikutusta ottelun lopputulokseen. Toisaalta VPS-kannattajuus on yksi mahdollisuus kokea yhteisöllisyyttä. Kannattajakatsomossa otteluiden seuraaminen tuottaa suuria elämyksiä ja tunteita, joita yhteisössä on mahdollista jakaa muiden saman henkisten ihmisten kanssa. VPS-kannattajuus ei ole vain yhden asian ympärille rakentuva ystävyys suhde. Monelle

kannattajaryhmä muodostaa yhden tärkeimmistä kaveriporukoista ja kannattajuus on täten myös paljon muuta kuin pelien seuraamista. Marjamaan (2007, 101) mukaan suuri osa suomalaisista jalkapallon kuluttajista on vahvasti orientoitunut itse peliin jalkapallon sosiaalisen merkityksen saadessa otteluiden seuraamisen motiiveissa vähemmän painoarvoa. VPS-kannattajilla suhde jalkapalloon vaikuttaisi puolestaan rakentuvan ennen muuta sosiaalisten suhteiden pohjalle.

VPS-kannattajuus koetaan hauskuuden ohella myös raskaaksi: se tuo mukanaan negatiivisia tuntemuksia kuten ahdistuneisuutta ja alakuloisuutta. Toimintaan kiinnitytään tästä huolimatta, sillä seuraan ja kannattajayhteisöön koettu tunneside luovat toiminnalle merkityksellisyyttä. Sen lisäksi, että kannattajat samaistuvat seuraan, sen vaasalaisuuteen ja tuntevat seuran historian sekä siihen liittyvät merkitykset, he samaistuvat kannattajayhteisöön. Jalkapallon kielen ja kulttuurisen merkityksen lisäksi he tuntevat kannattajakulttuuria ja siihen liittyviä merkityksiä. Tietty faniuden kohde kannustaa faneja tulkitsemaan sitä tietyillä tavoilla sekä luo ajattelutapoja, arvoja ja asenteita, jotka toimivat identiteetin rakennusaineiksina faneille (Nikunen 2005, 53–55).

VPS-kannattajuus tarjoaa identiteetin rakennusaineiksia monella eri tasolla. Eräässä mielessä se on hyvin perinteistä paikallisuuteen perustuvaa yhteisöllisyyttä. Toisaalta VPS-kannattajuus on ilmentymä postmodernista yhteisöllisyydestä: se kokoaa ihmisiä yhteen nykyajassa tarjoamalla heille yhteisen mielenkiinnon kohteen ja siihen liittyvän kielen ja symboleita, jotka toimivat kollektiivisen identiteetin tukipilareina. Yhteisön sosiaalisen vuorovaikutuksen keskiössä toimii saman kulttuurituotteen, eli jalkapallon ja siihen liittyvän kannattajakulttuurin kuluttaminen ja tuosta maailmasta tiettyjä tekstejä valitsemalla on mahdollista määritellä itseään. (Ks. Heinonen 2004a, 231–232, 236.)

Kannattajakulttuurista omaksuttuja tekstejä ei kuluteta vain sellaisenaan, vaan niille annetaan myös omia merkityksiä, joita joskus vain pieni rajattu joukko kykenee ymmärtämään. VPS-kannattajat ovat omaksuneet kannattamiseensa tapoja muun muassa englantilaisesta kannattajakulttuurista, jotka ovat saaneet omia merkityksiä VPS:n kannattajakulttuurin kulttuurisessa ja sosiaalisessa kontekstissa. Haastateltavat korostivat kannattajien pukeutumisessa jonkinlaisen tyylikkyyden noudattamista ja casual-kulttuurista otettuja vaikutteita, joiden avulla on mahdollista tunnistautua sekä oman yhteisön että laajemman suomalaisen kannattajayhteisön jäseneksi.

”Meidän” ja ”muiden” erottelu on keskeisessä osassa sekä urheilun että faniuden todellisuutta. Aiemmasta fanitutkimuksesta poiketen, VPS-kannattajat eivät juurikaan korostaneet autenttisuuttaan muissa Hietalahden stadionin katsomonosissa VPS:n kotiotteluita seuraaviin. Toki näitä rivikatsojia kutsuttiin kannattajille tyypilliseen tapaan ”tuulareiksi”, mutta heidän panostaan arvostettiin siinä missä kannattajapäädystä VPS:aa äänekkäästi kannustavien kannattajienkin. Aidon kannattajan ominaisuuksina korostettiin otteluiden ”livenä” seuraamista sekä lojaalisuutta.

Suomessa jalkapalloseurojen vastakkainasetteluihin liittyy nykypäivänä harvoin syviä yhteiskunnallisia jakolinjoja, eikä niille välttämättä näin ollen useinkaan ole jalkapallon ulkopuolisia perusteita. Vastustaja nimetään tärkeäksi viholliseksi, koska se tulee lähialueelta tai sitä vastaan pelatuilla kamppailuilla on pitkät perinteet. Juuri näin asian laita tuntui olevan VPS-kannattajien kohdalla puhuttaessa pietarsaarelaisen paikalliskilpailija FF Jaron merkityksestä. FF Jaroa vastaan pelattu paikallisottelu edusti kannattajuudessa arvostettua perinteikkyyttä, kun samaan aikaan VPS–SJK-ottelua pidettiin ”muovisena” ja sen merkitystä väheksyttiin. Toisaalta SJK:a kannattajat kuvailivat selkeästi jopa vihaavansa, vaikka seuran ja otteluparin historia ovat lyhyitä. SJK:ssa kannattajat havaitsevat selkeämmin eron omaan seuraansa: siinä missä VPS:aa kuvailtaessa korostettiin perinteikkyyttä, yhteisöllisyyttä ja lojaaliutta, SJK:n nähtiin edustavan jalkapallokannattajien kulttuurista omaksuttua vihaa perinteettömyyttä, uusrikkautta ja ”modernia jalkapalloa” kohtaan. Lukijan kohdalla oleellinen huomio tämän johtopäätöksen arvioinnin kannalta on, että vertailua SJK:n tehtiin useissa otteissa myös silloin, kun siitä ei haastattelutilanteessa varsinaisesti ollut puhetta.

Kulmala (2006, 59) korostaa itsestä kertomisen kontekstisidonnaisuutta: kertomistilanne, paikka ja aiemmin elämässä koetut asiat muovaavat tiettyssä hetkessä itsestä kerrottua tarinaa. Näkemys vastaa Hallin (1999, 21–23) näkemystä pirstoutuneesta identiteetistä: yhden sisäisen identiteetin sijasta yksilöllä on monia päällekkäisiä identiteettejä, joita toteutetaan eri aikoina ja eri tilanteissa. Toisen haastattelijan tekemänä tai toisena ajankohtana toteutettuna haastateltavien kertomukset ja toisaalta niistä löydetyt identiteetit olisivat saattaneet muodostua erilaisiksi (ks. Raimi 2011, 75). Toisaalta omakohtaisista kertomuksista koostuvaa aineistoanikin olisi voinut tarkastella monesta eri näkökulmasta erilaisia identiteetikäsityksiä hyödyntäen. Täten tiettyssä mielessä olen myös itse tutkijana ollut rakentamassa haastateltaville erilaisia identiteettejä, ja kertomuksista olisi voinut tehdä myös useita poikkeavia tulkintoja. (Ks. Edwards 1998; Hänninen 1998, 60–62; Kulmala 2006, 59.)

Näin ollen en halua korostaa liikaa edellä mainittujen kannattajakulttuurista otettujen vaikutteiden merkitystä kannattajien arkisessa kokemuksessa VPS-kannattajuudesta. Vaikka erilaiset kulttuuriset merkitykset tunnustetaan, haastateltavien vastauksista päätellen ne eivät kuitenkaan ole elementtejä, joita he VPS:aa kannattaessaan säännöllisesti pohtisivat. Samalla tutkielmani aineiston rajallisuudesta johtuen tämän johtopäätöksen voi tehdä vain tutkittujen kannattajien, ei koko VPS-kannattajien yhteisön kannattajuuteen liittyväksi piirteeksi. Tutkielmassani esiin tuomiani tulkintoja VPS-kannattajien identiteeteistä voi pitää vain tietyn haastattelijan, kysymyksenasettelun, haastattelutilanteen ja tutkimusmetodin tuloksena. Myös toisia VPS-kannattajia haastatteleamalla kokemus faniudesta olisi mitä todennäköisimmin näyttäytynyt erilaisena.

Millaista tietoa tutkielmani voi siis arvioida tuottaneen? Suomessa jalkapallofaniutta on tutkittu pro gradu -tutkielmia laajemmissa tutkimuksissa edellisen kerran 2000-luvun vaihteessa, jolloin tutkimuksen pääpaino oli lähinnä mediavälitteisesti jalkapalloa seuraavien fanien sekä Suomen maajoukkueen kannattajien kokemusten tarkastelussa (ks. esim. Heinonen 2002; 2005). Tutkimieni VPS-kannattajien kannattajuuteen liittämät merkitykset ovat varsin erilaisia kuin näissä tutkimuksissa. Kyseisten tutkimusten teon aikaan kotimaisten seurojen kannattajatoiminta oli vasta ottamassa ensiaskeleitaan ja nykypäivänä tilanne on varsin erilainen, kun lähes jokaisella Veikkausliigan joukkueella ja useilla Ykkösen seuroilla on järjestäytynyttä kannattajatoimintaa. Näistä moni omaa tutkielmassa tarkastelemani Geezers Hietalahden tapaan lähes 20 vuoden historian.

Tutkielmassani olen lisännyt tietoa kotimaisten jalkapalloseurojen kannattajien kannattajuuteen liittämistä merkityksistä. Erityisen mielenkiintoista ja lisätutkimuksen arvoista ovat ne muodot, joita kannattajatoiminta on suomalaisessa kontekstissa saanut. Kannattajat tulee nähdä ennen kaikkea aktiivisina merkitysten rakentajina. Kannattajat omaksuvat kannattamistapojen, pukeutumisen ja fanidiskurssin osia kansainvälisestä kannattajakulttuurista ja rakentavat niistä oman, paikalliseen kannattajayhteisöön soveltuvan kannattajakulttuurin. Samalla seura ja kannattajayhteisö tarjoavat mahdollisuuden kiinnittyä vapaa-ajan yhteisöön, jossa jaetut merkitykset voivat toimia identiteetin rakennusaineina.

Suomalaisen kannattajakulttuurin ilmiöön tulisi jatkossa perehtyä tarkemmin, esimerkiksi tarkastelemalla kannattajaryhmien organisoitumista Suomessa. Miten toiminta alun alkaen syntyi ja millaisia vaiheita sen muutoksen varrelle on mahtunut? Vanhimmat toiminnassa

mukana olevat kannattajat ovat nähneet suomalaisessa jalkapallokannattajuudessa 20 vuoden aikana tapahtuneen muutoksen ja heidän kokemuksiaan hyödyntämällä suomalaisen fanikulttuurin kehityskaari olisi mahdollista paikantaa. Toisaalta olisi mielenkiintoista tutkailla näiden kannattajien kannattajuudessa vuosien varrella tapahtuneita muutoksia ja piirtää näin kuvaa suomalaisen kannattajan ”faniurasta”. Toimintaa aloittaessaan kaksikymppisillä ja nykypäivänä kohta 40 vuoden iän ylittäneillä kannattajilla olisi varmasti arvokkaita kokemuksia jaettavaan.

Suomalaiseen kannattajatoimintaan suhtaudutaan 20 vuoden mittaisesta historiastaan huolimatta edelleen negatiiviseen sävyyn mediassa. Aihetta käsiteltäessä huliganismin kaltaiset lieveilmiöt saavat päähuomion eivätkä kannattajakulttuurin monet positiiviset puolet ole saaneet ansaitsemaansa arvostusta. Kuten olen tutkielmassani osoittanut, kannattajatoiminta on mielenkiintoinen kulttuuri, jossa mukana elävät jopa sadat suomalaiset viikosta ja vuodesta toiseen. Kannattajuus voi toimia elämän osa-alueena, joka viihteen ja yhteisöllisyyden lisäksi tarjoaa merkityksiä, joiden pohjalle voi rakentaa omaa identiteettiään.

Matias: Mä luulen vähän, et kaikki me ollaan vähän masokistisiä... et me vähän nautitaan siitä ku katsomos menee ihan päin persettä. On vaan sillee "vittu mitä paskaa!", joku huutaa vaan. Paras justiin joku vierasmatsi ylikaukana, tullaan pitkä matka kotiin ja ollaan otettu joku niin turha häviö. Kaikki ihan hiljaa... just pienes tollases... tai niinku isos pakus, ettei oo niinku bussi ja ihan hiljaa istutaan pimeel tiellä. Sitte joku vaan karjasee... ihan vittu pelkkää tuskaa niinku "ääähhhh!!"... Kyl se on mun mielestä jotain ihan huikeeta... ja se on just kyllä niinku osa tota VPS-kannattajuutta.

LÄHTEET

- Aaltola, J. 2010. Filosofia, tiede, ymmärtäminen. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: Gummerus, 12–27.
- Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. Tampere: Vastapaino.
- Alavuotunki, J. 2011. Tuulareiden uusi tuleminen. *Kansan Uutiset* 8.7.2011. Viitattu 26.4.2018. <https://www.kansanuutiset.fi/artikkeli/2589728-tuulareiden-uusi-tuleminen>
- Beck, D. & Bosshart, L. 2003. Sports and religion. *Communication research trends* 22 (4), 21–22.
- Ben Porat, A. 2010. Football Fandom: A Bounded Identification. *Soccer & Society* 11 (3), 277–290.
- Berendt, J. & Uhrich, S. 2016. Enemies with Benefits: The Dual Role of Rivalry in Shaping Sports Fans' Identity. *European Sport Management Quarterly* 16 (5), 613–634.
- Bourdieu, P. 1985. Sosiologian kysymyksiä. Tampere: Vastapaino.
- Brascombe, N. & Wann, D. 1991. The Positive Social and Self Concept Consequences of Sports Team Identification. *Journal of Sport and Social Issues* 15 (2), 115–127.
- Brimson, D. 1998. *The Geezers' Guide to Football: A Lifetime of Lads and Lager*. Edinburgh: Mainstream Publishing Company.
- Brown, A., Crabbe, T. & Mellor, G. 2008. Introduction: Football and Community – Practical and Theoretical Considerations. *Soccer & Society* 9 (3), 303–312.
- Chadborn, D., Edwards, P. & Reysen, S. 2017. Displaying Fan Identity to Make Friends. *The Journal of Cult Media* 9, 87–97.
- Cleland, J. 2015. *A Sociology of Football in a Global Context*. New York ja Lontoo: Routledge.
- Coakley, J. 2007. *Sports in Society: Issues and Controversies*. New York: McGraw-Hill.

- Crawford, G. 2004. Consuming sport. Fans, Sport and Culture. Lontoo: Routledge.
- Dahlberg, O. 2017. Katse katsomoon – media muovaa käsitystämme urheiluyhteisöstä. *Liikunta & Tiede* 54 (1), 52–55.
- Dunning, E. 1986. The Sociology of Sport in Europe and the United States: Critical Observations from an "Elisian" Perspective. Teoksessa C. R. Rees & A. W. Miracle (toim.) *Sport and social theory*, 29–56.
- Duquin, M.E. 2000. Sport and Emotions. Teoksessa J. Coakley & E. Dunning (toim.) *Handbook of Sport Studies*. Lontoo: SAGE Publications, 477–489.
- Eastman, S. T. & Riggs, K. E. 1994. Televised Sports and Ritual: Fan Experiences. *Sociology of Sport Journal* 11 (3), 249–274.
- Edwards, D. 1998. The Relevant Thing about Her: Social Identity Categories in Use. Teoksessa C. Antaki & S. Widdicombe (toim.) *Identities in Talk*. Lontoo: SAGE Publications, 15–33.
- Eichberg, H. 2004. Identiteetin ilmaisemisen ristiriitaiset mallit. Teoksessa K. Ilmanen (toim.) *Pelit ja kentät – kirjoituksia liikunnasta ja urheilusta*. Jyväskylän yliopisto. *Liikunnan sosiaalitieteiden tutkimuksia* 3/2004, 9–30.
- Elias, N. & Dunning, E. 1971. *The Sociology of Sport: A Selection of Readings*. Lontoo: Cass.
- Erjos, M. 2001. Koulutettu kolmekymppinen mies pääkaupunkiseudulta kannusti Suomea Anfield Roadin katsomossa. *Tietoaika* 5/2001, 6–8.
- Eskola, J & Suoranta, J. 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Eskola, J. & Vastamäki, J. 2001. Teemahaastattelu: opit ja opetukset. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle*. Jyväskylä: Gummerus, 24–42.
- Ferguson, J. D. 1981. Emotions in Sport Sociology. *International Review of Sport Sociology* 16 (4), 15–23.
- Fiske, J. 1989. *Understanding Popular Culture*. Lontoo: Routledge.

- Fiske, J. 1992. *The Cultural Economy of Fandom*. Teoksessa L. Lewis (toim.) *The Adoring Audience*. Lontoo: Routledge, 30–49
- Gaffney, C. 2009. *Stadiums and Society in Twenty-first Century Buenos Aires*. *Soccer & Society* 10 (2), 160–182.
- Giulianotti, R. 2002. *Supporters, Followers, Fans and Flaneurs. A Taxonomy of Spectator Identities in Football*. *Journal of Sport & Social Issues* 26 (1), 25–46.
- Giulianotti, R. 2011. *Sport Mega Events, Urban Football Carnivals and Securitised Commodification: The Case of the English Premier League*. *Urban Studies* 48 (15), 3293–3310.
- Giulianotti, R. & Gerrard, M. 2001. *Cruel Britannia? Glasgow Rangers, Scotland and 'Hot' Football Rivalries*. Teoksessa G. Armstrong & R. Giulianotti (toim.) *Fear and Loathing in World Football*. Oxford: Berg, 23–42.
- Giulianotti, R., Bonney, N. & Hepworth, M. 1994. *Football, Violence and Social Identity*. Lontoo: Routledge.
- Goffman, E. 1963. *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*. Lontoo: Penquin.
- Grossberg, L. 1995. *Mielihyvän kytkennät: risteilyjä populaarikulttuurissa*. Tampere: Vastapaino.
- Guschwan, M. 2007. *Riot in the Curve: Soccer Fans in the Twenty-first Century Italy*. Teoksessa S. Brown (toim.) *Football Fans Around the World: From Supporters to Fanatics*. New York: Routledge, 88–104.
- Guțu, D. 2017. 'Casual' Culture. Bricolage and Consumerism in Football Supporters' Culture. Case Study – Dinamo Bucharest Ultras. *Soccer & Society* 18 (7), 914–936.
- Hall, S. 1997. *The Spectacle of the 'Other'*. Teoksessa S. Hall (toim.) *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. Lontoo: SAGE Publications, 223–279.
- Hall, S. 1999. *Identiteetti*. Tampere: Vastapaino.
- Hall, S. 2000. *Who Needs 'Identity'?* Teoksessa P. Du Gay, J. Evans & P. Redman (toim.) *Identity: A Reader*. Lontoo: SAGE Publications, 15–30.

- Hall, S. 2003. Monikulttuurisuus. Teoksessa M. Lehtonen & O. Löytty (toim.) *Erilaisuus*. Vastapaino: Tampere, 233–281.
- Heinilä, K. 1985. Penkkiurheilun viehätys. Teoksessa A. O. Arponen & O. Pekkanen (toim.) *Urheilun tulevaisuus*. Helsinki: Valtion painatuskeskus, 77–84.
- Heinilä, K. 2000. Mikä on urheilun viihteellinen merkitys? Teoksessa M. Miettinen (toim.) *Haasteena huomisen hyvinvointi – miten urheilu lisää mahdollisuuksia? Liikunnan yhteiskunnallinen perustelu II. Tutkimuskatsaus. Liikunnan ja kansanterveyden julkaisuja 124*. Jyväskylä: LIKES, 287–308.
- Heinonen, H. 2002. Finnish Soccer Supporters Away from Home: a Case Study of Finnish National Team Fans at a World Cup Qualifying Match in Liverpool, England. *Soccer and Society* 3 (3), 26–50.
- Heinonen, H. 2004a. Hulluna urheilusta – penkkiurheilu ja fanius tutkimuskohteena. Teoksessa K. Ilmanen (toim.) *Pelit ja kentät – kirjoituksia liikunnasta ja urheilusta*. Jyväskylän yliopisto. *Liikunnan sosiaalitieteiden tutkimuksia* 3/2004, 231–247.
- Heinonen, H. 2004b. Urheilun yleisöt ja fanit elämisyhteiskunnassa: käsitteellisiä pelivälineitä. *Liikunta & Tiede* 141 (6), 96–100.
- Heinonen, H. 2005. Jalkapallon lumo. Tutkimus suomalaisesta Everton-faniudesta. Jyväskylä: Gummerus.
- Heinonen, H. 2007. Jalkapalloa katsomassa – karnevalismia, vastarintaa ja performatiivisuutta. Teoksessa H. Itkonen & A. Nevala (toim.) *Kuningaspelin kentät: Jalkapalloilu paikallisena ja globaalina ilmiönä*. Helsinki: Gaudeamus, 131–146.
- Heinonen, H & Godenhjelm, P. 2000. Ohranhypä silmässä – suomalaiset urheiluyleisöt ja alkoholi. Jyväskylä: Kopijyvä Oy.
- 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.
- Herkman, J. 2001. *Audiovisuaalinen mediakulttuuri*. Tampere: Vastapaino.

- Hirsjärvi, I. 2009. Faniuden siirtymiä. Suomalaisen science fiction -fandomin verkostot. Jyväskylä: Gummerus.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hognestad, H. K. 2012. What is a Football Fan? Teoksessa R. Krovel & T. Roksvold (toim.) We Love to Hate Each Other – Mediated Football Fan Culture. Göteborg: Nordicom, 25–44.
- Hollendsen, S. 2007. Global Marketing. Edinburgh: Pearson Education Limited.
- Hornmoen, H. 2012. Battling for Belonging: How Club and Supporter Identities are Created in the Mediation of an Oslo Derby. Teoksessa R. Krovel & T. Roksvold (toim.) We Love to Hate Each Other – Mediated Football Fan Culture. Göteborg: Nordicom, 149–170.
- Hänninen, S. 1998. Johdanto. Teoksessa S. Hänninen (toim.) Missä on tässä? Saarijärvi: SoPhi, 5–15.
- Itkonen, H. 1996. Kenttien kutsu. Tutkimus liikuntakulttuurin muutoksesta. Tampere: Gaudeamus.
- Itkonen, H. & Nevala, A. Jalkapallo, maailma ja Suomi. Teoksessa H. Itkonen & A. Nevala (toim.) Kuningaspelin kentät. Jalkapalloilu paikallisena ja globaalina ilmiönä. Helsinki: Gaudeamus, 11–20.
- Jacobson, B. 2003. The Social Psychology of the Creation of a Sports Fan Identity: A Theoretical Review of the Literature. Athletic Insight: The Online Journal of Sport Psychology 5, 1–14. Viitattu 20.4.2018.
<http://www.athleticinsight.com/Vol5Iss2/FanDevelopment.htm>
- James, J. D. 2001. The Role of Cognitive Development and Socialization in the Initial Development of Team Loyalty. Leisure Sciences 23 (4), 233–261.
- Jenkins, H. 1992. Textual Poachers – Television Fans and Participatory Culture. New York: Routledge.

- Johnes, M. 2008. We Hate England! We Hate England? National Identity and Anti-Englishness in Welsh Soccer Fan Culture. *Cycnos* 25 (2). Viitattu 10.4.
<http://revel.unice.fr/cycnos/index.html?id=6224>
- Kaivola, T. & Rikkinen, H. 2003. Nuoret ympäristöissään. Lasten ja nuorten kokemusmaailma ja ympäristömielikuvat. Helsinki: SKS.
- Kassimeris, C. 2011. Fascism, Separatism and the Ultras: Discrimination in Italian Football. *Soccer & Society* 12 (5), 677–688.
- King, A. 1997. The Lads. Masculinity and the New Consumption of Football. *Sociology* 31 (2), 329–346.
- Kolamo, S. 2000. ”Sotkamon Jymyn pesäpallomenestys ja paikan tunne.” *Terra* 112 (4), 249–254.
- Kolamo, S. 2002. Futsifanius ja tunteen kulttuuri – Yhteisöllistä draamaa median konstruoimalla näyttämöllä. *Kulttuurintutkimus* 19 (2), 19–28.
- Kortelainen, J. 2007. Jalkapallo-Suomen maantiede. Teoksessa H. Itkonen & A. Nevala (toim.) *Kuningaspelin kentät*. Helsinki: Gaudeamus, 71–83.
- Koski, P. 2004. Liikuntasuhde: Liikunnan kohtaaminen kulttuurisesti rakentuvana sosiaalisena maailmana. Teoksessa K. Ilmanen (toim.) *Pelit ja kentät – kirjoituksia liikunnasta ja urheilusta*. Jyväskylä yliopisto. Liikunnan sosiaalitieteiden tutkimuksia 3/2004, 189–208.
- Kovala, U. 2003. Kulttisuhte näkökulmana merkityksiin. Teoksessa U. Kovala & T. Saresma (toim.) *Kulttikirja. Tutkimuksia nykyajan kultti-ilmiöistä*. Jyväskylä: Gummerus, 188–204.
- Kovala, U. & Hirsjärvi, I. 2007. Fanius kulttuurintutkimuksen kohteena. Teoksessa E. Vainikkala & H. Mikkola (toim.) *Nyky aika kulttuurintutkimuksessa*. Jyväskylä: Gummerus, 245–269.
- Kuentzel, W. 2001. How Specialized is Specialization Research. *Journal of Leisure Research* 33 (3), 351–356.
- Kulmala, A. 2004. Toiset identiteettiä rakentamassa. *Yhteiskuntapolitiikka* 69 (3), 231–241.

- Kulmala, A. 2006. Kerrottuja kokemuksia leimatusta identiteetistä ja toiseudesta. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print.
- Laine, T. 2010. Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Jyväskylä: Gummerus, 28–45.
- Lanchaster, K. 1997. When Spectators Become Performers: Contemporary Performance-Entertainments Meet the Needs of an “Unsettled Audience”. *Journal of Popular Culture* 30 (4), 75–88.
- Lehmuskallio, M. 2011. Ei VilleGalle vaan vertaiset, valmentajat ja vanhemmat – lasten ja nuorten näkemyksiä liikuntakiinnostuksensa vaikuttajista. *Liikunta & Tiede* 48 (6), 24–31.
- Lindberg, E. 2007. Jalkapallokannattajien toisistaan käyttämät nimitykset ja niiden semanttinen prosodia FutisForum2-keskustelupalstalla. Jyväskylän yliopisto. Kieli- ja viestintätieteiden laitos. Pro gradu -tutkielma.
- Mackellar, J. 2006. Fanatic, Fans or Just Good Fun? Travel Behaviors and Motivations of the Fanatic. *Journal of Vacation Marketing* 12 (3), 195–217.
- Marjamaa, T. 2007. Kotimaisen jalkapallon mielikuvat, niiden hallinta ja vaikutukset. Helsingin kauppakorkeakoulu. Pro gradu -tutkielma.
- Merkel, U. 1999. Football Identity and Youth Culture in Germany. Teoksessa G. Armstrong & R. Giulianotti (toim.) *Football Cultures and Identities*. Houndsmills: Macmillan, 52–63.
- Nash, R. 2000. Contestation in Modern English Professional Football. *International Review for the Sociology of Sport* 35 (4), 465–486.
- Nikunen, K. 2003. Soturiprinsessan matkassa. Televisiosarja Xena ja faniuden merkitykset. Teoksessa U. Kovala & T. Saresma (toim.) *Kulttikirja. Tutkimuksia nykyajan kultti-ilmiöistä*. Jyväskylä: Gummerus, 112–140.
- Nikunen, K. 2005. Faniuden aika. Kolme tapausta televisio-ohjelmien faniudesta vuosituuhannen taitteen Suomessa. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print.

- Nikunen, K. 2008. Uusia katseita faniudesta faniuksiin. Teoksessa K. Nikunen (toim.) *Fanikirja. Tutkimuksia nykykulttuurin fani-ilmiöistä*. Jyväskylä: Gummerus, 7–16.
- Numerato, D. 2015. Who Says “No to Modern Football?” Italian Supporters, Reflexivity, and Neo Liberalism. *Journal of Sport and Social Issues* 39 (2), 120–138.
- Paasi, A. 1984. Aluetietoisuus ja alueellinen identiteetti ihmisen spatiaalisen sidoksen osana. *Suunnittelumaantieteen yhdistyksen julkaisuja* 13. Joensuu: Suunnittelumaantieteen yhdistys ry.
- Poikolainen, J. 2015. Musiikkifanius ja modernisoituva nuoruus. Populaarimusiikin ihailijakulttuurin rakentuminen Suomessa 1950-luvulta 1970-luvun alkuun. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto.
- Raimi, J. 2011. Elämää kulttuurien välimaastossa. Tutkimusretkiä toisen polven venäläisten etnis-kulttuuriseen identiteettiin. Jyväskylän yliopisto. Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos. Pro gradu -tutkielma.
- Readhead, S. 1997. *Post-Fandom and the Millennial Blues: The Transformation of Soccer Culture*. Lontoo: Routledge.
- Robson, G. 2000. 'No One Likes Us, We Don't Care' – the Myth and Reality of Millwall Fandom. Oxford: Berg.
- Saarela-Kinnunen, M. & Eskola, J. 2001. Tapaus ja tutkimus = tapaustutkimus? Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle*. Jyväskylä: Gummerus, 158–169.
- Saastamoinen, M. 2006. Minuus ja identiteetti tutkimuksen haasteina. Teoksessa P. Rautio & M. Saastamoinen (toim.) *Minuus ja identiteetti. Sosiaalipsykologinen ja sosiologinen näkökulma*. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print, 170–180.
- Salin, O. 2010. Työntekijän sosiaalisen identiteetin valinnat. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print.
- Sandvoss, C. 2003. *A Game of Two Halves: Football Fandom, Television and Globalisation*. Lontoo: Routledge.

- Saresma, T. & Kovala, U. 2003. Kulttikirja. Tutkimuksia nykyajan kultti-ilmiöistä. Jyväskylä: Gummerus.
- Stone, C. 2007. The Role of Football in Everyday Life. *Soccer & Society* 8 (2), 169–184.
- Storey, J. 2009. *Cultural Theory and Popular Culture. An Introduction*. 5. painos. New York: Pearson Longman.
- Telama, R. 2000. Kuinka liikunta ja urheilu tukevat kasvua ja kehitystä kouluikässä? Teoksessa M. Miettinen (toim.) *Haasteena huomisen hyvinvointi. Miten liikunta lisää mahdollisuuksia? Liikunnan yhteiskunnallinen perustelu II, tutkimuskatsaus. Liikunnan ja Kansanterveyden julkaisuja 124*. Jyväskylä: LIKES, 58–60.
- Thompson, J. B. 1995. *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press.
- Thompson, J. B. 1996. Tradition and Self in a Mediated World. Teoksessa P. Heelas, S. Lash & P. Morris (toim.) *Detraditionalization*. Oxford: Blackwell Publishers, 89–108.
- Tikander, J. 2010. Traveller and Fan Identites of the Finnish Football Fans. Jyväskylän yliopisto. Liikuntakasvatuksen laitos. Pro gradu -tutkielma.
- Tulloch, J. & Jenkins, H. 1995. *Science Fiction Audiences. Watching Doctor Who and Star Trek*. Lontoo ja New York: Routledge.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Varto, J. 1992. *Laadullisen tutkimuksen metodologia*. Helsinki: Kirjayhtymä Oy.
- Vilka, H. 2005. *Tutki ja kehitä*. Helsinki: Tammi.
- Vuolle, P. 1986. Urheilun kulutus: penkkiurheilu. Teoksessa P. Vuolle, R. Telama & L. Laakso (toim.) *Näin suomalaiset liikkuvat*. Helsinki: Valtion painatuskeskus, 201–226.
- Wakefield, K. L. & Wann, D. L. 2006. An Examination of Dysfunctional Sport Fans: Method of Classification and Relationships with Problem Behaviors. *Journal of Leisure Research* 38 (2), 168–186.

Wann, D. L., Melnick, M. J., Russell, G. W. & Peace, D. G. 2001. *Sport Fans: The Psychology and Social Impact of Spectators*. New York: Routledge.

Weed, M. 2007. The Pub as a Virtual Football Fandom Venue: An Alternative to 'Being There'. Teoksessa S. Brown (toim.) *Football Fans Around the World: From Supporters to Fanatics*. New York: Routledge, 237–252.

Zillmann, D. Bryant, J. & Sapolsky, B. S. 1979. The Enjoyment of Watching Sport Contests. Teoksessa J. H. Goldstein (toim.) *Sports, Games and Play: Social and Psychological Viewpoints*. New Jersey: Erlbaum, 297–335.

LIITTEET

LIITE 1

Teemahaastattelurunko VPS-kannattajille

Taustoittavat kysymykset

- a. Ikä?
- b. Asuinpaikka?
- c. Perhesuhteet?
- d. Koulutus – ammatti?

Jalkapallon seuraajaksi ja VPS-kannattajaksi valikoituminen

1. Miten paljon seuraat jalkapalloa? Miksi se kiinnostaa?
2. Muistatko mistä kiinnostuksesi jalkapalloon lähti?
3. Seuraatko muuta urheilua, miten paljon?
4. Oma jalkapallotausta?
5. Mistä lähtien olet kannattanut VPS:aa?
6. Miksi kannatat juuri VPS:aa?
7. Kannatatko muita seuroja?
8. Kuinka kauan olet ollut mukana Geezereissä?
9. Kuinka tärkeä osa elämää VPS sinulle on?

Identiteetin rakentaminen ja rajaaminen kannattajaryhmässä

Geezers Hietalahti

10. Miten VPS-kannattajuus näkyy arjessasi?
11. Millä tavalla olet osallistunut Geezereiden toimintaan?
12. Miksi seuraat pelejä kannattajakatsomossa?
13. Miksi olet mukana Geezereissä?
14. Millainen osa Geezereissä mukana oleminen on VPS:n seuraamista?
15. Millaista porukkaa Geezereissä on?
16. Miten Geezereihin tullaan tavallisesti mukaan?
17. Millainen yhteisö Geezerit ovat?
18. Ovatko Geezerit ystäviäsi?
19. Onko Geezereillä joitain perinteitä?
20. Millaista on Geezerien kannatuskulttuuri?
21. Miten kannattajat pukeutuvat otteluissa/arkena?

Vastustajat ja niiden kannattajat

22. Mitkä ovat VPS:n pahimmat viholliset?
23. Miksi juuri nämä?
24. Mitä mieltä olet VPS:n pahimmista vihollisista yleensä?
25. Mitä mieltä olet niiden kannattajista?
26. Miten Geezerit eroavat vihollisseuran kannattajista?

Muu yleisö

27. Millainen on aito kannattaja?
28. Miten kannattaja eroaa muista otteluissa kävijöistä?
29. Saako kannattaja ottelukokemuksesta enemmän irti kuin muut?
30. Mitä kannattajista ajatellaan?
31. Mitä mieltä olet ulkomaisen seuran kannattamisesta?

Lopuksi

Jäikö jotain sanomatta?