

# **KULUTTAJAYHTEISÖT FANTASIAURHEILUPELEISSÄ**

**Jyväskylän yliopisto**

**Liikuntatieteellinen tiedekunta & Kauppakorkeakoulu**

**Pro gradu -tutkielma**

**2019**

**Tekijä: Lasse Saari**  
**Oppiaine: Liikunnan yhteiskuntatieteet ja Markkinointi (JSBE)**  
**Ohjaajat: Hanna Vehmas ja Heikki Karjaluo**



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

## TIIVISTELMÄ

Tekijä Lasse Saari	
Työn nimi Kuluttajayhteisöt fantasiaurheilupeleissä	
Oppiaine Liikunnan yhteiskuntatieteet ja Markkinointi	Työn laji Pro gradu -tutkielma
Aika (pvm.) 13.6.2019	Sivumäärä 71 sivua + liitteet
<b>Tiivistelmä</b>	
<p>Tutkimuksen tavoitteena oli tutkia ja kuvailla, millaisia kuluttajayhteisöjä fantasiaurheilupeleihin osallistujat ovat muodostaneet pelien ympärille ja miten nämä yhteisöt toimivat. Lisäksi selvitettiin, miten fantasiaurheilupelit näkyvät niitä pelaavien suomalaisten päivittäisessä elämässä ja minkälaista kuluttajakäyttäytymistä peleihin liittyy.</p> <p>Tutkimus toteutettiin yhdistämällä määrällistä ja laadullista tutkimusotetta, joista jälkimmäinen toimi pääasiallisena menetelmänä. Aineistonkeruutapoina olivat määrällisiä ja laadullisia kysymyksiä sisältänyt kysely sekä laadulliset teemahaastattelut. Kyselyaineisto kerättiin Webropol -kyselylomakkeella, johon vastasi 386 fantasiaurheilupelejä pelannutta henkilöä. Kyselyn vastaajista pyydettiin kahdenkeskisiin teemahaastatteluihin kuusi henkilöä, joista jokainen vastasi pyyntöön myöntävästi.</p> <p>Tutkimuksen tulokset osoittavat, että fantasiaurheilupelien kuluttajayhteisöt ovat yleensä hyvin miehisiä ryhmiä, joissa seurataan urheilua, keskustellaan peleistä pikaviestimien välityksellä ja kilpaillaan yhdessä sovitusta, usein rahallisista palkinnoista tai rangaistuksista. Tutkimuksessa havaittiin, että pelaajaryhmiä muodostetaan usein jo olemassa olevien sosiaalisten ryhmien ympärille, mutta niihin liitetään myöhemmässä vaiheessa myös uusia, alkuperäisen ryhmän ulkopuolisia henkilöitä. Pelaajaryhmässä toimiminen tarjoaa tutkimustulosten perusteella sisältöä kanssakäymiseen samanhenkisten ihmisten kanssa, syyn olla yhteydessä ja joskus myös tutustumisväylän uusiin ihmisiin. Lisäksi havaittiin, että fantasiaurheilun pelaamisella koetaan olevan sosiaalisesti yhdistävää arvoa, mikäli peleistä keskustellaan aktiivisesti ryhmän jäsenten välillä.</p> <p>Fantasiaurheilupelien pelaajaryhmät ovat moderni esimerkki urheilun seuraamiseen kiinnittyneistä kuluttajayhteisöistä, joiden yhteisöllistä toimintaa ovat edesauttaneet erityisesti ryhmäviestipalveluiden kuten WhatsAppin käytön yleistymisen. Tämän tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää urheiluun liittyvän yhteisöllisen kuluttajakäyttäytymisen ymmärryksen lisäämiseksi sekä fantasiaurheilupelien ja muiden lisäarvoa urheilun seuraamiseen tuottavien palveluiden kehittämistyössä.</p>	

Asiasanat
fantasiaurheilu, kulttuurinen kulutustutkimus, kuluttajayhteisöt, yhdistävä arvo
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopiston kirjasto



# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	8
1.1	Tavoitteet ja tutkimustehtävä .....	9
1.2	Tutkimusote, tutkimusmenetelmät ja tutkimusaineisto .....	9
1.3	Työn rakenne.....	10
2	TUTKIMUSKOHTENA FANTASIAURHEILU .....	12
2.1	Mitä on fantasiaurheilu? .....	12
2.2	Fantasiaurheilu maailmalla.....	14
2.2.1	Pelimuodot .....	14
2.2.2	Fantasiaurheilu ja rahapelaaminen .....	16
2.3	Fantasiaurheilu Suomessa .....	17
2.4	Aikaisempia tutkimuksia fantasiaurheilusta.....	21
3	KULUTTAJAYHTEISÖT JA YHDISTÄVÄ ARVO .....	25
3.1	Kulttuurinen kulutustutkimus .....	25
3.2	Kuluttajayhteisöt.....	27
3.3	Yhdistävä arvo .....	29
3.4	Tutkimusmalli .....	30
4	AINEISTO JA MENETELMÄ.....	32
4.1	Tutkimusmenetelmä .....	32
4.2	Kyselyaineisto .....	32
4.3	Teemahaastattelut.....	33
4.4	Aineiston analysointimenetelmä.....	34
4.5	Tutkimuksen luotettavuus .....	35
5	TUTKIMUKSEN TULOKSET.....	37
5.1	Aineistosta .....	37
5.2	Tulokset.....	37
5.2.1	Vastaajien pelaamat pelit ja pelaamisen aloittaminen.....	37
5.2.2	Pelaamisen arkitiinit .....	39
5.2.3	Mediakäyttö ja viestintä .....	42
5.2.4	Pelaajaryhmät .....	46
5.2.5	Ryhmien toiminta.....	52
5.2.6	Ryhmäpelaamisen yhdistävä arvo .....	56
6	POHDINTA .....	59
6.1	Tutkimustulosten yhteenveto .....	59
6.1.1	Pelaaminen osana penkkiurheilijan elämäntapaa.....	59
6.1.2	Porukoista kimppoihin – fantasiaurheilun liima.....	60
6.1.3	”Tekosyy olla yhteydessä” – pelien yhdistävä arvo .....	62
6.2	Teoreettinen kontribuutio .....	63
6.3	Liikkeenjohdolliset johtopäätökset .....	64

6.4	Tutkimuksen arviointi ja rajoitteet.....	65
6.5	Jatkotutkimusideat .....	66
	LÄHTEET .....	68
	LIITTEET.....	72

## KUVIOT

Kuvio 1. Tutkimusmalli .....	31
------------------------------	----

## TAULUKOT

Taulukko 1. Fantasiaurheilupelejä suomalaisista urheilusarjoista.....	19
Taulukko 2. Suomalaisia fantasiaurheilupelejä kansainvälisistä sarjoista.....	19
Taulukko 3. Liigapörssin ja HockeyGM -pelien joukkuemäärät 2018-2019 .....	20
Taulukko 4. Haastateltavien taustatiedot .....	34
Taulukko 5. Pelatut pelit ja tunnettuus .....	38
Taulukko 6. Fantasiaurheilupeleihin käytetty aika viikossa.....	40
Taulukko 7. Mediakäyttö pelaamiseen liittyen.....	43
Taulukko 8. Keskustelut fantasiaurheilupeleistä.....	45
Taulukko 9. Syyt pelaamiselle ryhmä- ja kokonaiskilpailujen välillä .....	47
Taulukko 10. Ryhmän jäsenten väliset suhteet .....	50
Taulukko 11. Ryhmän jäsenmäärä .....	51
Taulukko 12. Ryhmän ikä.....	51
Taulukko 13. Ryhmän pelaamat pelit.....	52
Taulukko 14. Ryhmän viestintäkanavat.....	54

# 1 JOHDANTO

Tässä pro gradu -tutkielmassa tarkastellaan fantasiaurheilussa toimivia kuluttajayhteisöjä. Fantasiaurheilupelit ovat olleet mukana tuomassa lisämaustetta urheilun seuraamiselle Suomessa aina syksystä 1995 lähtien, kun ensimmäinen peli lanseerattiin jääkiekkobuumissa kevään maailmanmestaruuden jälkeen. Kymmenet tuhannet suomalaiset harrastavat fantasiaurheilupelejä niin sanotuissa kimpoissa yhdessä tuttaviansa kanssa. Pelaajavalintojen tekeminen, niistä keskusteleminen ja tulosten seuraaminen kuuluvat pelaajien arkirutiineihin. Fantasiaurheilun esittely ilmiönä ja etenkin ryhmäpelaamisen lähempi tarkastelu tarjoaa tietoa siitä, millaista arvoa urheilusarjan seuraamiseen liitettyllä lisäpalvelulla voidaan luoda ja minkälaista kulttuuria kuluttajat ovat itse luoneet toisilleen pelien avulla.

Fantasiaurheilua on tieteellisesti tutkittu pääosin amerikkalaisiin peleihin liittyen kuluttajakäyttämisen viitekehyksessä (Tacon & Vainker 2017). Amerikkalaiskeskeisyydelle on looginen syy, sillä fantasiaurheilu on Pohjois-Amerikassa erittäin suosittua: yli 20 prosenttia koko aikuisväestöstä pelaa fantasiaurheilupelejä (FSGA 2019). Suomalaisista Riikka Turtiainen (2007) on julkaissut aiheesta artikkelin kuvaillen fantasiaurheilua uudenlaisena urheilun mediakuluttamisen muotona. Olli Sotamaa (2013) puolestaan selvitti kysely- ja haastatteluaineistoonsa nojaten suomalaisten pelaajien pelimotiiveja, -käytäntöjä sekä näitä ympäröivää kulttuuria. Aiemmissä tutkimuksissa on lyhyesti sivuttu ryhmäpelaamista ja niissä tapahtuvaa sosiaalista kanssakäymistä, mutta pääosin keskittyminen on ollut yksittäisten pelaajien kuluttajakäyttämässä ja pelaamismotiiveissa. Ryhmätason analyysija ei näin ollen ole juuri-kaan tehty. (Tacon & Vainker 2017.)

Tähän tutkimukseen kerättiin aikaisempia suomalaisia tutkimuksia laajempi aineisto suomalaisista fantasiaurheilupelaajista ja heidän pelaamiskäyttämistään. Verkkokyselyn 386 vastaajan aineisto sekä toteutetut teemahaastattelut tarjoavat uusia vastauksia etenkin siihen, millaisia yhteisöjä pelaajat ovat tyypillisesti luoneet fantasiaurheilun ympärille ja miten näissä yhteisöissä toimitaan. Lisäksi aineisto ja sen analyysi tuottavat yleistä tietoa suomalaisten fantasiaurheilupelaamisesta muun muassa mediakäytön, pelien suosituimmuuden ja



ajankäytön suhteen. Tutkimuksessa kartoitetaan aihetta ja tulkitaan aineistoa fenomenologis-hermeneuttisin menetelmin. Pyrkimyksenä on muodostaa kokonaisvaltainen kuva siitä, millaisia kuluttajayhteisöjä fantasiaurheilussa Suomessa on ja miten ne toimivat.

## 1.1 Tavoitteet ja tutkimustehtävä

Tutkimuksen tavoitteena on kuvailla, millaisia kuluttajayhteisöjä fantasiaurheilupeleihin osallistujat ovat muodostaneet pelien ympärille ja miten nämä yhteisöt toimivat. Tutkimuksen tavoitetta lähestytään päätutkimustehtävän ja kahden tutkimuskysymyksen avulla.

Tutkimustehtävänä on selvittää ja kuvailla, *millaisia fantasiaurheilupelien kuluttajayhteisöt ovat ja miten ne toimivat.*

Tämä tutkimustehtävä voidaan kiteyttää seuraaviksi kahdeksi tutkimuskysymykseksi:

1. *Millaista arvoa fantasiaurheilupeleihin osallistujat luovat toisilleen osana ryhmiä eli niin sanottuja kimppoja ja millaista sosiaalista kanssakäymistä niihin liittyy?*
2. *Miten fantasiaurheilupelien pelaaminen ja osana kuluttajayhteisöä toimiminen ilmenee pelejä pelaavien päivittäisessä elämässä?*

Tutkimustehtävän avulla saadaan selville, miten pelaajat kuluttavat fantasiaurheilua yhdessä sosiaalisten verkostojensa kanssa ja millaisia ryhmiä eli niin sanottuja kimppoja fantasiaurheilupelien ympärille on luotu. Ensimmäisen tutkimuskysymyksen avulla pyritään vastaamaan kysymykseen ryhmätason dynamiikasta eli siitä, miten ryhmän jäsenet toimivat vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. Toisen tutkimuskysymyksen avulla selvitetään, millaista roolia pelaaminen ja ryhmiin kuuluminen näyttelee osana fantasiaurheilupeleihin osallistujien yksilöllistä elämää. Lisäksi tutkimuksessa käsitellään fantasiaurheilua ilmiönä, esitellään aiempia tutkimustuloksia erityisesti pelaamismotiiveihin liittyen sekä selvitetään suomalaisten fantasiaurheilupelaajien polkua muun muassa pelaamisen aloittamisen ja erilaisten pelien suosituimmuuden kautta.

## 1.2 Tutkimusote, tutkimusmenetelmät ja tutkimusaineisto

Tämä tutkimus noudattelee pääosin kvalitatiivista tutkimusotetta, jonka tyypillisiin piirteisiin kuuluvat ihmisen suosiminen tiedon keruun instrumenttina, induktiivinen analyysi ja laadullisten metodien käyttö aineiston hankinnassa, jolloin tutkittavien näkökulmat ja ääni pääsevät esille (Hirsjärvi ym. 1997, 164).

Kaikki edellä mainitut toteutuvat tässä tutkimuksessa, joten tutkimusotetta voidaan luonnehtia kvalitatiiviseksi. Toisaalta, tutkimuksen empiirisenä aineistona käytetään myös määrällistä kyselyaineistoa. Määrällisiä ja laadullisia tuloksia yhdistellään tutkimustuloksissa rinnakkain. Tätä menetelmää voidaan kutsua niin sanotuksi mixed methods research -menetelmäksi. Sitä suositellaan käytettävän sellaisten tutkimusongelmien kanssa, joihin yksinään määrällinen tai laadullinen lähestymistapa ei kykene vastaamaan (Tuomi & Sarajärvi 2018, 80).

Tutkimustehtävää toteutetaan esittelemällä aiheesta tehtyä aiempaa tutkimusta sekä selvittämällä suomalaisten fantasiaurheilupelaajien mielteitä kyselyn ja puolistrukturoitujen teemahaastattelujen kautta. Tutkimuksessa käytetään kahta empiirisesti kerättyä aineistoa, fantasiaurheilupelien pelaajille suunnattua internet-pohjaista kyselylomaketta sekä kahdenkeskisiä puolistrukturoituja teemahaastatteluja.

Kyselytutkimuksen avulla hankittiin tietoa suomalaisten fantasiaurheilupelaajien tavasta harrastaa pelejä sekä pohjustettiin syvällisempää tutkimusvaihetta ryhmäpelaamiseen liittyvillä kysymyksillä. Kyselylomakkeen avulla pyrittiin tavoittamaan sellaisia henkilöitä, jotka voisivat kertoa fantasiaurheilun pelaamisestaan ja omista kuluttajayhteisöistään lisää teemahaastattelun muodossa. Kyselyaineisto tarjosi myös yleisluontoisempaa tietoa siitä, millaisia fantasiaurheilupelaajia Suomesta löytyy, mitä pelejä he pelaavat, millaista mediakäyttöä pelaamiseen liittyy ja millaisissa ryhmissä pelejä tyypillisesti pelataan.

Kyselylomakkeen vastausaineistoa ja teemahaastatteluja analysoitiin suhteessa aiempaan tutkimustietoon fenomenologis-hermeneuttisin menetelmin, jossa fenomenologian periaatteita yhdistetään kohteen tulkinnalliseen analyysiin. Käytännössä kysely ja haastattelut olivat jaettu aihealueisiin, joiden tuloksista tehtiin aiheittain tulkintoja molempia aineistoja hyödyntäen. Haastatteluista saatuja yksityiskohtaisia kokemuksellisia tietoja yhdistettiin yleistettävämpiin määrällisiin kyselytuloksiin. Näin ollen eri teemoihin kuten pelaamisen aloittamiseen, mediakäyttöön tai keskustelukulttuuriin, pystyttiin tarjoamaan sekä määrällisiä vastauksia siitä, millaisia kuluttajayhteisöjä fantasiaurheilussa yleisesti on, että syvempää tulkintaa siitä, miten ne toimivat. Tavoitteena oli muodostaa kokonaisvaltainen kuva siitä, millaisia ryhmiä fantasiaurheilupelejä pelaavat henkilöt ovat muodostaneet pelien ympärille, miten niissä toimitaan ja mitä arvoa pelaaminen ja siihen liittyvä kanssakäyminen tuo ryhmän jäsenille.

### 1.3 Työn rakenne

Tämä työ sisältää kuusi erillistä päälukua. Seuraavassa pääluvussa 2 käsitellään fantasiaurheilupelien historiaa, nykyistä markkinatilannetta sekä Suomessa että kansainvälisesti, ja aiempaa tutkimuskirjallisuutta fantasiaurheilusta. Pääluvussa 3 esitellään tutkimusmalli, joka sisältää käsitteiden määrittelyn kulttuurisesta kulutustutkimuksesta, kuluttajayhteisöistä ja yhdistävästä arvosta. Pääluvussa 4 esitellään tutkimuksessa käytetyt aineistot sekä niiden keruu ja tutkimusmenetelmät. Pääluvussa 5 raportoidaan tutkimuksen tulokset käymällä valituin

aihepiireittäin läpi sekä kysely- että haastattelututkimusten tuloksia yhtenäisenä kokonaisuutena. Viimeisessä pääluvussa 6 pohditaan, mitä tutkimustulokset kertovat fantasiaurheilupelaamisesta ja arvioidaan tutkimusta kokonaisuudessaan.

## 2 TUTKIMUSKOHTENA FANTASIAURHEILU

Yksinkertaisin tapa avata fantasiaurheilun käsitettä on käydä läpi esimerkkejä, jotka ovat vähintään nimenä useimmille urheilua vähänkään seuraaville tuttuja. Peleistä puhutaan todennäköisesti paljon useammin niiden yksittäisillä nimillä, kuin yleiskäsitteellä fantasiaurheilu. Suomessa tunnettuja fantasiaurheilupelejä ovat muun muassa Liigapörssi, HockeyGM ja Fantasy Premier League. Näissä peleissä peliin osallistujat ottavat managerin roolin luomalla joukkueen kyseisen urheilusarjan pelaajista kuten jääkiekon SM-liigasta, NHL:stä tai Englannin Valioliigasta. Joukkueeseen valitaan yksittäisiä urheilijoita, joiden ”oikean maailman” edesottamusten perusteella tienataan omalle fantasiaurheilujoukkueelle pisteitä, joilla kilpaillaan toisia saman sarjan urheilijoista kasattuja fantasiaurheilujoukkueita vastaan.

Lisäksi on heti tässä vaiheessa syytä avata, mitä pelaajaryhmät, kimpat tai kuluttajayhteisöt tässä tutkimuksessa tarkoittavat. Lähes kaikki fantasiaurheilupelit tarjoavat mahdollisuuden luoda oma kilpailu pelin sisälle oman ryhmän kesken, joihin voidaan kutsua osallistujia. Näin ollen saadaan selville ryhmään liittyneiden pelaajien ja heidän joukkueidensa välinen paremmuusjärjestys. Ryhmän jäsen voi fantasiaurheilun pelipalvelussa tyypillisesti katsella ryhmän pistetilanteita, nähdä mitä valintoja muut ovat joukkueeseensa tehneet, ja joissain peleissä myös mahdollisesti vaihdella pelaajia ryhmän jäsenten kesken, jos pelimekaniikka sen sallii.

### 2.1 Mitä on fantasiaurheilu?

Jos vastauksia otsikon kysymyksiin lähdetäisiin hakemaan perinteisellä katugalupilla suomalaisesta kaupungista, voitaisiin vastauksien olettaa olevan melko kirjavia ja erilaisia, sekä suurelta osin kaukana siitä, mitä fantasiaurheilun käsitteellä tässä työssä tarkoitetaan. Fantasia-sana tarkoittaa ison sivistyssanakirjan (Koukkunen ym. 2008, 109) mukaan mielikuvitukseen perustuvaa taideteosta, joka on johdettu kreikan kielen sanasta fantázein (= tehdä näkyväksi). Fantasia-sanaan liitetään usein mielikuvituksellisia asioita, olentoja, paikkoja ja tapahtumia, ja usein termiin liittyy myös yliluonnollisuus. Pelien voidaan nähdä olevan kuitenkin kaukana yliluonnollisuudesta ja mielikuvituksesta. Vaikka fantasiaurheilusta on olemassa melko paljon akateemista kirjallisuutta, ei mistään teoksesta tai artikkelista löytynyt tiedonhaussa perusteellista selitystä sille, mistä pelit ovat saaneet yleisen kategorianimensä fantasiaurheilu (eng. fantasy sport). Burton ym. (2013) mainitsevat tosin artikkelissaan pelien historiasta, että fantasiaurheilu käsitteenä alkoi vakiintua USA:ssa vähitellen 1980-luvulla. Lisäksi Lomax (2007) viittaa johdannossaan fani- sanan ja fantasian läheiseen yhteyteen mainitessaan urheilufanien etsineen aina keinoja pitää yllä urheilukiinnostustansa todellisten otteluiden ulkopuolellakin. Tässä tutkimuksessa ei arvioida kyseisen termin

sopivuutta eikä siitä käytetä rinnakkain erilaisia vaihtoehtoisia ilmaisuja kuten *manageripelejä*. Sen sijaan seuraavaksi keskitytään määrittelemään, mitä fantasiaurheilulla tässä työssä ja yleisesti aiheesta aiemmin tehdyissä tutkimuksissa tarkoitetaan.

Fantasiaurheilulla tarkoitetaan olemassa olevien urheilusarjojen yhteyteen rakennettuja virtuaalisia liigoja, joissa pelaaja ottaa managerin roolin (Sotamaa 2013). Tyypillisesti peliin osallistujat valitsevat yksittäisiä urheilijoita joukkueeseensa tietystä lajista tai liigasta, vertailevat heidän tilastollisia suorituksiaan ja kisaavat toistensa kanssa siitä, kenen joukkue tienaa eniten pisteitä pelaajien edesottamusten perusteella (Baerg 2009). Olennaista on ymmärtää, että pelaajan valitseman fantasiaurheilujoukkueen pisteet muodostuvat, sovittujen sääntöjen mukaisesti, varsinaisen urheilusarjan tapahtumista. Suomessa fantasiaurheilun käsitettä näkee varsin harvoin, sillä fantasiaurheilupeleistä puhutaan ja kirjoitetaan luonnollisemmin suoraan niiden nimillä kuten Liigapörssi, Fantasy Premier League tai HockeyGM. Esimerkin kautta voidaan kuitenkin selventää, että esimerkiksi Liigapörssi -fantasiaurheilupeliin osallistuva henkilö voi valita joukkueeseensa viisi kenttäpelaajaa ja yhden maalivahdin Suomen jääkiekkoliigasta, ja tämä joukkue tienaa pisteitä sen perusteella, miten hyvin tai huonosti nämä valitut pelaajat jäällä oikeissa otteluissa esiintyvät. Fantasiaurheilua voidaan pelata periaatteessa minkälaisesta urheilusarjasta tahansa, joissa urheilijoiden suorituksia tilastoidaan, ja niistä voidaan näin ollen jakaa pisteitä pelaajan tekemien valintojen perusteella. Samalla logiikalla on muodostettu fantasiapelejä myös urheilun ulkopuolisista teemoista, esimerkiksi Hollywood Stock Exchange, jossa ostetaan osuuksia tulevista elokuvista ja niiden tekijöistä, ja pisteitä tienataan aktuaalisien lipunmyyntitilastojen perusteella (Sotamaa 2013).

E-urheilun eli videopelien kilpailullisen pelaamisen ero fantasiaurheiluun on mahdollisten väärinkäsitysten takia myös syytä selventää. E-urheilussa pelaaja toimii itse aktiivisena suorittajana, eikä hänen menestyksensä pelissä perustu muiden, aktuaalisen reaali maailman urheilijoiden suorituksiin. Esimerkiksi jalkapalloaiheisessa e-urheilupelissä pelaaja ohjaa suoraan digitaalisia pelaajahahmoja, jotka eivät ole todellisia, vaan pelkästään pelin sisäisiä keinoitekoisia hahmoja. Pelaaja päättää ohjainkäskyillään, mihin pelaajahahmot liikkuvat ja mitä toimintoja he pallon saadessaan suorittavat. Jalkapalloaiheisessa fantasiaurheilupelissä pelaaja taas valitsee joukkueeseensa kenttäpelaajat aktuaalisista reaali maailman urheilijoista ja tienaa joukkueelleen virtuaalisia pisteitä valitsemiensa urheilijoiden suoritusten perusteella sen mukaan, millaiset säännöt pelaajien erilaisille suorituksille kuten maaleille ja syötöille on asetettu. E-urheilusta on povattu uudenlaista vauhdittajaa myös fantasiaurheilupelien markkinoille, sillä sen seuraajamäärät ovat valtavassa kasvussa, ja erilaisista esports-lajeista ja -liigoista saisi todennäköisesti luotua fantasiaurheilupelejäkin kiinnostuksen kasvaessa (TechNavio 2018).

Fantasiaurheilun pelaaminen tapahtuu konkreettisesti pelipalvelussa www-sivulla tai älypuhelinsovelluksen avulla, mutta olennaista fantasiapelaamisessa ja tämän tutkimuksen teemoissa on myös pelipalvelun ulkopuoliset mediat ja keskustelut, joissa fantasiaurheilu esiintyy aiheena. Pelipalvelussa käyttäjä

voi tarkastella saavuttamiensa pisteitä, tehdä omat valintansa seuraaville ottelukierroksille ja seurata, miten muilla joukkueilla menee omassa ryhmässä tai kokonaiskilpailussa. Pelien tyyppejä ja logiikkaa esitellään tarkemmin luvussa 2.2.1.

## 2.2 Fantasiaurheilu maailmalla

Fantasiaurheilun alkutaivalta käsittelevät lähteet (mm. Lomax 2007; Baerg 2009) sijoittavat pelien juuret 1960-luvun amerikkalaiseen jalkapalloon sekä 1980-luvun baseballiin. Fantasiaurheilun alkuperäinen konsepti, jossa simuloitiin baseball-pelien tuloksia yksinkertaisilla pöydälle aseteltavilla puupalikoilla, on ollut käytössä tiedettävästi tosin jopa 1860-luvulta asti (Cooper 1995). Ensimmäiset nykyisiin peleihin verrattavissa olevat fantasiaurheilupeleiksi myöhemmin luokitellut aktiviteetit olivat amerikkalaisten urheilujournalistien keskenään perustamia ja ylläpitämiä. Pelit alkoivat vähitellen herättää laajaa kiinnostusta ja osallistumishalukkuutta urheilupiireissä journalistien ulkopuolellakin, pääosin puskaradion kautta. Baseballin saralla fantasiaurheilun isänä on pidetty urheilujournalisti Dan Okrentia, joka yhdessä muiden journalistien kanssa kehitti säännöt ja ylläpiti pelejä newyorkilaisessa ravintolassa. Urheilujournalistien pyörittämästä puuhastelusta varsinaiseksi massailmiöksi pelit nousivat vuosikymmeniä myöhemmin. Kasvun vauhdittajina toimivat ensin tietokoneiden kehittyminen ja myöhemmin internetin tarjoamat teknologiset helpotukset peleihin osallistumiseen ja niiden ylläpitoon 1990-luvun lopulla ja vuosituhannen vaihteessa. (Baerg 2009.)

Nykyiset amerikkalaiset fantasiaurheilumarkkinat ovat maailman suurimmat, ja FSGA:n (Fantasy Sports & Gaming Association) tekemän tutkimuksen mukaan pelejä pelasi USA:ssa ja Kanadassa vuonna 2017 yhteensä 59,3 miljoonaa ihmistä, siis noin 20 prosenttia maiden koko väestön yli 12-vuotiaista (FSGA 2019). Fantasiaurheilun globaaleista pelaajamääristä on hyvin hankala esittää valistunutta arviota. Useat yksityiset markkinatutkimusyhtiöt myyvät tuhansia dollareita maksavia tutkimusraportteja, joissa aihetta on tutkittu ja arvioitu hyvinkin tarkalla tasolla, mutta julkisia selvityksiä ei ole maksutta saatavilla. Esimerkiksi Orbis Research -yhtiön arvion (2019) mukaan globaalien fantasiaurheilupelien markkinan koko vuonna 2018 on noin 14 miljardia USA:n dollaria, ja sen arvioidaan kasvavan 33 miljardiin USA:n dollariin vuoteen 2025 tultaessa. Näiden tietojen pohjalta on hyvin vaikea arvioida, minkälaisia pelaajamääriä eri maanosissa on ja millaista kulttuuria fantasiaurheilupelien ympärillä eri markkinoilla on. Tässä tutkimuksessa keskitytään lähinnä suomalaisten harrastamaan fantasiaurheilupelaamiseen.

### 2.2.1 Pelimuodot

Lomax (2007) selvitti artikkelissaan *Fantasy Sports: History, Game Types, and Research*, miten fantasiaurheilupelit kautta aikojen voidaan jakaa viiteen eri

katgoriaan. Varhaisimmat 1960-luvulla pelattavat pelit olivat pöydällä pelattavia amerikkalaisia APBA tai Strat-o-matic -pelejä, joissa valittiin aloituskokoonpano pahvisista pelaajakorteista ja aseteltiin ne pöydälle. Pelaajakorteille oli aseteltu erilaisia ominaisuuksia mukaillen oikeiden pelaajien tilastoja, ja erilaisia pelitilanteiden tuloksia simuloitiin noppaa heittämällä. Toisena kategoriana tulivat myöhemmin vuosisadan loppua kohti mentäessä hyvin samanlaisella pelimekaniikalla toimineet simulointipelit, joissa samat elementit oli viety digitaaliseen ympäristöön tietokonepeliksi. (Lomax 2007.) Nämä kaksi ensimmäistä kategoriata ovat hyvin kaukana siitä, mitä fantasiaurheilupelaamisella nykyään tarkoitetaan. Ne eivät perustuneet suoranaisesti oikean urheilumaailman tapahtumiin, sillä pelien tulokset muodostettiin simulaatioarvonnoilla. Tästä syystä voidaankin jopa kyseenalaistaa, kuuluisiko näitä aikaisia pelejä kutsua lainkaan fantasiaurheilupeleiksi. Tosin jos sanatarkasti tulkitaan esimerkiksi Sotamaan (2013) määritelmää fantasiaurheilusta *olemassa olevien urheilusarjojen yhteyteen rakennettuina virtuaalisina liigoina, joissa pelaaja ottaa managerin roolin*, voidaan näiden varhaisten pelienkin katsoa täyttävän tämän määritelmän. Merkittävin ero tulee siitä, että edellä mainittujen pelien tulokset eivät perustuneet oikean urheilusarjan samanaikaisiin tapahtumiin, vaan esimerkiksi nopanheittoon.

Vaikka Lomaxin (2007) pelityyppien luokittelusta on ehtinyt vierähtää jo 13 vuotta, ovat seuraavaksi esiteltävät kolmas, neljäs ja viides kategoria hyvin voimissaan vielä tänäkin päivänä, ja niiden luokittelut kuvaavat hyvin fantasiaurheilupelien keskinäisiä eroja. Kolmas kategoria on internet-pohjaiset liigat, joissa pelaajien määrä ei ole rajoitettu (Lomax 2007). Näissä peleissä tulokset muodostuvat sen mukaan, miten oikean urheilusarjan pelaajat suoriutuvat otteiluissaan. Pelissä voidaan kerätä osallistumismaksu, tai ne voivat olla ilmaisia. Usein voittajalle on tarjolla tavara- tai rahapalkintoja. Käytännössä pelaaminen tapahtuu niin, että osallistuja valitsee internet-pohjaisessa pelipalvelussa joukkueeseensa kentällisen pelaajia ja mahdollisesti myös vaihtomiehiä, joiden perusteella hänen joukkueensa tienaa pisteitä. Valittaville pelaajille on useimmissa peleissä määritetty hinnat, jolla heidät voidaan ostaa omaan joukkueeseen ja pelin osallistujilla on käytössä pelaajabudjetti, joka asettaa rajoitteita pelaajavalinnoille. Pyrkimys on löytää eniten pisteitä takovat pelaajat budjettiraamin sisällä pysyen. Suomessa suosituimmat fantasiaurheilupelit Liigapörssi, HockeyGM tai Fantasy Premier League kuuluvat lähes kaikki tähän kategoriaan. Vaikka kaikki osallistujat ovat joukkueillaan automaattisesti mukana kokonaiskilpailussa, on peleissä mahdollisuus myös muodostaa pelaajaryhmiä, joiden sisällä voidaan selvittää kyseisen ryhmän keskinäiset tulokset.

Neljättä kategoriaa voidaan nimittää niin sanotuiksi draft-liigoiksi (alkuperäisessä artikkelissa pool leagues tai rotisserie leagues (Lomax 2017)), joissa kilpaillaan pelkästään oman ryhmän sisällä. Ryhmän osallistujat valitsevat vuorotellen kauden alussa pelaajia omaan joukkueeseensa, eikä sama pelaaja voi samanaikaisesti kuulua kuin yhteen ryhmän osallistujan joukkueeseen. Draft-liigoissa pelaajia voidaan tyypillisesti laittaa siirtolistalle, joista muut joukkueet voivat sitten poimia heitä käyttöönsä. Muita draft-liigojen erottavia tekijöitä edellisestä kategoriasta ovat muun muassa erilaiset sarjajärjestelmät.

Amerikkalaissarjojen draft-liigoissa ryhmän osallistujien joukkueista on muodostettu yhdelle pelikierrokselle otteluparit, jonka voittaja kerää pisteitä ryhmän sisäiseen sarjataulukkuun. Tämä tekee pelaamisen luonteesta melko erilaista, sillä vastus vaihtuu viikoittain, ja joukkueen kokonaispisteillä ei ole merkitystä. Viides fantasiaurheilupelien kategoria, jatkuvat liigat, ovat eräänlainen lisäominaisuus draft-liigoille. Kun edellä mainittujen kolmannen ja neljännen kategorian peleissä joukkueet kasataan uuden kauden alkaessa nolliasta, pysyvät joukkueet jatkuvissa liigoissa ennallaan kausien välilläkin. Ominaisuus tekee pelaamisesta pitkäjänteisempää ja liigoihin muodostuu Lomaxin (2007) mukaan aktiivista viestintää, perinteitä ja sosiaalista yhteenkuuluvuuden tunnetta.

Nykytilannetta kartoittaessa on syytä lisätä joukkoon kuudes kategoria, niin sanotut daily fantasy -pelit. Nimensä mukaisesti peleissä voidaan kasata uusi joukkue jokaiselle ottelupäivälle tai -kierrokselle. Daily fantasyt ovat usein rahapeliyhtiöiden järjestämiä pelejä, joissa pelaaja maksaa osallistumismaksun lisäksi raken eli talolle jäävän osuuden rahallisesta palkintopotista. Palkintopotti jaetaan parhaiten menestyneiden pelitileille ennalta määritettyjen prosenttiosuuksien mukaan. Jos pelin osallistuu esimerkiksi 1000 pelaajaa jotka kaikki maksavat 10 dollaria pottiin ja 1 dollarin talon osuuden, muodostuu palkintopotiksi 10 000 dollaria. Eniten pisteitä joukkueellaan kerännyt nappaa yleensä potista noin kolmanneksen, eli tässä tapauksessa reilut 3000 dollaria. Daily fantasy -pelit eroavat muista fantasiaurheilupeleistä siinä mielessä, että niiden järjestämiseen tarvitsee useassa Euroopan maassa rahapelilisenssin. Rahapelaamisen ja fantasiaurheilun suhdetta käsitellään tarkemmin seuraavassa luvussa.

### 2.2.2 Fantasiaurheilu ja rahapelaaminen

Kielloilla rahapelaamiseen ja vedonlyöntiin internetissä on ollut merkittävä vaikutus pelien suosioon USA:ssa. Vuonna 2006 USA:n kongressissa läpimennyt niin sanottu UIGEA (Unlawful Internet Gambling Enforcement Act) -laki kielsi taloudellisia instituutioita kuten pankkeja välittämästä rahaa internetissä oleville rahapelisivustoille (Burke ym. 2016). Sitä aiemminkin online-rahapelaaminen oli ollut kiellettyä, mutta vasta tämä uusi mekanismi lain toteuttamiseen sai ajatuksen pelaamisen kieltämisestä toteutumaan paremmin. Laissa määriteltiin tarkemmin mikä luokitellaan rahapanokseksi tai vedoksi, ja erityisesti fantasiaurheilun näkökulmasta tärkeää oli toteutus, että pelit ovat laillisia, jos seuraavaksi mainitut ehdot toteutuvat. Ensimmäiseksi, palkintojen tulee olla päätetty ennen peliä eivätkä kerätyt osallistumismaksut saa vaikuttaa niihin. Toiseksi, pelissä tulee olla käytössä pelaajien taitoa ja tietämystä arvioiva metodi, joka perustuu tilastolliseen pisteidenlaskusysteemiin useampien urheilutapahtumien seurauksena. Kolmanneksi, mikään pelin voitto ei saa perustua yksittäisen joukkueen tai urheilijan tekemiin pisteisiin. (Burke ym. 2016) Amerikkalaiset fantasiaurheilupelien palveluntarjoajat ovat rakentaneet pelinsä pääosin niin, että ne täyttävät nämä ehdot.

Omien pelivalintojen jännittäminen osana urheilutapahtumien seuraamista on yksi suurimmista motiiveista sekä fantasiaurheilupeleissä että vedonlyönnissä. USA:ssa kulttuuri tähän ”lisämausteen” luomiseen on asemoitunut



vahvasti nimenomaan fantasiaurheilupelien ympärille internetin vedonlyöntikielloista johtuen. Peleistä on tarjolla sekä ilmaisia versioita että virallisestikin maksullisia liigoja. Akateemisessa kirjallisuudessa on ollut pitkään keskustelua siitä, tulisiko maksullinen fantasiaurheilu ymmärtää rahapelaamisena siinä missä vedonlyöntikin. (Tacon & Vainker 2017.) Bernhard ja Eade löysivät tutkimuksessaan (2005) paljon yhteneväisyyksiä rahapelaamisen ja fantasiaurheilun pelaamiskulttuurin väliltä, erityisesti pelaamisen haittavaikutuksien kuten addiktion muodostumisen osalta. Samaan tulokseen ongelmapelaamisesta ovat päätyneet muun muassa Martin & Nelson (2014) ja Martin ym. (2016) myöhemmin. Nimenomaan ongelmapelaamisen ehkäisy on ollut syynä rahapelaamisen laillisessa sääntelyssä. Näin ollen, jos fantasiaurheilupelit aiheuttavat samanlaisia ongelmia, tulisi niidenkin sääntelyä perusteellisesti harkita. Toisaalta esimerkiksi Weiss ym. (2011) esittivät, kuinka taidon suhde sattumaan on fantasiaurheilupeleissä menestymisessä niin merkittävä, ettei niitä tulisi nähdä vedonlyöntiin rinnastettavina rahapeleinä.

Myös Suomessa fantasiaurheilupelien laillisuus suhteessa arpajaislakiin on herättänyt keskustelua. Sisäministeriö teki aiheesta tutkintapyyntöä poliisille vuonna 2010 (Ilta-Sanomat 2010), jossa pyydettiin selvittämään ovatko Tallipäällickö-, IS Liigapörssi-, Futispörssi- tai StarGM-pelien toimeenpanijat syyllistyneet arpajaisrikokseen. Lain mukaan toimintaa voidaan pitää arpajaislain vastaisena toimintana, jos voiton saaminen perustuu osittain tai kokonaan sattumaan ja mahdollinen voitto on rahanarvoinen. Valtakunnansyyttäjävirasto totesi ratkaisussaan (Valtakunnansyyttäjänvirasto 2010), että sattuman merkitys rahanarvoisen palkinnon saamiselle on kyseessä olevissa peleissä selvästi vähäinen suhteessa osallistujan tietämyksen, taidon ja muun vastaavan paremmuuden merkitykseen. Näin ollen tutkinnan kohteena olevat pelit eivät lukeutuneet arpajaislain soveltamisalaan, ja fantasiaurheilupelejä on sittemminkin voinut pelata maksua vastaan ja palkintoja voittajille tarjoten. Fantasiaurheilupelit on siis tulkittu taitoa ja tietämystä vaativiksi suorituksiksi, eikä suurelta osin sattumaan perustuviksi arpajaisiksi, toisin kuin esimerkiksi vedonlyöntipelit on Suomessa tulkittu. Tämä tutkimus tuo osaltaan mielenkiintoista näkökulmaa tähän tulkintaan, sillä tutkimuksessa selvitettiin empiirisen aineiston valossa myös sitä, millaisia rahallisia tai muita panoksia ja palkintoja fantasiaurheilupelien kuluttajayhteisöt eli niin sanotut kimpat ovat järjestäneet oman ryhmänsä sisällä.

### 2.3 Fantasiaurheilu Suomessa

Suomalaisten fantasiaurheilupelien synty sijoittuu ajalle, jolloin jääkiekkobuumi voimistui erityisesti vuoden 1995 maailmanmestaruuden jälkeen. Tuolloin SM-liiga, Ilta-Sanomat, MTV3, R-kioski ja Tele päättivät yhteistyössä ottaa mallia Ruotsista ja synnyttää ensimmäisen fantasiaurheilupelin Liigapörssin, joka on edelleen peleistä suosituin suomalainen fantasiaurheilupeli. Peliin pystyi aluksi osallistumaan täyttämällä oman joukkueen R-kioskilta haettuun paperilomakkeeseen, mutta jo vuonna 1998 Liigapörssi siirtyi osittain verkkoon, ja lopulta

syksyllä 2000 peli siirtyi kokonaan internetiin. Teknologia ei ollut vielä täysin valmista vastaamaan kysyntään, ja nettikäyttöliittymän alkuvuosina Liigapörssi kärsi useista teknisistä ongelmista ylikuormituksen vuoksi. Ilta-Sanomilla on ollut kaiken kaikkiaan varsin suuri rooli fantasiaurheilupelien kehittäjänä Suomessa. Vuonna 2007 perustettu Sanoma Games on vastannut Liigapörssin ohella monien muidenkin sarjojen fantasiaurheilupelien kokeilusta ja kehittämisistä, enemmän tai vähemmän menestyksekkäästi. Jo kuopattuja kokeiluja edustavat formuloiden, ravien, salibandyn ja jalkapallon Veikkausliigan fantasiaurheilupelit. Nykyisellään Sanoma Games ylläpitää Liigapörssin rinnalla NHL:n Hockey GM:a, Valioliigapörssiä sekä arvokisojen Leijonapörssiä ja Futispörssiä. (Liigapörssi.fi 2019.)

Taulukko 1. Fantasiaurheilupelejä suomalaisista urheilusarjoista  
(Pelipalveluiden internet-sivut, hakukonetulokset, urheilusarjojen internet-sivut)

Urheilusarja / laji	Pelin nimi	Pelin järjestäjä
Veikkausliiga (jalkapallo)	Futismanageri StarGM Futispörssi LP Futis Fantasy Veikkausliiga	Orchimedia Group (2000) Beneway (2004-2008) Sanoma Games (2011-2012) FanXT (Malesia) (2013)
Korisliiga (koripallo)	BasketVoice	Media Benz (Liettua) (2009)
Superpesis (pesäpallo)	Superpesispörssi	Pesiksen Maailma (2012 →)
Salibandyliiga (salibandy)	IS Salibandypörssi	Ilta-Sanomat (2005 - ei tied.)
SM-liiga (jäähkiekko)	Liigapörssi StarGM 365 (joukkuekohtainen peli)	Sanoma Games (1995 → ) Beneway (ei tied.)
Mestis (jäähkiekko)	StarGM Mestis	Beneway (ei tied.)
Ravit	IS Kultatalli	Ilta-Sanomat (2004-2007)

Taulukko 2. Suomalaisia fantasiaurheilupelejä kansainvälisistä sarjoista  
(Pelipalveluiden internet-sivut, hakukonetulokset)

Urheilusarja / laji	Pelin nimi	Pelin järjestäjä
NHL (jäähkiekko)	StarGM NHL Hockey GM	Beneway Sanoma Games
Jäähkiekon MM-kilpailut	Leijona GM Leijonapörssi	Sanoma Games Sanoma Games
Jalkapallon arvokilpailut	Futispörssi	Sanoma Games
F1 (autourheilu)	Tallipäällikkö StarGM Formula F1-pörssi	MTV3 (2007) Beneway Sanoma Games
Rallin MM-sarja	StarGM Ralli	Beneway
Mäkihypyn maailmancup	StarGM Mäkihyppy	Beneway

Taulukossa 1 on esitetty suomalaisista urheilusarjoista järjestettyjä fantasiaurheilupelejä, niiden järjestäjiä sekä toimimisvuosia. Taulukossa 2 on vastaavasti esitetty suomalaisten toimijoiden suomalaisille markkinoimat ulkomaisista sarjoista järjestetyt pelit, ja taulukossa 3 on Sanoma Gamesin suosituimpien fantasiaurheilupelien joukkuemäärät kaudelta 2018-2019. Esitetyt tiedot perustuvat pääosin hakukonetuloksiin keskittyneeseen tiedonhakuun, pelien sivuilta

löytyneisiin julkisiin tietoihin sekä Jyväskylän yliopiston tutkijan Antti Laineen tekemään esiselvitykseen. On mahdollista ja jopa todennäköistä, että tiedot sisältävät joitain puutteita. Listauksesta voidaan kuitenkin todeta, että Ilta-Sanomien ja Sanoma Gamesin järjestämien pelien ohella merkittävä toimija suomalaisilla fantasiaurheilupelien markkinoilla oli 2000-luvulla kuopiolainen ohjelmistoalan yritys Beneway, joka aikoinaan pyöritti myös Liigapörssiä hetken aikaa, ennen sen siirtymistä Sanoma Gamesille. Muut pelien järjestäjät ovat olleet joko ulkomaisia Suomen markkinoilla siipiänsä kokeilleita yrittäjiä, tai yksittäisten paikallisten lajientusiastien omia projekteja.

Taulukko 3. Liigapörssin ja HockeyGM -pelien joukkuemäärät 2018-2019 (Liigapörssi.fi, Hockeygm.fi)

Liigapörssi		HockeyGM	
Jakso	Joukkueita	Jakso	Joukkueita
14.9. - 6.10.	29 108	3.10. - 28.10.	18 995
10.10. - 3.11.	20 972	1.11. - 9.12.	15 312
13.11. - 21.12.	19 040	13.12. - 23.1.	13 603
26.12. - 2.2.	16 951	28.1. - 23.1.	12 682
6.2. - 14.3.	16 633	7.3. - 6.4.	11 954
Play Off -jakso	16 414	Play Off -jakso	12 683

Suomalaisille peleille on ollut tyypillistä, että pelit ovat olleet luokaltaan niin sanottuja vapaan valinnan pelejä, joissa yksittäiselle urheilijalle on määriteltä hinta ja joukkueen käytössä on ollut tietty budjetti, jonka perusteella pelaajavalinnat on päästy tekemään. Toisin sanoen niin sanotut draft -malliset pelit ovat loistaneet poissaolollaan. Suurin osa peleistä on sisältänyt ilmaispelivaihtoehtoa, mutta palkinnoista taistellakseen pelaajan on tullut ostaa lisävaihtoja tai muita ominaisuuksia, joilla palkinnoista on voinut kilpailla. Pelien kokonaiskesto on yleensä ollut koko kauden mittainen, mutta peli on jaettu useampiin pelijaksoihin, joiden keston pelin järjestäjä on määrittänyt. Esimerkiksi Liigapörssissä kaudella 2018-2019 on ollut käytössä kuusi erillistä pelijaksoa. Urheiluorganisaatiot tai mediatilat eivät ole nähneet järkeväksi investoida peleihin puhtaasti lajin tai sarjan markkinointitarkoituksessa, toisin kuin maailman kaikista suurimmat liigat, kuten Englannin Valioliiga, ovat tehneet.

Suomalaiset fantasiaurheilupelaajat ovat toki ottaneet omakseen myös ulkomaisten pelintarjoajien pelejä etenkin Suomessa suosituista jalkapallon ja jääkiekon huippusarjoista, kuten NHL:sta ja Englannin Valioliigasta. Viimeksi mainitun sarjan virallisessa Fantasy Premier League -pelissä on maailmanlaajuisesti mukana yli kuusi miljoonaa joukkuetta, ja tällä kaudella näistä on ollut suomalaisia joukkueita 26 688 kappaletta (Fantasy Premier League 2019). Yksi rekisteröitynyt käyttäjä voi luoda peliin teoriassa vain yhden joukkueen, ja peli on järjestäjän puolesta kokonaan maksuton. Fantasy Premier League on kiinteä osa Englannin Valioliigan virallista sivustoa ja sosiaalisten median kanavien viestintää. Voidaan nähdä, että peliä tarjotaan kuluttajille ilmaispalveluna siis

pääasiassa sarjan markkinointitarkoituksia varten ja seuraajien osallistamiseksi ympäri maailmaa. Tällaista ilmaiseksi tarjottavan lisäpalvelun markkinoinnista näkökulmaa ei ole toistaiseksi onnistuneesti sovellettu suomalaisten sarjojen osalta.

Suomalaisten urheilusarjojen kontekstissa vain Liigapörssi on onnistunut vakiinnuttamaan asemansa, ja sen pelaajamäärät ovat pysyneet kymmenissä tuhansissa. Suomalaisen huippu-urheilun markkina on kansainvälisessä vertailussa huomattavan pieni, eikä fantasiaurheilupelien operatiivinen puoli ole edelleenkaan ilmaista, vaikka ohjelmointitekniikka onkin arkipäiväistynyt ja yleistynyt huomattavasti yhteiskunnallisella tasolla 2010-luvulla. Suomalaiset huippu-urheiluorganisaatiot kuten esimerkiksi Veikkausliiga eivät ole ilmeisesti nähneet maksuttomien fantasiaurheilupelien tarjoamista taloudellisesti järkevänä markkinointivaihtoehtona sarjan kiinnostuksen ja mielenkiinnon kasvattamiseksi. Kansainvälisissä tutkimuksissa on empiirisesti todettu, että fantasiaurheilupelaaminen on lisännyt kiinnostusta ja parantanut lajin brändimielikuvia muun muassa Nascar-autourheilusarjassa (Goldsmith & Walker 2015).

## 2.4 Aikaisempia tutkimuksia fantasiaurheilusta

Fantasiaurheilun merkittävyys pelinä ja osana urheilukulttuuria eri maiden ja maanosien välillä näkyy myös aiheesta tehdyissä tutkimuksissa. Fantasiaurheilusta on julkaistu ainakin kolme kansainvälistä kirjallisuuskatsauksen muotoista artikkelia, joissa on esitelty aiheen tutkimuksen tilaa ja tuloksia. Ensimmäisessä Baerg (2009) koosti viestintätieteellisestä näkökulmasta fantasiaurheilun historiaa, alan tilannetta ja aiheesta tehtyjä osallistujia käsitteleviä tutkimuksia, rohkaisten tutkijoita aiheen niittämättömään potentiaaliin tutkimusaiheena.

Viimeisin ja laajin akateeminen kirjallisuuskatsaus fantasiaurheilun tutkimuksesta on vuodelta 2017, jolloin Tacon ja Vainker (2017) tekivät laajan sisältö-analyysin aihetta käsittelevistä tutkimuksista, niissä käytetyistä menetelmistä ja todetuista tuloksista. *European Sport Management Quarterly* -lehdessä julkaistu artikkeli on ollut merkittävä lähde myös tämän gradu-tutkimuksenaiheen ja menetelmien valinnassa. Taconin ja Vainkerin (2017) tavoitteena oli tutkia systemaattisella katsauksella, miten ja millaisin menetelmin tutkijat ovat analysoineet fantasiaurheilupeleihin osallistumista. He päätyivät ottamaan katsaukseensa mukaan 71 englanninkielistä fantasiaurheilusta tehtyä tutkimusta ja jaottelivat ne seitsemään eri kategoriaan sen perusteella, mikä tutkimuksissa oli pääasiallisena tutkimusaiheena:

Suluissa on esitetty Taconin & Vainkerin (2017) kirjallisuuskatsauksessa käsiteltyjen tutkimusten määrä aiheittain.

1. *Fantasiaurheiluun osallistumisen ja huippu-urheilun kuluttamisen suhde* (20)
2. *Muut fantasiaurheilun kuluttajakäyttäytymisen tutkimukset* (14)
3. *Motiivit fantasiaurheilun pelaamiseen* (13)

4. *Yksilöiden kokemuksia fantasiaurheiluun osallistumisesta (6)*
5. *Fantasiaurheilu ja rahapelaaminen (6)*
6. *Fantasiaurheilun määrittely ilmiönä (4)*
7. *Muut yksilöidyt fantasiaurheilun tutkimusaiheet (6)*

Tacon & Vainker (2017)

Seuraavaksi esitetään pääjohtopäätökset näistä tutkimuksista. Tutkijat ovat tarttuneet fantasiaurheilututkimuksissa aiemmin erityisesti yksittäisiin pelaajiin - heidän pelikäyttäytymiseen, pelaamismotiiveihin sekä huippu-urheilun muuhun kuluttamiseen. Mitä tutkimuksissa on sitten saatu selvitettyä?

Fantasiaurheilun ja penkkiurheilun kuluttamisen suhde on ainakin amerikkalaisten urheilusarjojen kontekstissa todettu positiiviseksi - tarkemmin ottaen etenkin niin, että fantasiaurheiluun osallistuminen voi muuttaa perinteistä penkkiurheilutyylä yksittäisten suosikkijoukkueiden tai -urheilijoiden seuraamisesta enemmän koko liigaan tai urheilusarjaan suuntautuvaan kiinnostukseen (mm. Drayer ym. 2010; Dwyer & Drayer 2010; Dwyer & Lecrom 2013; Karg & McDonald 2011). Tutkimuksissa on myös todettu, että fantasiaurheiluun osallistuminen ei ainakaan vähennä, ja voi monessa tapauksessa lisätä penkkiurheilua sekä kotikatsomoissa että paikan päällä (mm. Nesbit & King 2010a; Nesbit & King 2010b; Nesbit & King-Adzima 2012; Lee ym. 2013; Tacon & Vainker 2017), mikä vaikuttaa loogiselta tulokselta. Fantasiaurheilun pelaamisella on havaittu olevan myös vaikutuksia suosikkijoukkueen merkityksen suoranaiseen vähenemiseen joissain tapauksissa (Tacon & Vainker 2017). Urheilusarjojen ja seurojen ei kuitenkaan kannata olla kovin huolissaan siitä, että fantasiaurheilun pelaaminen ja siihen ajan ja rahan käyttäminen olisi pois samoista asioista heidän puoleltaan - fantasiaurheilun pelaaminen on todettu täydentäväksi aktiiviteetiksi urheilun seuraamisessa, joka ei ole pois muusta olemassa olevasta urheilun seuraamisesta (Drayer ym. 2013).

Pelaamisen motiiveja tutkittaessa lähdettiin liikkeelle hyvin samantyyllisiä motiiveja tarkastelemalla, kuin mitä urheilun seuraamiseen ja urheilutapahtumiin katsojana osallistumiseen on käytetty ja kehitetty (Tacon & Vainker 2017). Aikaisimmassa fantasiaurheilun motiivitutkimuksessa (Farquhar & Meeds 2007) todettiin viisi päämotiivia: viihde, pako arjesta, sosiaalinen kanssakäyminen, valvonta ja kiihottuminen. Lee kumppaneineen (Lee ym. 2013) kehitti katuttavassa tutkimuksessaan fantasiaurheilun motivaatio-inventaarion (eng. Fantasy Sport Motivation Inventory (FanSMI)), johon hyväksyttiin lopulta mukaan 12 erilaista motiivia:

1. *lisäjännitys pelien seuraamiseen (.69)*
2. *managerina toimiminen (.42)*
3. *rakkaus urheilulajia kohtaan (.68)*
4. *palkinnot (.13)*
5. *kilpailu (.67)*
6. *viihdearvo (.46)*
7. *yhdistäminen kavereihin tai perheeseen (.47)*

8. sosiaalinen kanssakäyminen muiden pelaajien kanssa (.67)
9. urheilutiedon hyödyntäminen (.65)
10. hedoninen kokemus (.69)
11. pako arjesta (.47)
12. vaihtoehto häviävälle suosikkijoukkueelle (.67)

(Lee ym. 2013)

Suluissa edellä on motiivin tutkimuksessa mitattu latausarvo kokonaismotivaatiosta fantasiaurheilupeleihin. Yksinkertaistettuna latausarvot kertovat, kuinka paljon fantasiaurheilun kokonaismotivaatiolla pystytään selittämään kutakin motiivityyppiä erikseen. Jos yksittäisen pelaajan kokonaismotiivi on korkealla tasolla, on todennäköisempää, että hänellä korostuivat korkeita latausarvoja saaneet motiivit, kuin pienempiä latausarvoja saaneet motiivit.

Lee ym. (2013) totesivat, että fantasiaurheilun motivaatio on huomattavasti monimutkaisempi kuin urheilukatsojan motivaatio. Fantasiaurheilupelaamisen motivaatio on lähempänä urheilun internet-kuluttamisen motivaatiota sekä urheiluun liittyvien videopelien pelaamismotivaatiota, kuin keskimääräisen urheilukatsojan motivaatiota. Tutkimuksessa selvisi useita erilaisia seikkoja fantasiaurheilupelaajien motivaatioista, jotka käydään seuraavaksi tarkemmin läpi. (Lee ym. 2013.)

Lisäjännitys pelien seuraamiseen näkyy etenkin korostuneena kiinnostuksena seurata myös muita kuin oman kaupungin tai suosikkijoukkueen pelejä. Rakkaus urheilulajia kohtaan saattaa kuulostaa alkuun hieman erikoiselta muotoilulta fantasiaurheilupelaamisen motivaatioksi. Tällä tarkoitetaan etenkin sitä, että fantasiaurheilupelaajat ovat enemmän kiinnostuneita seuraamaan urheilusarjaa tai -lajia kokonaisuutena, eikä pelkästään yhtä joukkuetta tai pelaajaa. Urheilusarjojen kokonaiskiinnostuksen ja markkinoinnin kannalta tämä on arvokasta, sillä näin seuraajat voidaan saada kiinnostumaan, katsomaan ja kuluttamaan useampien joukkueiden pelejä. Vaikka palkinto -motivaation latausarvo jäi pieneksi, todettiin palkinnot ja yleinen viihdearvo tutkimuksen aikana (Lee ym. 2013) avainmotivaatioiksi fantasiaurheiluun osallistumisessa. Fantasiaurheilun alhaiset kustannukset ja korkea viihdearvo toimivat kiinnostavana kombinaationa useille pelaajille. Lee ym. (2013) erottivat tutkimuksen kvalitatiivisen vaiheen perusteella kaksi sosiaalista motiivia toisistaan: perheen ja kavereiden kanssa tapahtuvan yhdistämisarvon sekä sosiaalinen kanssakäymisen muiden fantasiaurheilupelaajien kanssa. Ensimmäisessä fantasiaurheilupelaaminen toimi ”täytteenä” perhe- ja ystävyysuhteiden ylläpitämiselle ja toisessa se liittyi oman paikan löytämiseen ja statuksen saavuttamiseen etenkin internetfoorumeilla ja sosiaalisessa mediassa valvetuneiden fantasiaurheilupelaajien yhteisöissä. (Lee ym. 2013)

Lee ym. (2013) luomaa fantasiaurheilupelaamisen motivaatioiden tutkimusmallia voidaan hyödyntää esimerkiksi yhdistämällä pelaajien motivaatiotuloksia heidän käyttäytymiseensä. Osallistujat, jotka olivat korostetusti motivoituneita toimimaan managerina, käyttämään urheilutietoaan hyväksi, tai löysivät peleistä vaihtoehdon häviävän joukkueen seuraamiseen, olivat

todennäköisempiä käyttämään enemmän aikaa sitoutuneemmin fantasiaurheilupelien parissa. Osallistujat, jotka motivoituivat korostuneesti pelien palkinnoista, olivat myös valmiita käyttämään enemmän rahaa fantasiaurheilupeleihin liittyen. Toisaalta pelien viihdearvosta motivoituneet olivat valmiita käyttämään vähemmän rahaa peleihin liittyen, joka vahvistaa teoriaa fantasiaurheilun monille osallistujille kiinnostavasta alhainen kustannus – korkea viihdearvo - kombinaatiosta. Motivaatioiden tutkiminen yhdistettynä osallistujien kuluttajakäyttäytymiseen voi tarjota erittäin arvokasta ja käytännössä hyödynnettävää tietoa pelien järjestäjille ja urheilusarjoille. (Lee ym. 2013.)

Fantasiaurheiluun osallistumisen kokemusta ja kulttuuria sen ympärillä on tutkittu melko paljon. Erityisenä kiinnostuksen aiheena ovat olleet sukupuolten väliset suhteet. Fantasiaurheilun on todettu olevan hyvin maskuliininen harrastus, joka vahvistaa vanhoillisia sukupuolirooleja urheilun seuraamiseen ja miehiseen urheilukulttuuriin liittyen, ja josta naiset on jätetty ulkopuolelle (mm. Davis & Duncan 2006; Kissane & Winslow 2016). Pelaajista valtaosa on miehiä (Farquhar & Meeds 2007; Hwak & McDaniel 2011; Lomax 2006). Billings & Ruihley (2012) vertailivat nais- ja miespelaajien motivaatioita fantasiaurheilun pelaamiseen ja totesivat niiden olevan yllättävän samanlaisia toistensa kanssa – miehillä urheilu ja sen seuraaminen oli vain yleisesti suuremmassa roolissa arkisessa ajankäytössä. Naiset nauttivat fantasiaurheilun pelaamisesta samoista syistä, mutta heistä useimmilla urheilun seuraamisen kokonaismerkitys oli miesten keskiarvoa matalammalla tasolla. Kissane & Winslow (2016) totesivat, että naiset ovat ryhmyntyneet peleissä hieman eri tavalla. Siinä missä miehet pelaavat usein miehisten kaveriporukoidensa kanssa, olivat naiset useammin mukana perheiden ja sukulaisten välisissä ryhmäpeleissä. Miehille aika fantasiaurheilun parissa oli useammin omaa aikaa pois perheen aktiviteettien parista. Naisosallistujille oli sen sijaan tyypillistä, että aika fantasiaurheilupelien parissa oli nimenomaan perheen yhteistä aikaa. (Kissane & Winslow 2016.) Vertailuja motivaatioiden osalta on tehty myös muun muassa eri ikäisten osallistujien motiiveista. Brown ym. (2012) totesivat kyselytutkimuksensa pohjalta, että vanhemmat, yli 35-vuotiaat osallistujat näkivät fantasiaurheilun todennäköisemmin mukavana tapana viettää aikaa, kun taas alle 35-vuotiaille oli tärkeämpää oman urheilutiedon toteennäyttämisen tarve pelien avulla.

Kiteytyksenä kirjallisuuskatsauksesta voidaan todeta, että fantasiaurheiluun osallistuminen on sekamuotoinen ilmiö, johon sisältyy elementtejä urheilukatsojuudesta, urheilun ja vapaa-ajan sekä internet-palveluiden käytöstä, rahapelaamisesta ja videopelaamisesta (Lee ym. 2013; Tacon & Vainker 2017). Pelien tutkimuksessa tulisi huomioida pelaamiskokemus kokonaisuutena, johon liittyy ajan- ja median käyttöä huomattavasti myös itse pelin pelaamisen ulkopuolella. Tässä tutkimuksessa selvitettiinkin fantasiaurheilupelaajien arkea pelien ympärillä nimenomaan sekamuotoisena ilmiönä tutkimalla pelaajien käyttäytymistä itse pelipalvelun ulkopuolella mediakulutuksen, peleistä keskustelemisen ja urheilusarjan seuraamisen osalta.



### 3 KULUTTAJAYHTEISÖT JA YHDISTÄVÄ ARVO

Tässä luvussa esitellään tutkimuksessa käytettävät käsitteet sekä perustellaan, miksi ne valikoituvat tutkimuksessa käytettäväksi käsitteiksi. Käsitteiden määrittely ja taustoittaminen perusteellisesti on tärkeää tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen ymmärtämiseksi. Tutkimuksen tärkeimmät käsitteet ovat *Consumer Culture Theory* eli CCT (suom. kulttuurinen kulutustutkimus), *kuluttajayhteisöt* sekä palveluiden ja tuotteiden *yhdistävä arvo*. Tämä tutkimus sijoittuu CCT:n tutkimusalalle, jossa olennaista ovat etenkin kokemukselliset aspektit kuluttajakäyttäytymisessä (Arnould & Thompson 2005). Tutkimuksessa tarkasteltavia kuluttajayhteisöjä ovat fantasiaurheilupelien pelaajaryhmät eli niin sanotut kimpat. Yhdistävän arvon käsitteellä pyritään ymmärtämään ryhmäpelaamisen mahdollisia syitä sekä niiden tarjoamaa sosiaalista arvoa ryhmän jäsenten välille.

Tacon ja Vainker (2017) analysoivat fantasiaurheilun kirjallisuuskatsauksessaan tarkemmin, millaisia teoreettisia viitekehyksiä aiheen tutkimuksissa oltiin käytetty. Merkittävässä osassa fantasiaurheilusta tehdyistä tutkimuksista ei oltu käytetty teoreettista viitekehystä ollenkaan (25 % tutkimuksista) tai oltiin vain lyhyesti sivuttu sellaista ilman perusteellista tarkastelua (34 % tutkimuksista). Analysoiduista tutkimuksista 41 prosentissa oltiin käytetty jotakin selvää teoreettista viitekehystä, joista yleisimpiä olivat asenteiden ja käyttäytymisen välisen suhteen viitekehys (eng. attitude-behaviour relationship framework) ja käyttötarkoituksen viitekehys (eng. uses and gratifications framework). Näistä ensimmäisessä tulkitaan yleensä positiivisten ja negatiivisten asenteiden vaikutuksia tuotteiden tai palveluiden käyttöön ja kuluttamiseen, kun taas jälkimmäisessä keskitytään yksilön tarpeisiin, joita he pyrkivät täyttämään käyttämällä ja kuluttamalla mediaa ja palveluita tietyillä tavoilla. Molemmat ovat yleisiä kuluttajakäyttäytymisen tutkimuksissa ja mahdollistavat alan tutkimuksen rakentamista aiemmin tutkitun tiedon päälle. Viitekehyksissä on kuitenkin myös selviä puutteita, joista ilmeisimpiä ovat kuluttajayksilöihin keskittyminen, joka jättää sosiokulttuuriset, kokemukselliset, symboliset ja ideologiset kuluttamisen aspektit usein huomioimatta. Tacon ja Vainker esittivätkin suosituksenaan, että CCT -viitekehyksiä soveltamalla voitaisiin esittää entistä paremmin kokemuksellisia ja alikulttuurillisia ominaisuuksia fantasiaurheilupeleihin osallistumisesta. (Tacon & Vainker 2017)

#### 3.1 Kulttuurinen kulutustutkimus

Kulttuurinen kulutustutkimus (CCT) on tutkimusala, jonka avulla selitetään kuluttajakulttuurin monimuotoisuutta. CCT:ssä keskitytään etenkin siihen mitä kuluttajat tekevät ja mihin he uskovat, sen sijaan että arvioitaisiin esimerkiksi heidän luonteidensa ominaisuuksia (Arnould & Thompson 2018). Kuluttajakulttuuri tarkoittaa sosiaalista järjestelyä, jossa suhteet sekä eletyn kulttuurin ja

sosiaalisten suhteiden välillä että symbolisten ja materiaalistien resurssien välillä välittyvät markkinoilla (Arnould & Thompson 2005). Olennaista ovat symboliset ja kokemukselliset aspektit kuluttajakäyttäytymisessä. Näkökulma eroaa merkittävästi perinteisestä, utilitaristiseen näkemykseen kuluttajasta korostuneesti rationaalisenä päätöntekijänä (Arnould & Thompson 2018, 24). CCT:n viitekehyksessä kuluttajat nähdään dynaamisina vaikuttajina markkinoiden ja kulttuuristen merkitysten välillä, eikä ainoastaan passiivisena viestien vastaanottajana. (Arnould & Thompson, 2005.)

CCT:n teoreettinen viitekehys on jaoteltu neljään osa-alueeseen eli tutkimusohjelmiin, jotka auttavat muun muassa alan tutkimuksen jäsentelyssä ja tarjoavat mahdollisuuden tulkita kuluttajakulttuuria yhtenevin käsittäin erilaisissa konteksteissa. Ensimmäinen näistä, *kuluttajan identiteettioprojektit* käsittelee sitä, miten kuluttajat rakentavat omaa identiteettiään ja itseään vuorovaikutuksessa markkinoiden tarjoamien asioiden avulla (Arnould & Thompson 2005). Arnouldin ja Thompsonin (2018, 55) mukaan olemme sitä mitä kulutamme, ja toisaalta emme ole sitä mitä emme kuluta. Toinen osa-alue kuluttajakulttuurin tutkimuksessa on *kuluttajayhteisöt*. Kuluttajayhteisöiden tutkimuksessa pyritään selvittämään tapoja, joilla kuluttajat välittävät toisilleen sosiaalisen yhteenkuuluvuuden tunnetta yhteisten kulutusintressien kautta, demografisten ominaisuuksien ollessa toissijaisia. Tämä kuluttajien toiminnan tutkiminen eräänlaisena ryhmäytymisen muotona on erittäin olennaista tässä työssä käytettävissä tutkimuskysymyksissäkin. Kuluttajayhteisöiden teoreettiseen viitekehykseen paneudutaan tarkemmin seuraavassa luvussa. Kolmas osa-alue, *sosiohistoriallinen näkökulma*, tarkastelee kulutuksen ilmiöiden muotoutumista. Tässä näkökulmassa sosiaalisilla rakenteilla, kuten sosioekonomisella statuksella ja sukupuolella on tärkeä merkitys, ja tutkijat ovat kiinnostuneita rakenteiden vaikutuksista heidän kuluttajakäyttäytymiseensä. Neljäs CCT:n osa-alue on *kulutuskulttuurin markkinapaikkojen ideologiat*, jossa käsitellään kuluttajien tulkintastrategioita markkinoilla tarjolla oleviin asioihin liittyen, jotka ovat taipuvaisia mukailemaan vallitsevia mielenkiinnon kohteita ja arvoja yhteiskunnassa. (Arnould & Thompson 2005) Tutkijat ovat kiinnostuneita kuluttajien tulkinnoista ja vuorovaikutuksesta kaupallisten toimijoiden kanssa. Kuluttajat yrityksen ulkopuolella määrittävät, millä tavoin tuotteita ja palveluita käytetään ja millaisia merkityksiä niihin liitetään. Tämän näkökulman huomiointi on tärkeää tiedostaa esimerkiksi uusia palveluita tai tuotteita kehitettäessä (Pace 2013).

CCT valikoitui tämän fantasiaurheilupelien pelaamista käsittelevän tutkimuksen teoreettiseksi lähestymistavaksi useampien toisiaan tukevien syiden johdosta. Ensinnäkin, Tacon ja Vainker (2017) esittivät omassa katsauksessaan, että CCT:n lähestymistapa voisi toimia oivasti fantasiaurheilun alakulttuureiden, ryhmätason ja kokemuksellisten osallistumisaspektien avaamiseen, ihmetellen miksi tätä ei ollut aiemmin juurikaan käytetty. Fantasiaurheilua pelataan kuitenkin suurimmaksi osaksi ryhmien sisällä ja niiden välityksellä, joten olisi tärkeää ymmärtää millaisia alakulttuureita fantasiaurheilussa on, ja kuinka osallistuminen muovaa sosiaalista kanssakäymistä. (Tacon & Vainker 2017.) Toiseksi, tämän työn toimiessa sekä liikuntatieteellisen tiedekunnan että taloustieteellisen

tiedekunnan maisterivaiheen opinnäytetyönä, CCT:n lähestymistapa hyvin kokonaisvaltaisena ja yhteiskunnallisena taloustieteen osana on sovellettavissa hyvin myös urheilu- ja liikuntakulttuurin tutkimukseen, kuten myös esimerkiksi Kolyperas ym. (2019) ja Wheaton (2017) ovat todistaneet. Taconin ja Vainkerin (2017) lisäksi muun muassa Amis & Silk (2005) sekä Love & Andrew (2012) ovat huomauttaneet, että liikunta- ja urheilusosiologian integraatioilla fantasiaurheilun tutkimuksissa olisi paljon annettavaa. Kolmanneksi, CCT:n tutkimussuunnista löytyy paljon hyviä esimerkkejä, miten tutkijat ovat pystyneet avaamaan uudenlaisten ilmiöiden, kuten esimerkiksi Tough Mudder -esteratakilpailun hurjien osallistujamäärien taustoja tai kansainvälisen Cosplay -yhteisön toimintaa (Arnould & Thompson 2018, 16-18). Näissä esimerkeissä on pystytty avaamaan etenkin sitä, miksi ja miten ihmiset ryhmäytyvät ja osallistuvat harrastuksiin erilaisten ilmiöiden parissa. Näin ollen samoista viitekehyksistä on mahdollista ottaa oppia ja hyödyntää niitä myös fantasiaurheiluun keskittyvän tutkimuksen parissa.

Tacon & Vainker esittävät (2017) kolme suositusta seuraaville tutkimuksille fantasiaurheilusta. Ensimmäiseksi, fantasiaurheilupeleihin osallistumisen monimuotoisuutta tulisi tutkia hybridisenä aktiviteettina. Tässä tutkimuksessa tämä suositus huomioitiin valitsemalla tarkastelutavaksi laadullinen, fenomenologinen analyysimenetelmä, jossa fantasiaurheilupelaamista tulkitaan yksilöiden konkreettisten elämän kuvausten kautta. Toiseksi, tulevaa tutkimusta tulisi rakentaa aiemmin luotujen mallien päälle, testaamalla ja jalostamalla luotuja kuluttajakäyttäytymisen tutkimusmalleja erilaisien urheilulajien ja maiden osalta. Tähän tutkimukseen ei löydetty kirjallisuuskatsauksesta suoraan sellaista käyttökelpoista tutkimusmallia, joka olisi toiminut tutkimuksen tavoitteiden kannalta optimaalisesti, kun otetaan huomioon liikunnan yhteiskuntatieteiden sekä markkinoinnin oppiaineiden pro gradu -tutkielmien vaatimukset. Kolmanneksi keskittymistä tulisi laajentaa yksilöstä ryhmä- ja makrotasolle sekä osallistumista peleihin tulisi kriittisesti heijastaa laajempaan sosiaaliseen kontekstiin. Tämä tutkimus vastaa hyvin tähän kolmanteen suositukseen, sillä tutkimuksessa selvitetään etenkin ryhmäpelaamista sekä pelaajien arkista sosiaalista kontekstia pelaamiseen ja kanssakäymiseen liittyen.

### 3.2 Kuluttajayhteisöt

Markkinoilla toimivien yhteisöiden tutkimus on yksi neljästä alkuperäisestä CCT:n osa-alueista (Cova & Shankar 2018, 120). Kuluttajayhteisöjen tutkimuksessa pyritään ymmärtämään, miten kuluttajat luovat sosiaalisen yhteenkuuluvuuden tunteita sekä toisistaan erottuvia, pirstoutuneita, itse valitsemiaan ja joskus ohimeneviä kulttuurisia maailmoja jakamalla yhteisiä kuluttamiseen liittyviä mielenkiinnon kohteitaan (Arnould & Thompson 2005). Määritelmään liittyy kaksi tärkeää ominaisuutta. Ensinnäkin, kuluttaminen sijoittuu loogisiin sosiaalisiin prosesseihin ja kulttuuria tuottaviin käytäntöihin. Toiseksi, primäärinen syy heidän kuluttamismotivaatiolleen, on sen yhdistävä arvo suhteessa muihin

kuluttajiin. Yhdistävällä arvolla kuvataan sitä, että se mitä kuluttajat pääasiassa arvostavat, ei ole itse kuluttamisen kohde (fantasiaurheilun tapauksessa itse pelaamispalvelussa tapahtuva toiminta), vaan sosiaaliset suhteet ja kanssakäyminen muiden samanhenkistä kuluttajien kanssa, sekä kokemukset jotka niiden kautta välittyvät. Varsinainen palvelun tai tuotteen kuluttaminen on lähinnä vain mahdollistamassa tätä yhteyttä. Tämä määritelmä tuo hyvin esiin, mikä ero CCT:n viitekehysellä on perinteisempiin markkinoinnin tutkimussuuntiin nähden, joissa kuluttaminen nähdään korostuneen yksilöllisenä ja utilitaarisena prosessina. (Cova & Shankar 2018, 120.) Tässä tutkimuksessa pyrittiin selvittämään, miten yhdistävä arvo esiintyy suomalaisten fantasiaurheilupelaajien osalta, ja millainen on sen rooli kokonaiskokemuksessa näihin peleihin liittyen.

Markkinoinnin tutkimus peri sosiaalitieteellisiltä alkulähteiltään tavan analysoida markkinoita jakamalla niitä ryhmiin kategorioiden kuten iän, luokan, sukupuolen tai kansallisuuden perusteella. Näin ollen markkinasegmenttejä luotiin yksilöistä, jotka jakoivat joitain sosiokulttuurisia ominaisuuksia, mutta joiden spesifit kiinnostuskohteet kuluttajana vaihtelivat laajasti. Tälle on toki paikkansa edelleen, mutta nämä mallit jättävät usein huomioimatta ihmisten väliset suhteet ja halut sosiaaliseen yhteenkuuluvuuteen, joita kuluttajat kuitenkin usein hakevat käyttäytymisessään. CCT:n lähestymistavassa on pyritty tuomaan elämän sosiaalisuus ja ihmisten luontainen yhteenkuuluvuuden tarve mukaan yhdeksi tutkimuskohteeksi. Teorioita tutkimuksiin on juonnettu muun muassa ranskalaisen sosiologi Michel Maffesolin tribaaliteoriasta. Tässä näkemyksessä elämän pilarit nähdään koostuvan sosiaalisista ryhmistä, joihin ihmiset osallistuvat tietoisesti tai tietämättään jokapäiväisessä elämässään ja jotka eivät perustu ainoastaan tai ollenkaan demografisiin tekijöihin. Uudenlaisen yhteisöllisyyden myötä yhteiskunta näyttäytyy mikroryhmien verkostona, joissa ihmiset voivat kokea tunteellisia siteitä, jakaa kokemuksia ja yhteisiä intohimoja, hetkiä ja tiloja jaetusta ryhmäidentiteetistä. (Cova & Shankar 2018, 122.) Fantasiaurheilupelien pelaajaryhmät voidaan nähdä tämänkaltaisina ryhminä.

Kuluttajayhteisöjä on jaoteltu alan tutkimuksessa pääosin kolmeen erilaiseen ryhmään. *Kuluttajayhteisö* tai *kuluttajaheimo* koostuu yhteisesti kuluttavista, demografisin mittarein mitattuna heterogeenisestä ryhmästä, joita yhdistää sama kiinnostuksen kohde ja intohimo, ja jotka pystyvät toimimaan tarvittaessa myös kollektiivina, usein lyhytaikaisesti mutta intensiivisesti (Cova & Shankar 2018, 121). Yksi selkeimmistä ja yksinkertaisimmista määritelmistä kuluttajayhteisölle on Cova ym:n (2007) muotoilema luonnollisesti esiintyvä ryhmä, jossa heimon jäsenet identifioituvat toistensa kanssa. Kun tämänkaltaiset suhteet ja kuluttamisen tyyli sijoittuu jonkin spesifisen brändin ympärille, kutsutaan sitä *brändiyhteisöksi*. Se on ryhmä kuluttajia, joilla on yhteinen mielenkiinto spesifistä brändiä kohtaan ja jotka luovat rinnakkaisen sosiaalisen maailmankaikkeuden omine myytteineen, arvoineen, rituaaleineen, sanastoineen ja hierarkioineen, joita itse brändi tukee. Kolmas ryhmätyyppi on *brändiyleisöt*, joista konkreettisin esimerkki löytyy brändin sosiaalisen median kanavista ja heidän seuraajistaan, brändi on mukana hallinnoimassa brändiyleisöään ja heidän välisiä keskusteluaan. Vaikka erot ryhmien välillä ovat suhteellisen selviä ja erilaisia,

samankaltaisuudet ryhmien välillä ovat kuitenkin eroja painavampia. (Cova & Shankar 2018, 120-121)

Cova & Shankar (2018) ehdottavat, että markkinoijan tulisi nähdä tuottamansa tuotteensa, brändinsä tai kokemuksensa keinoina, jotka helpottavat tai fasilitoivat sosiaalisia suhteita. Kuluttajayhteisöissä linkit ja yhteydet muihin kuluttajiin ovat paljon tärkeämpiä kuin itse asiat kuten tuotteet, palvelut ja brändit. Tämä näkökulma tulisi ottaa heidän mukaansa entistä paremmin huomioon etenkin nyt, kun internetin kasvu ja sosiaalisen median palvelut ovat helpottaneet kuluttajalta kuluttajalle -yhteydenpitoa. Ehkä tärkeimpänä, digitaalinen ulottuvuus on mahdollistanut yhteiskunnan uudenlaista yhteisöllistymistä tavalla, joka ei ole enää paikkaan sidottu, vaan yhteydenpito voi tapahtua mistä vain mihin vain digitaalisten palveluiden välityksellä. Tämän tuloksena yhteisöt ja muut kuluttajakollektiivit esiintyvät yhä suuremmassa roolissa ihmisten elämässä ja digitaalisista alustoista on tullut tärkeimpiä paikkoja myös näiden yhteisöjen tarkasteluun ja tutkimukseen. (Cova & Shankar 2018, 121-123)

Minkä takia ihmisillä on sitten tarve hakea yhteisöllisiä kokemuksia? Gouling ym:n mukaan (2009) markkinakulttuurit ja kuluttajayhteisöt ovat ohimeneviä sosiaalisia tiloja, joissa kehittyneiden yhteiskuntien modernissa elämässä usein esiintyviä eriytyviä ja yksilöllisiä ominaisuuksia voidaan hetkeksi korvata poreilevalla innostuksella ja energialla ritualistisia yhteisöllisestä sosiaalisuuden ja yhteenkuuluvuuden tunteita välittäen. Kuluttajakäyttäytymisen tutkijat ovat myös kehystäneet ”hullujenkin” yhteisöllisten kokemusten hakua paoksi rationaalisten odotusten ja vaatimusten täyttämästä arjesta (Cova & Shankar 2018, 126).

Kuluttajayhteisöjä voi muodostua periaatteessa minkä tahansa vapaa-aikaan perustuvan aktiviteetin, mielenkiinnon kohteen, harrastuksen tai intohimon ympärille (Cova & Shankar 2018, 134). Tässä tutkimuksessa selvitetään, millaisia ryhmiä fantasiaurheilun ympärille on muodostunut ja miten ne toimivat.

### 3.3 Yhdistävä arvo

Taloustieteissä vallinneessa perinteisessä näkökulmassa katsotaan, että markkinoijien ja palveluiden tarjoajien rooli on tuottaa arvoa ja käyttöhyötyjä tuotteidensa kautta, joista kuluttajat ovat valmiita maksamaan rahaa näitä hyötyjä saadakseen. Tuotteiden ja palveluiden yhdistävä arvo sen sijaan sisältää ajatuksen, että arvoa välittyy myös tuotteiden ja palveluiden tavassa pystyä välittämään sosiaalisesti mielekkäitä kokemuksia, ne voivat luoda yhteisöjä ja sosiaalisuutta. Kuluttajille yhdistävä arvo tarkoittaa arvoja kuten hauskuutta, nautintoa, tyydyttyneisyyttä, hyödyllisyyttä tai sosiaalisuutta, joka on luontaista yhteisöllisissä suhteissa, joskin usein lyhytaikaista, jota kuluttajayhteisö yhdessä palvelun tai tuotteen kanssa luo. Palvelun tarjoajalle, yritykselle, yhdistävällä arvolla tarkoitetaan sen tuotteiden, palveluiden tai brändien arvoa, joka sillä on tarjota näiden sosiaalisten suhteiden ylläpitämiseksi tai kehittämiseksi. (Cova & Shankar 2018, 128-129.)

Yritysten näkökulmasta yhdistävän arvon tarjoaminen perustuu siihen, että yhteyksien tarjoaminen on asioiden tai tavaroiden tarjoamista tärkeämpää. Päämääränä tulisi olla muodostaa palvelun asiakaslupaus ihmisille, jotka haluavat elää palvelun tai brändin kokemusta yhdessä, vastoin stereotyyppistä, eriytyneille yksittäisille kuluttajille muodostettua asiakaslupaus (Cova & Shankar 2018, 130). Tämä tulisi myös selkeästi kommunikoida asiakkaille niin, että he ymmärtävät, miten palvelua voi yhteisöllisesti käyttää.

Yhdistävää arvoa on käytetty käsitteenä tutkittaessa erilaisten kuluttajayhteisöjen jäsenilleen muodostavaa sosiaalista arvoa. Pihl (2014) selvitti, kuinka muotibloggaajien sisällöt yhdistivät heidän lukijoita toisiinsa. Yksi eniten viitatuista alan tutkimuksista on ollut ruotsalaisen Jacob Östbergin (2007) tutkimus yläluokkaisten nuorten alakulttuurista, sen merkityksistä ja yhteisön yhdistävästä arvosta. Vaikka etenkin Östbergin tekemää tutkimusta on käytetty esimerkkinä CCT:a ja kuluttajayhteisöjä käsittelevissä kokoelmateoksissa (mm. Cova ym. 2007), ei käsitteen voida sanoa ottaneen kuitenkaan suurta tuulta alleen alan empiirisissä tutkimuksissa.

Aikaisempia tutkimuksia fantasiaurheilun kontekstista, jossa yhdistävää arvoa olisi selkeästi pääkäsitteenä käytetty, ei tiedonhaussa löytynyt. Urheilun ja sen seuraamisen kannalta muun muassa Uhrich (2014) sivusi yhdistävää arvoa tutkiessaan asiakkaalta asiakkaalle -arvonluonnin kanavia ja käytäntöjä joukkueurheilussa. Uhrich (2014) esitti myös, että arvon yhteisluontia urheilukatsojien kesken on tutkittu melko paljon, mutta suuri osa tutkimuksesta on keskittynyt paikan päällä ottelutapahtumissa tapahtuvaan toimintaan, ja tutkimuksissa on jätetty muut, olennaiset sosiaalisen kanssakäymisen muodot vähemmälle huomiolle. Tutkimuksia sosiaalisen median roolista urheilufanien kanssakäymisessä on viime vuosina ilmestynyt kiihtyvällä tahdilla. Meir & Scott (2007) tarjosivat erilaisten heimojen toiminnan yhdistävien arvojen huomioimista työkaluksi urheilumarkkinoijille, niin ikään etenkin joukkueurheilun kannattajakulttuuriin liittyen. Kokonaisuudessaan voidaan kuitenkin sanoa, että Covan (1997) tunnetuksi tekemät tuotteiden ja palveluiden yhdistävän arvon käsitteet ovat jääneet myös urheilusosiologian ja -markkinoinnin tutkimuksessa melko vähälle huomiolle, ja tarkemmin ottaen fantasiaurheilun tutkimuksesta lähes kokonaan poissa-olevaksi.

Tässä tutkimuksessa halutaan keskittyä paikkaamaan kirjallisuuskatsauksessa todettua tutkimusaukkoa ryhmäpelaamisen osalta. Tähän tarkasteluun yhdistävän arvon käsite sopii hyvin ja auttaa osaltaan tutkimuskysymyksiin vastaamisessa. Yhdistävän arvon käsitteen keskeinen etu tutkimukselle on etenkin sen tulkinnanvaraisuus, joka sopii hyvin yhdistettäväksi fenomenologis-hermeneuttisen, tulkinnallisen tutkimustyylin kanssa.

### 3.4 Tutkimusmalli

Tutkimusmalli on esitetty kuviossa 1. Tutkimuksessa selvitettiin ensiksi, millaista suomalaisten kuluttajakäyttäytyminen ja pelaamiskulttuuri on

fantasiaurheilupeleissä. Kuviossa tämä tarkastelu sijoittuu ”Pelaaja” -laatikoiden sisälle ja niiden tulkintaan aineiston perusteella. Tässä ensimmäisessä vaiheessa selvitettiin, miten pelaaminen näyttäytyy pelaajien arjessa, minkälaisia rutiineja siihen mahdollisesti sisältyy ja millaista media- ja kuluttajakäyttäytymistä fantasiaurheilupelien pelaaminen on.

Toiseksi tutkimuksessa tarkasteltiin, minkälaisia ryhmiä suomalaiset fantasiaurheilupelien pelaajat ovat luoneet pelien ympärille. Tämä sijoittuu kuviossa keskimmäiseen osaan, jossa tarkastellaan ryhmien ominaispiirteitä. Tutkimuksessa selvitettiin, miten ryhmät ovat muodostuneet, minkälaisia jäseniä niissä on ja kuinka paljon, mitä pelejä ryhmässä pelataan ja millaista roolia ryhmäpelaaminen näyttelee fantasiaurheilupelaamisessa kokonaisuutena.

Kolmanneksi tutkimuksessa selvitettiin, millaista ryhmien toimintakulttuuri on, miten ryhmän jäsenten välinen kanssakäyminen toimii ja tuottaako se mahdollisesti sosiaalisesti yhdistävää arvoa. Tämä tarkastelu ja siihen liittyvät teemat ovat esillä kuvion alaosassa.

Tarkastelun taso	Tarkastelun kohde	Tutkimuksen teemat
Yksilötaso	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 2px 10px;">Pelaaja 1</div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 2px 10px;">Pelaaja 2</div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 2px 10px;">Pelaaja 3</div> </div>	Pelaamisen aloittaminen Eri pelien suosituimmuus Media- ja ajankäyttö Pelaamisen rooli arjessa
Ryhmätaso	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 10px; text-align: center;">             Pelaajaryhmä fantasiaurheilupelissä              (kuluttajayhteisö)           </div>	Ryhmän ominaisuudet Muodostuminen Jäsenet, koko ja ryhmän ikä Jäsenien väliset suhteet
Toiminta ryhmän sisällä	<div style="border: 1px dashed black; border-radius: 15px; padding: 10px; text-align: center;">             Pelaajaryhmien mahdollinen              yhdistävä arvo              (linking value)           </div>	Ryhmän toiminta Viestintä ryhmässä Palkinnot ja muut rituaalit Ryhmäpelaamisen koetut hyödyt

Kuvio 1. Tutkimusmalli

Tässä luvussa on määritelty tutkimuksen tärkeimmät käsitteet ja taustoistettu tutkimuksen teoreettista viitekehystä. Tutkimuksessa tehdään tulkintoja CCT:n eli kulttuurisen kulutustutkimuksen tutkimusalalle tyypilliseen tapaan, jossa ilmiöitä lähestytään kuluttajien kokemukselliseen maailmaan perehtyen. *Kuluttajayhteisöillä* tarkoitetaan tämän tutkimuksen osalta fantasiaurheilupeliin muodostettuja pelaajaryhmiä eli kimppoja. Tutkimuksessa selvitetään, miten *yhdistävä arvo* mahdollisesti ilmenee fantasiaurheilupelien kimpoissa.

## 4 AINEISTO JA MENETELMÄ

Tässä luvussa esitellään tutkimuksessa käytetyt aineistot sekä niiden keruu- ja tutkimusmenetelmä. Ensiksi perustellaan valittu tutkimusmenetelmä, jonka jälkeen valitut aineistonkeruumenetelmät esitellään tarkemmin. Lopuksi käydään läpi tutkimuksen analyysimenetelmät. Luvussa kuvataan samalla myös tutkimusprosessin eri vaiheita siinä järjestyksessä, kuin ne kronologisesti tapahtuivat.

### 4.1 Tutkimusmenetelmä

Tässä tutkimuksessa pyritään luomaan ymmärrystä siitä, millaisia kuluttajayhteisöjä fantasiaurheilupelien ympärille on syntynyt ja miten ne toimivat. Kun tutkimuksessa selvittämään tarkemmin vain vähän tunnettuja ilmiöitä ja niiden toimintaa, voidaan tutkimusta kuvailla luonteeltaan kartoittavaksi (Hirsjärvi ym. 2009, 138). Tutkimusaineisto kerättiin kyselyllä ja teemahaastatteluin. Tätä niin sanottua mixed methods research -menetelmää on suositeltavaa käyttää sellaisten tutkimusongelmien kanssa, joihin yksinään määrällinen tai laadullinen lähestymistapa ei kykene vastaamaan (Tuomi & Sarajärvi 2018, 78). Määrällinen osa tutkimuksesta kertoo ensisijaisesti siitä, *millaisia* fantasiaurheilupelien kuluttajayhteisöjä Suomessa on ja laadullinen osa avaa tarkemmin sitä, *miten* ne toimivat.

Kyselytutkimuksen avulla etsittiin kvantitatiivista tietoa siitä, miten suomalaiset pelaavat fantasiaurheilupelejä ja millaisia ryhmiä niiden ympärille yleisesti on muodostettu. Kyselytutkimuksen toisena tavoitteena oli löytää sopivia henkilöitä, joita voitaisiin pyytää teemahaastatteluihin aiheen syvällisempää tulkintaa varten. Käytännössä tässä menetelmässä on viitteitä lumipallo-otannasta, jossa avainhenkilöt johdattavat tutkijaa uusien tiedonantajien pariin, mutta osittain sitä voitaisiin kutsua myös eliittiotannaksi, sillä haastatteluihin kutsuttiin tiedonantajia, joilta oletettiin saatavan parhaiten tietoa tutkittavasta ilmiöstä (Tuomi & Sarajärvi 2018, 66). Teemahaastatteluiden tavoitteena oli kartoittaa vastauksia tutkimuskysymyksiin esimerkkien avulla eli pyytää haastateltavia avaamaan tarkemmin millaisessa roolissa fantasiaurheilupelit ovat heidän arjessaan, millaisiin fantasiaurheilupelien kuluttajayhteisöihin he kuuluvat ja etenkin avata tarkemmin sitä, miten nämä yhteisöt toimivat.

### 4.2 Kyselyaineisto

Kyselylomake toteutettiin Webropol-verkkokyselyllä maaliskuussa 2019. Kyselytutkimuksen perusjoukkona olivat kaikki joskus jotain fantasiaurheilupeliä pelanneet suomen kieltä osaavat henkilöt. On kuitenkin syytä huomioida, että tämän työn mittakaavassa ei ollut mahdollista toteuttaa kokonaistutkimusta



perusjoukosta, vaan otantakehikoksi muodostui henkilöt, jotka saivat linkin kyselyyn. Kyselyssä varmistettiin vastaajan kuuluminen fantasiaurheilupelaajien perusjoukkoon esikysymyksillä. Linkkiä kyselylomakkeeseen jaettiin ja pyydettiin jakamaan edelleen sellaisissa medioissa, joista arvioitiin tavoitettavan perusjoukon henkilöitä. Vastausten kerääminen käynnistyi 4.3.2019 fantasiaurheilupeleihin keskittyneissä WhatsApp -ryhmissä, FutisForum2 ja Jatkoaika.com -keskustelufoorumeilla ja Jyväskylän yliopiston liikuntatieteellisen tiedekunnan sähköpostilistoilla. Kyselylinkin vastaanottajia pyydettiin myös jakamaan linkkiä kyselyyn eteenpäin sellaisille henkilöille, foorumeille ja ryhmille, joista mahdollisesti tavoitettaisiin lisää fantasiaurheilupelejä pelanneita vastaajia. Kyselylomakkeen lopuksi yhteystietonsa jättäneiden kesken arvottiin kaksi lippua Suomen jalkapallomaajoukkueen EM-karsintaotteluun kesäkuussa 2019. Vastausaika oli 4.3 – 31.3.2019, jonka aikana kyselyihin vastasi yhteensä 386 ihmistä.

Lomakkeen kysymyksillä haettiin vastauksia siihen, millaisia fantasiaurheilupelejä suomalaiset pelaavat, miten ja millaisissa ympäristöissä niiden parissa kommunikoidaan, miten ryhmiä muodostetaan ja millaista niiden toiminta on. Kyselyn toinen käyttötarkoitus tutkimuksessa oli tavoittaa henkilöitä, joita voitaisiin myöhemmin haastatella tarkemmin yksilökohtaisissa teemahaastattelussa etenkin ryhmäpelaamiseen ja pelien mahdolliseen yhdistävään arvoon liittyen.

### 4.3 Teemahaastattelut

Toisena aineistona haastateltiin kuutta fantasiaurheilupelejä ryhmässä pelaavaa henkilöä kahdenkeskisenä puolistrukturoituna teemahaastatteluna. Teemahaastattelut etenevät valittujen, tutkittavasta ilmiöstä valittujen teemojen ja tarkentavien kysymysten avulla (Tuomi & Sarajarvi 2009, 75). Näissä haastattelussa pyrittiin saamaan kuvailevia vastauksia siihen, millaisia kuluttajayhteisöjä eli fantasiaurheilupelien kontekstissa pelaajaryhmiä tai ”kimppoja” pelien ympärille on muodostunut, ja miten ne toimivat osana peleihin osallistujien arkea. Haastateltavien henkilöiden valinta tehtiin laadulliselle tutkimukselle tyypillisellä harkinnanvaraisella otannalla (Eskola & Suoranta 2014, 13) niistä kyselylomakkeeseen vastanneista henkilöistä, jotka olivat valmiita antamaan omasta ja ryhmänsä fantasiaurheilupeleihin liittyvästä käyttäytymisestä lisätietoja haastattelun muodossa. Haastateltavien valinnassa kiinnitettiin huomiota, että ne heijastelisivat sopivasti eri näkökulmia (peleistä), ja että henkilöiden taustat olisivat erilaisia (Rubin & Rubin 2005, 64–68).

Haastateltuja henkilöitä oli yhteensä kuusi, jotka kaikki olivat miehiä. Haastateltavien ikä vaihteli 21 vuodesta 42 vuoteen keskiarvon ollessa 31 vuotta. Haastateltavien taustatiedot ja heidän primäärinään pelaamansa fantasiaurheilupelit haastatteluhetkellä ovat eriteltyinä alla taulukossa 4. Haastateltavista käytetään tutkielman tuloksiin sijoitelluissa sitaateissa koodattuja ilmauksia H1-H6.

Taulukko 4. Haastateltavien taustatiedot

Haastateltavien taustatiedot			
Haastattelu	Ikä	Paikkakunta	Primääripeli
H1	21	Jyväskylä	HockeyGM
H2	42	Järvenpää	Fantasy Premier League
H3	27	Helsinki	Fantasy Premier League
H4	36	Kauniainen	Liigapörssi
H5	31	Helsinki	NFL Fantasy
H6	29	Vantaa	Fantasy Premier league

Kaikki haastattelut toteutettiin yksilöhaastatteluna kasvotusten kahviloissa pääkaupunkiseudulla ja Jyväskylässä. Haastateltaville tarjottiin mahdollisuus valita itse sopiva aika ja paikka haastattelulle, jotta tilanteesta saataisiin haastateltaville mahdollisimman helppo ja miellyttävä. Haastattelutilanteet sujuivat pääsääntöisesti hyvin eivätkä keskeytykset häirinneet haastattelua. Viisi kuudesta haastattelusta pystyttiin suotuisien keliä myötä toteuttamaan ulkona, jolloin kahvilan taustamelu pysyi vaimealla tasolla.

Haastatteluiden kokonaiskesto oli 2 tuntia ja 47 minuuttia ja yhden haastattelun keskimääräinen kesto oli noin 28 minuuttia. Haastattelut nauhoitettiin. Aineisto siirrettiin kokonaan tietokoneelle ja litteroitiin, eli nauhoitettu ääni kirjoitettiin puhtaaksi tekstiksi sellaisin täsmällisin sanamuodoin, joita haastateltavat käyttivät. Litteroitua aineistoa kertyi yhteensä 27 sivua.

#### 4.4 Aineiston analysointimenetelmä

Tutkimus on lähtökohdiltaan tulkinnallinen ja edustaa fenomenologis-hermeneuttista tutkimusperinnettä. Kokemus, merkitys ja yhteisöllisyys korostuvat käsitteinä niin fenomenologisessa kuin hermeneuttisessa ihmiskäsityksessä (Laine 2010, 27). Tässä tutkimuksessa kaikki edellä mainitut käsitteet ja niiden subjektiivinen kokeminen fantasiaurheilupeleissä ovat merkittävässä roolissa tutkimuskysymyksiin vastatessa. Fenomenologisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään ihmisten kokemuksia, jotka muotoutuvat merkitysten mukaan ja ovat perusteeltaan yhteisöllisiä (Tuomi & Sarajärvi 2018, 29–30). Kuten Tuomi ja Sarajärvi (2018, 32–35) ovat asian muotoilleet, fenomenologis-hermeneuttisen tutkimuksen tavoitteena on nostaa tietoisiksi ja näkyväksi se, minkä tottumus on saattanut häivyttää huomaamattomaksi ja itsestään selväksi, tai sitä, mikä on koettu, mutta ei vielä tietoisesti ajateltu. Tämä lainaus kuvastaa hyvin sitä, millaisia tulkintoja aineistosta pyritään tässä tutkimuksessa tekemään.

Kyselytutkimuksen tulokset analysoidaan pääosin taustoittavaa tietoa tarjoavina, määrällisinä tuloksina. Haastatteluaineistojen osalta käytetään sisällysanalyysia ja teemoittelua, eli pilkotaan aineistoa erilaisten aihepiirien mukaan (Tuomi & Sarajärvi 2018, 105–107). Haastatteluista saatuja yksityiskohtaisia kokemuksellisia tietoja yhdistettiin taustoittaviin määrällisiin kyselytuloksiin. Näin ollen eri teemoihin liittyen tarjotaan sekä esimerkinomaisia sitaatteja haastatteluista, että yleistettävämpiä määrällisiä kyselytuloksia. Menetelmän tavoitteena on tarjota lukijalle sekä kokemuksellista ymmärrystä fantasiaurheilupelaajien ja niihin muodostettujen kuluttajayhteisöjen pelaamiskokemuksesta, että määrällistä perspektiiviä siitä, kuinka hyvin nämä yksittäiset kokemukset edustavat suomalaisia fantasiaurheilupelaajia yleisesti. Tutkimuksen määrälliset kyselyn tulokset sekä laadullisesti analysoidut haastattelujen tulokset esitetään yhdistetysti valittujen teemojen alla luvussa 5.

## 4.5 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa on otettava huomioon tutkimuksen erilaiset aineistot. Määrällisen ja laadullisen tutkimuksen luotettavuuskriteerit ovat yleensä hyvin erilaiset (mm. Hirsjärvi ym. 2010). Tässä tutkimuksessa pääasiallinen tutkimusmenetelmä on laadullinen, mutta kuten edellä on jo esitetty, käytetään aineistona myös määrällisen kyselytutkimuksen tuloksia.

Tutkimuksen määrälliset tulokset antavat kuitenkin osviittaa siitä, millainen pelaamisen kuluttajakäyttäytyminen on yleistä/tyypillistä suomalaisilla fantasiaurheilupelaajilla. Vaikka määrällinen aineisto kerättiinkin niin sanotulla mukavuusotannalla, saatiin vastauksia kuitenkin merkittävä määrä, 386 kappaletta. Mukavuusotanta rajoittaa tulkintoja esimerkiksi siitä, minkä verran eli fantasiaurheilupeleillä olisi pelaajia Suomessa, ja miten eri pelien pelaajamäärät esiintyvät suhteessa toisiinsa. Kyselylomakkeen jakelu jalkapallon ja jääkiekon keskustelupalstoilla on osittain varmasti painottanut tuloksia siihen suuntaan, mitä juuri näillä foorumeilla vierailevat henkilöt pelaavat. Määrällisten tuloksien osalta voidaan kuitenkin tehdä melko luotettavia johtopäätöksiä siitä, minkälaista mediakäyttöä, keskusteluita ja viestintää fantasiaurheilupeleihin liittyy. Lisäksi määrälliset tulokset ryhmäpelaamisen merkityksestä ja toiminnasta kertovat melko hyvin siitä, millainen määrällinen osuus pelaajista osallistuu ja toimii erilaisissa pelaajaryhmissä. Lukijan arvioitavaksi jää kyselylomakkeessa aseteltujen kysymysten ja vastausvaihtoehtojen validius ja mahdollinen ohjaavuus.

Laadullisessa tutkimuksessa ei pyritä tilastollisiin yleistyksiin, vaan etenkin kuvaamaan jotain ilmiötä tai tapahtumaa, ymmärtämään ihmisen toimintaa tai antamaan teoreettinen tulkinta jollekin ilmiölle (Tuomi & Sarajärvi 2018). Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta arvioitaessa on syytä tuoda esille ne mahdolliset esiolettamukset, joita tutkijalla on. Aiheeseen liittyen esioletuksenani oli oman fantasiaurheilupelien pelaamishistorian kautta, että itse olen kokenut sosiaalista yhteenkuuluvuutta ja yhdistävää arvoa osana pelaajaryhmiä. Pyrin kuitenkin objektiivisesti selvittämään, miten suomalaiset fantasiaurheilupelaajat

yleisesti asian kokevat ja selvittämään ilman ennakko-oletuksia, minkälaista kulluttajakäyttäytyminen peleihin liittyen yleisesti on sekä yksilö- että ryhmätasolla. Tutkijan eettisenä velvollisuutena on raportoida tulokset rehellisesti ja luotettavasti. Lisäksi on syytä käydä koko tutkimusprosessi avoimesti läpi. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 138.) Tässä tutkimuksessa on otettu nämä tutkimuseettiset periaatteet huomioon ja hyvää tieteellistä käytäntöä on noudatettu koko prosessin ajan.

## 5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

### 5.1 Aineistosta

Kyselylomake sisälsi 24 varsinaista kysymystä\*, ja lomakkeen täytti loppuun asti 386 vastaajaa. Kyselyn vastaajista 99,7 prosenttia oli miehiä ja 0,03 prosenttia naisia. Vastaajat olivat keskimäärin 29-vuotiaita, vastaajien iän sijoittuessa 18 ja 55 ikävuoden välille. Kyselyn ensisijaisena tavoitteena ei sinällään ollut vastaajien edustavuus ja tulosten yleistettävyyys, joista voitaisiin vetää johtopäätöksiä suomalaisista fantasiaurheilupelien pelaajista yleisesti. Tavoitteena oli pikemminkin kartoittaa peleihin jo osallistuneiden käyttäytymistä etenkin ryhmäpelaamisessa ja myös yleisesti pelaamiskäyttäytymistä fantasiaurheilupeleissä, sekä tavoittaa erilaisia henkilöitä teemahaastatteluihin kutsuttavaksi syvällisempää perehtymistä varten. On silti mainittava, että vastaushalukkuus ja kyselyyn saatujen vastaajien suuri määrä yllättivät tutkijan. Fantasiaurheilu näyttäytyi avoimien kommenttien ja vastausaktiivisuuden perusteella aiheelta, josta sen harrastajat kertovat hyvin mielellään.

\* = Kysymysten lisäksi kyselyssä oli vastauskentät yhteystietojen jättämiselle ja mahdollisuus jättää avoimia kommentteja.

### 5.2 Tulokset

Tutkimuksen tulokset on jaettu kuuteen erilliseen osioon, joissa esitellään määrälliset ja laadulliset tulokset kyselytutkimuksesta, sekä laadulliset tulokset teemahaastatteluista. Tutkimuskysymysten kannalta merkittävimmät tulokset jokaisesta aiheesta on avattu kirjallisesti, havainnollistavin taulukoin sekä haastatteluista poimituilla sitaateilla, erikseen kuhunkin teemaan liittyen. Tässä luvussa ei tehdä juurikaan viittauksia aiempaan tutkimustietoon, vaan se on jätetty pohdintaan lukuun 6, jossa tuloksia tulkitaan syvällisemmin tutkimuskysymyksiin vastaten ja aiempaan kirjallisuuteen peilaten. Tulokset esitetään suoraan niin, miten ne aineistossa ilmenivät.

#### 5.2.1 Vastaajien pelaamat pelit ja pelaamisen aloittaminen

Vastaajilta kysyttiin omaa pelaamisfrekvenssiä ja pelien tunnettuutta 15 erilaisen fantasiaurheilupelin osalta, joita suomalaiset alustavien tiedustelujen mukaan todennäköisesti pelaisivat. Vastaukset olivat melko odotettuja peilaten luvun 2.3 esittelyä fantasiaurheilusta ja pelien suosituimmuudesta Suomessa. Kyselyn vastaajien eniten pelatuimpia ja tunnetuimpia pelejä olivat Liigapörssi (77 % oli pelannut), Fantasy Premier League (77 % oli pelannut), jalkapallon MM-kisoihin liittynyt Futispörssi (56 % oli pelannut), ja HockeyGM (46 % oli pelannut).

Taulukossa 5 on eritelty yksittäisten pelien yleisimmät vastausvaihtoehdot kysymyksen ”Onko seuraavat pelit sinulle tuttuja ja oletko pelannut niitä?” osalta. Yleisin vaihtoehto kyseisen pelin kohdalla on reunustettu täydellä viivalla ja toiseksi yleisin on merkitty katkoviivalla tuloksien havainnoinnin helpottamiseksi.

Taulukko 5. Pelatut pelit ja tunnettuus

	Olen pelannut viimeisen vuoden aikana		Olen pelannut, mutta en viimeisen vuoden aikana		En ole pelannut, mutta olen kuullut pelistä		En ole pelannut, enkä ole kuullutkaan pelistä	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Liigapörssi	130	34	168	44	82	21	6	2
Fantasy Premier League	259	67	39	10	63	16	25	6
Fantasy Football	41	11	13	3	274	71	58	15
UCL Fantasy	30	8	92	24	169	44	95	25
HockeyGM	97	25	82	21	129	33	78	20
Valioliigapörssi	6	2	87	23	164	42	129	33
Leijonapörssi	67	17	84	22	140	36	95	25
Futispörssi	104	27	111	29	116	30	55	14
Superpesispörssi	3	1	13	3	50	13	320	83
F1-pörssi	5	1	21	5	89	23	271	70
StarGM Ralli	0	0	0	0	19	5	367	95
StarGM Mäkihyppy	0	0	0	0	16	4	370	96
Kultatalli	0	0	3	1	34	9	349	90
Hiihtopörssi	0	0	0	0	19	5	367	95
Daily Fantasy Sports	29	8	22	6	121	31	214	55
Muu peli	35	24	21	15	7	5	81	56

Vastaajat mainitsivat lisäksi joukon muita pelejä ”Muu peli” -vastausvaihtoehdon avoimeen kenttään. Suurin osa ehdotuksista olivat kansainvälisten media-toimijoiden tarjoamia pelejä jääkiekon NHL:een (ESPN Fantasy Hockey, Yahoo Fantasy Hockey) tai koripallon NBA:iin (ESPN Fantasy Basketball, Yahoo Fantasy Basketball) liittyen. Muita yksittäisiä pelejä, jotka keräsivät useampia mainintoja, olivat Italian jalkapalloliigan Serie A Fantasy, jo toimintansa lopettanut Veikkausliigapörssi, jalkapallon MM-kisojen World Cup Fantasy, ja kansainvälinen F1 Fantasy.

Viimeisen vuoden aikana vastaajat olivat pelanneet keskimäärin 2.09 eri peliä vastausvaihtoehdoista. Haastatteluissa pelaajat toivat esiin, kuinka eri pelejä

oli kokeiltu vuosien saatossa, mutta lopulta pelaaminen oli jäänyt niihin peleihin, joissa oma pelaajaryhmä oli jatkanut tiivisti pitkään pelaamista yhdessä, tai sitten toisaalta niihin urheilusarjoihin, joiden seuraaminen on jatkunut henkilökohtaisella tasolla pitkään vuodesta toiseen. Yhtenä huomionarvoisena seikkana on, että Liigapörssin, Valioliigapörssin, Leijonapörssin, Futispörssin ja Uefa Champions League Fantasyn osalta löytyi enemmän vastaajia, jotka olivat pelanneet näitä pelejä joskus aiemmin kuin jotka olisivat pelanneet niitä viimeisen vuoden aikana. Ovatko kyseiset pelit kenties menettäneet viime aikoina suosiotaan parhaista päiväistään? Kyselyn vastaukset eri pelien pelaamisen ja niiden tuntemisen välillä voidaan katsoa mukailevan melko hyvin niitä suosituimpien pelien pelaajamääriä, joita luvussa 2.3 esitettiin, mutta painottuen hieman ylikorostetusti Englannin Valioliigan Fantasy Premier League -peliä pelaaviin henkilöihin.

Suomalaisilla fantasiaurheilupelaajilla on aineiston perusteella melko homogeeniset ensikosketukset fantasiaurheilupeleihin. Peleistä Liigapörssi mainittiin lähes kaikissa (5/6) teemahaastattelussa ensimmäisenä fantasiaurheilupeelinä, joista haastateltaville oli kertynyt kokemusta.

”Eka oli varmaan joskus yläasteella, 14-15 vuotiaana. IS Liigapörssi. Varmaan aika monelle suomalaiselle ollut ensimmäinen. Silloin seurattiin jonkun verran SM-liigaa, ja 5-7 koulukaverin kanssa pelattiin sitä, jollain pienellä panoksella.” (H1)

”Alkoi 2003, lätkän Liigapörssillä. Yläkerrassa asui kaveri, joka pyysi mukaan johonkin kahden sen kaverin kimppaan.” (H2)

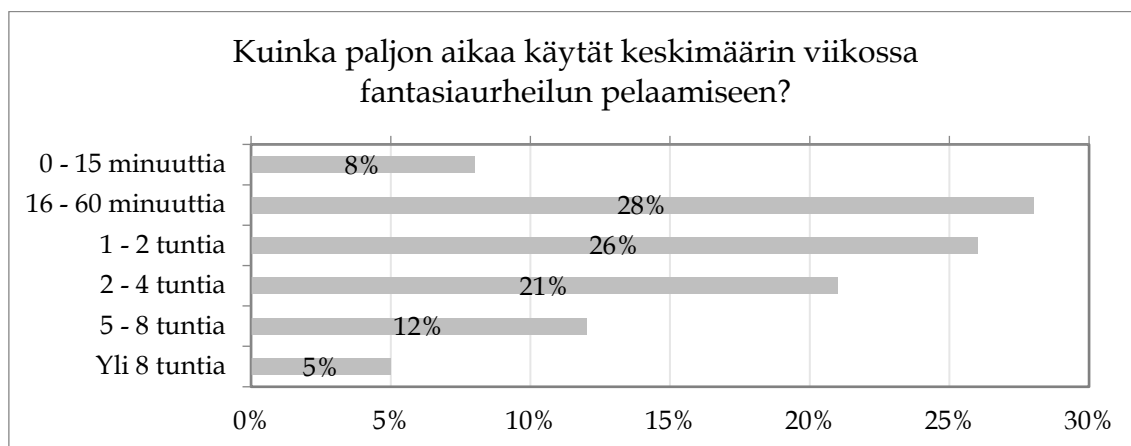
”Kyl se oli toi Liigapörssi. Sehän oli ennen semmoinen, että piti oikein puhelimella soittaa, tuli Ilta-Sanomien mukana pelaajalista, piti soittaa ja näpytellä niitä koodeja sinne. Vähän oli eri meininki kun nykyään, eihän siinä mitään vaihtoja silloin ollut. Koulukavereitten kanssa sit vähän kateltiin joka viikko niitä, et kuka oli saanut mitenkään pisteitä.” (H4)

Tutkielman kannalta huomattavaa on, että pelaamisen aloittamiskokemus liittyi kaikilla haastateltavilla hyvin vahvasti ryhmäpelaamiseen, ja usein ensimmäiseen peliin liittyi jokin tiivis porukka, jonka kanssa pelaamista ja pelejä ikään kuin opiskeltiin uutena, eksoottisena juttuna yhdessä.

## 5.2.2 Pelaamisen arkirutiinit

Kyselyyn vastanneet arvioivat keskimäärin käyttävänsä noin 1-2 tuntia viikossa fantasiaurheilupelien pelaamiseen. Kysymyksen selitetekstissä ohjeistettiin ottamaan huomioon kaikki fantasiaurheiluun liittyvä toiminta myös itse pelipalvelun ulkopuolella. Arviointi voi olla kuitenkin hankalaa, sillä jo ajallisen määrän arviointi esimerkiksi urheilusarjaan liittyvien uutisten ja pelien katsomisen osalta on haastavaa ja lisäksi selvää rajaa on vaikea vetää siitä, milloin aikaa käytetään nimenomaan fantasiaurheilupeliin, eikä yleisesti urheilun seuraamiseen liittyen.

Taulukko 6. Fantasiaurheilupeleihin käytetty aika viikossa



Ajankäyttöön ja toistuviin pelaamisrutiineihin paneuduttiin tarkemmin teema-haastatteluissa, joissa useampi haastateltava myönsi, että peleihin käytettyä kokonaisuutena on vaikea arvioida. Yleisimmin haastateltavat olivat laskeneet tähän aikaan pelivalintojen ja vaihtojen tekemisen, tulosten tarkistuksen, pelaajatilasto- ja tutkimisen ja fantasiaurheilupeliin liittyvien juttujen lukemisen. Esimerkiksi peleistä käytyjä keskusteluja ei ollut laskettu näihin lukuihin mukaan.

Haastattelujen perusteella fantasiaurheilupelaamisen arkisten rutiinien muodostumista ja mediakäyttöä ohjaavat suuresti peleissä aiheena olevien urheilusarjojen aikataulut ja ominaisuudet. Esimerkiksi NHL-aiheista HockeyGM:a pääpelinään pelaava haastateltava kertoi, miten yön NHL-kierroksen tapahtumat kiinnostavat heti aamutuimaan:

”Joka aamu, heti kun herää niin kännykkä käteen ja tulokset sieltä. Sitten päivittelyt siitä omassa ryhmässä. Siitä on tullut semmoinen aamurutiini, oikeastaan jokaisella joka sitä pelaa. Ja sitten ei nyt joka ilta, mutta aika usein kuitenkin kurkkaillaan niitä tulevia vaihtoja. Kapteenia pitää oikeastaan vaihtaa joka yö, niin aika intensiivistä se pelaaminen on, ei ehdi oikeastaan unohtumaan missään vaiheessa.” (H1)

NHL-pelit pelataan Suomen aikaan suurimmaksi osaksi keskellä yötä, ja pelejä on lähes joka yö. Tältä osin urheilusarjan rytmi on hyvin erilainen esimerkiksi Englannin Valioliigan ja Fantasy Premier Leaguen kanssa, jonka pelit ovat keskittyneet pääosin viikonlopulle, ja peliä pelaavista haastateltavista moni kertoi seuraavansa suuren osan peleistä katsomalla ne suorana televisiosta tai tietokoneelta.

”Yleensä tulee tehtyä vaihdot, analyysit ja kapteenin asettamiset perjantaina illalla, tai ihan viimeistään sitten lauantaina aamulla, jos haluaa saada viime hetken loukkaantumistiedot mukaan. Joskus tulee tehtyä riskillä ne heti edellisen kierroksen päättymisen jälkeen sunnuntai- tai maanantai-iltana.” (H2)

”Viikonloppuisin katotaan pelejä minkä vaan muilta jutuilta kerkeää ja koko arki- viikko siinä töiden lomassa välillä mietiskellään mitä muuveja voisi ensi viikonlopulle hakea, ja toteutetaan ne sitten yleensä lauantaisin aamulla. Sitten on spesiaali- viikkoja milloin joutuu seuraamaan tarkemmin, jos on heittävässä koko jengiä vaihtoon. Ja niin, yksi jenkipodcasti tulee kuunneltua aina duunimatalla yleensä tiistai- tai keskiviikkoisin, kun se ilmestyy.” (H6)



Vielä tarkemmin tiettyyn ajankohtaan viikoittain keskittyvä liiga, amerikkalaisen jalkapallon NFL pelaa valtaosan peleistään sunnuntaisin, ja pelit alkavat aina samoihin kellonaikoihin. Se näkyy myös NFL Fantasya pelaavien rutiineissa:

”Jos vaan aikatauluihin sopi, niin aika usein ennen yritettiin sopia, että mennään jollekin katsomaan ainakin sunnuntain ensimmäiset kahdeksalta tai seitsemältä alkavat pelit. Nykyään asutaan vähän enemmän hajallaan eri paikkakunnilla, niin sitä ei tapahdu enää niin paljon. Usein se sitten meni siihen, että jäätiin katsomaan ne seuraavatkin ja joskus myös se viimeinen kolmeltakin alkava peli. Mutta joo, sunnuntaista on tullut oikeastaan sellainen rutiini, et se on pyhitetty jenkkifutikselle. Vähintään sitten jauhetaan WhatsAppissa ja spekuloidaan kierroksen tapahtumia siellä.” (H5)

Pelien ja tulosten seuraamisen lisäksi rutiineita haastateltaville olivat muodostaneet lisäksi mm. joukkueiden kokoonpanojen julkaisuhetket päivän kierrokselle, kuten Liigapörssiä pelaava haastateltava kertoo:

”Oikeastaan rutiineista, niin aina kun pelikierros on, että kokoonpanot tulee julki niin aina silloin tulee tsekkailtua että pelaako ne mun pelaajat siellä ja kannattaako jotain vaihtoja tehdä. Et se on ihan semmonen, kun se yhdeltä julkistetaan, ja sit itse katselee kelloa et oho se on yli yksi, niin mennäns kättelee nää jutut taas. Se on kyl ihan semmoinen Pavlovin koira -juttu mulle.” (H4)

Pelissä menestymisellä on suuri vaikutus siihen, miten intensiivisesti pelaajat kulluttavat siihen aikaa. Muun muassa Dwyer (2013) totesi, että mitä paremmin pelaajalla meni oman joukkueensa pisteiden valossa, sitä tarkemmin pelaamiseen keskityttiin ja käytettiin aikaa. Heikosta menestyksestä tuleva motivaation lasku vaikuttaa pelaamiskiinnostuksen vähenemiseen tai lopahtamiseen. Tulokset haastatteluista allekirjoittavat tämän väitteen, kuten H3 kertoo:

”Varsinkin tossa toissakaudella, kun pärjäsin hyvin, niin silloin se menestymisen kyllä ruokki sitä, että tuli oikeasti kelattua niitä loukkaantumislistoja ja sitten pelaajien arvonnousuja ja -laskuja, ja sen mukaan suunniteltua vaihtoja. Nyt taas kun on mennyt huonommin tällä kaudella, niin tosi paljon vähemmän ajallisesti kuluu siihen aikaa, että haetaan enemmän intuitiolla ja eipä paljon muuten pyöri päässä kun sen mitä käy vaihdot tekemässä ennen kierrosta.” (H3)

Pelien järjestäjät ovat todennäköisesti tietoisia tästä ilmiöstä ja niiden mekaniikoissa onkin usein pyritty ehkäisemään tätä mahdollista huonon menestyksen aiheuttamaa kiinnostuksen lopahtamista. Keinoja tähän ovat olleet muun muassa kauden jakaminen useampiin jaksoihin kuten Liigapörssissä tai kehittämällä peliin bonusominaisuuksia, joilla isotkin piste-erot ovat vielä mahdollisesti kurottavissa kiinni, kuten Fantasy Premier Leaguessa. Muutama haastateltava mainitsi, kuinka tätä ilmiötä oltiin taklattu heidän pelaajaryhmänsä oman palkitsemisjärjestelmän avulla. Nämä on avattu tarkemmin luvussa 5.2.4.

Vaikka kaikki haastateltavat olivat melko aktiivisia fantasiaurheilupelien pelaajia, pelaamisen ja siihen liittyvien rutiinien merkittävyys heidän arjessaan vaihteli erittäin paljon. Mitä suuremmalla intohimolla pelissä pärjäämiseen suhtautuu, sitä enemmän siihen on myös valmis käyttämään aikaa. Lisäksi, kuten edellä jo todettiin, pelissä pelattavan urheilusarjan ottelurytmi sekä pelistä ja urheilusarjasta ylipäättänsä tarjolla olevat mediat ovat suuria vaikuttajia siihen,

millaisia rutiineja pelien ympärille oltiin muodostettu. On tahdiltaan melko erilaista seurata ja pelata lähes joka yö muuttuvia NHL:n HockeyGM:n tapahtumia, kuin lähes vain viikonloppuisin pelattavia sarjoja kuten Englannin Valioliigaa tai NFL:a.

Teemahaastattelujen aikana esille nousi myös pelaamisen mahdolliset negatiiviset puolet kuten riippuvuus, ylimitoitettu ajankäyttö, masennus tai stressi. Kukaan haastateltavista ei kuitenkaan suoraan ilmaissut, että pelaaminen olisi lähtenyt käsistä tai aiheuttanut suurta harmia henkiselle hyvinvoinnille.

*”Tyttöystävä joskus kuittailee, jos joskus illalla myöhään nysvää vielä vaihtoja siinä sängyssä. Mutta ei sillain liikaa tunnu vievän aikaa.” (H1)*

*”En oo päästänyt sitä siihen koskaan, että siihen menis liikaa aikaa, että ei silleen negatiivisia puolia oo ollut. Ehkä ainoa juttu on silloin, kun jänne keväällä lopahtaa kun ei ole enää menestymismahdollisuuksia, niin siitä voi syntyä vähän semmoista turhautumista itseensä ja syyllisyyttä, se on ehkä ainoa juttu.” (H2)*

*”No ei oikeastaan kyllä ikinä. Mulla oli yksi satumainen kausi jossa pärjäsin niin hyvin, et olin koko maailmassa kympin sakissa, niin silloin siihen käytti paljon aikaa, mutta se oli yhtä juhlaa koko ajan, eikä siitä koko elämä nyt menny raiteiltaan.” (H3)*

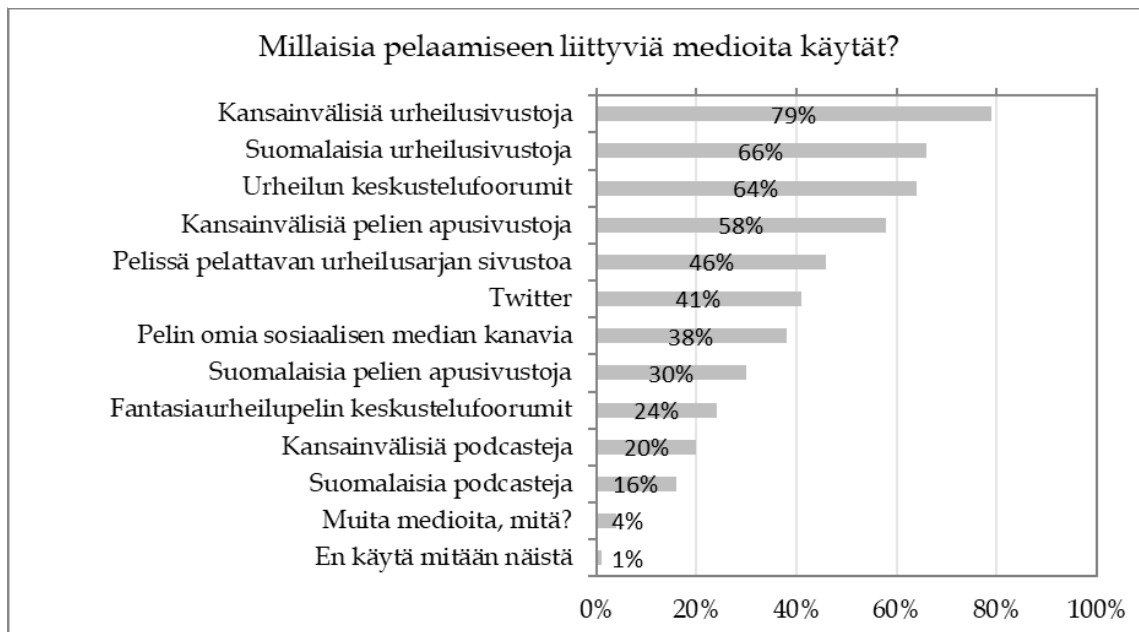
*”Hmm, onhan sitä joskus mennyt työaikaa vaihtojen tekemiseen tai muuhun tilastojen katteluun. Mutta en nyt koe, että mitenkään liikaa veisi aikaa tai olisi jotenkin pois muusta elämästä. Vaikka se on kyllä melko selvä, että aika koukussa tähän oon.” (H6)*

Vaikka aikaa fantasiaurheilupeleihin voidaankin käyttää näennäisesti paljon muihin harrastuksiin verrattuna, ei pelaamisella koettu olevan lähes ollenkaan negatiivisia puolia.

### 5.2.3 Mediakäyttö ja viestintä

Suomalaisista fantasiaurheilupelaajista aiemmin artikkeleita julkaisseet Turtiainen (2007) ja Sotamaa (2013) ovat todenneet, kuinka fantasiaurheilupelien pelaaminen kiinnittyy läheisesti yleiseen mediaurheilun kuluttamiseen ja kuinka fantasiaurheilu, samoin kuin muut urheilufaniuden muodot, nojaavat vahvasti kansainvälisen urheilumedian infrastruktuuriin (Sotamaa 2013). Tämän tutkimuksen aineisto tukee tätä näkemystä. Kaikki haastateltavat kertoivat kuluttavansa (oman näkemyksensä mukaan) urheilumedioita keskivertokansalaista varmasti enemmän. Mutta millaisia medioita itse fantasiaurheilupeleihin liittyen sitten tarkemmin seurataan? Taulukossa 7 on esitetty vastaajien käyttämät mediat karkeasti luokiteltuina erilaisiin kategorioihin.

Taulukko 7. Mediakäyttö pelaamiseen liittyen



Pelaamiseen liittyvää mediakäyttöä kysyttiin erikseen kysymyksellä, jolla haettiin vastauksia siihen, minkälaisista mediaympäristöistä pelaajat etsivät tietoa ja mahdollisesti myös vinkkejä pelissä tehtäviin valintoihin liittyen. Suosituimpia olivat kansainväliset urheilusivustot, suomalaiset urheilusivustot, urheilulajiin keskittyvät keskustelufoorumit ja kansainväliset kyseiseen peliin liittyvät apusivustot. On oletettavaa, että urheilulajien keskustelufoorumit hieman ylikorostuvat näissä vastauksissa, kun linkkiä kyselylomakkeeseen jaettiin jalkapallon Futisforum2 ja jääkiekon Jatkoaika.com -keskustelufoorumilla, joista suuri osa vastaajista saatiin hankittua. Yli kolmannes vastaajista ilmoitti käyttävänsä myös pelissä pelattavan urheilusarjan sivustoa kuten esimerkiksi Liiga.fi:tä, premier-league.com:ia tai nhl.com:ia. Niin ikään yli kolmannes käyttää Twitteriä tai seuraa fantasiaurheilupelin omia sosiaalisen median kanavia. Podcastit mediamuotona ovat yleistyneet Suomessa viime vuosien aikana voimakkaasti (Radiomedia 2018), mutta fantasiaurheilupelaamiseen liittyen ne ovat vielä melko pienessä roolissa ja mukana mediapaletissa noin joka viidennellä vastaajalla.

Vertailtaessa mediakäyttöä vastaajan pelaamiin peleihin verrattuna voidaan todeta, että kansainvälisiä pelejä ja urheilusarjoja pelaavilla medioita on käytössä hieman laajemmin. Monien miljoonien käyttäjien maailmanlaajuisesti pelaamiin peleihin kuten Fantasy Premier Leagueen tai NFL Fantasyyn löytyy laajempi kattaus erilaisia apusivustoja, eri näkökulmilla tehtyjä podcasteja ja sosiaalisia medioita, jotka keskittyvät nimenomaan fantasiaurheiluun. Suomalaisia pelejä pelaavat ja sarjoja seuraavat henkilöt joutuvat tyytymään yleisesti urheilulajista ja sen tapahtumista tehtyyn viestintään ja luomaan näiden pohjalta omia näkemyksiään fantasiaurheilupelissä tehtäviin valintoihin. Tämä näkyi myös haastateltavien vastauksissa.

”No LiveTuloksista yleensä kurkataan tulokset, ja sitten tilastosivuja, mistä näkee tarkemmin ylivoima- ja alivoimatilastoja. Twitteristä välillä, jos tietää että on mahdollisesti jotain loukkaantumisia, niin tsekataan sieltä muutamilta tutuilta tileiltä, et onko niillä tarkempaa tietoa asiasta.” (H1)

”Seuraan tietysti urheilua muutenkin, siinä tulee Valioliiga sitten mukana, pääasiassa Hesarista tai Ilta-Sanomista, aika pitkään myös Urheilulehdestä, mutta just nyt se on katkolla. Sit on semmoisia tiettyjä sivustoja, tietysti Premier Leaguen omat sivut, mutta että sitten on vielä Fantasyfootballscout, joka antaa vinkkejä esimerkiksi oleteuista kokoonpanoista, joka on kohtuu hyödyllinen vaihtojen tekemiseen.” (H2)

”Paria podcastia tulee kuunneltua joka viikko, ja ne käsittelee siis ihan suoraan fantasiaa. Sitten on noita erilaisia apusivustoja ja tilastosivuja ihan tolkun määrää, meidän kimpassa on muutamia jotka jaksaa niitä enemmänkin hinkata, mutta en itse kuulu heihin, tykkään mennä enemmän fiiliksellä.” (H5)

”Liigapörssin omia tietty kättelee, ja sitten Liigan tilastoja, etenkin yli- ja alivoimista Liigan sivuilta. Jatkoajan keskustelupalsta, sieltä lueskelee onko jotain pelaajaa haukuttu vai kehuttu, nekin pääsee välillä vähän liikaa vaikuttamaan omiin päätöksiin. Kyllä mä mahdollisuuksien mukaan kattelen niitä pelejäkin, mutta enemmän se on näiden lukujen seuraamista ja johtopäätösten tekemistä. Kiekkokierrosta sit radiosta joskus ja koosteiden katsomista.” (H4)

Aineiston perusteella fantasiaurheilupelaajilla on hyvin yksilöllisiä mediankäyttötapoja, jotka ovat usein rutiininomaisia ja toistuvia urheilusarjan pelirytmien mukaan. Suurin yhdistävä tekijä fantasiaurheilupelaajien mediakäytössä aineiston perusteella on yksinkertaisesti se, että urheiluun liittyviä medioita seurataan paljon. Muita yleistyksiä kaikkien fantasiaurheilupelaajien keskuudesta ei voida aineistosta todeta. On kuitenkin todennäköistä, että yksittäisen fantasiaurheilupelin kuten esimerkiksi Liigapörssin pelaajien keskuudessa käytetään paljon samoja medioita tilastojen tarkasteluun, loukkaantuneiden pelaajien tiedusteluun ja pelistä keskustelemiseen. Lisäksi haastatteluiden perusteella voidaan todeta, että fantasiaurheilupelejä intensiivisemmin ja tavoitteellisemmin pelaavat pelaajat tutkivat useammin pelin valinnoissa auttavia medioita kuten tilastoja tai vinkkisivuja. Haastateltavat, joille fantasiaurheilu oli hieman vähemmän merkityksellistä oheistoimintaa urheilun seuraamiseen, eivät kokeneet käyttävänsä erikseen media-aikaa fantasiaurheilua varten, toisin kuin tilastoja tarkemmin tutkailivat, tavoitteellisemmat pelaajat.

Edellä listattu mediakäyttö sisälsi pääasiassa passiivista mediakulutusta, jossa erilaisia medioita seurataan, mutta sisällön tuottamiseen ei itse juurikaan osallistuttu. Pelaamiseen liittyvän keskustelukulttuurin ymmärtämiseksi oli kuitenkin syytä kysyä tarkemmin myös paikoista ja medioista, joissa peleistä keskustellaan. Haastatteluissa paneuduttiin lisäksi tarkemmin siihen, millaista keskustelujen sisältö on ja miksi peleistä ylipäätään keskustellaan erilaisissa medioissa.

Selkeästi yleisin peleistä keskustelupaikka ovat suljetut pikaviestipalvelut, joiden käyttö on suurimmalle osalle suomalaisista arkipäivää (DNA 2018). Palvelut kuten WhatsApp, Facebook Messenger tai Slack ovat otollisia paikkoja ryhmäkeskusteluille. Palveluista käytetään nimeä *dark social media*, sillä niissä käytävää viestintää ei voida julkisesti tarkastella, vaan viestit näkyvät vain ryhmässä mukana oleville jäsenille (Swart ym. 2018). Yli 87 prosenttia vastaajista keskusteli

peleistä vähintään silloin tällöin suljetussa pikaviestipalvelussa ja yli 47 prosenttia ilmoitti tekevänsä tätä usein. Fantasiaurheilu esiintyy vastaajien puheenaiheena myös kasvotusten käytävissä keskusteluissa, suuremmalla osalla kuitenkin vain silloin tällöin (62 %), kuin usein (35 %). Twitter, pelipalvelun keskustelufoorumit muut sosiaaliset mediat kuten Instagram, YouTube tai Snapchat, sekä osittain myös internet-keskustelufoorumit korostuivat paikkoina, joissa monet pelaajat seuraavat keskustelua, mutta eivät välttämättä itse osallistu tai tuota sisältöä niihin aktiivisesti. Tämä vahvistaa yleistä käsitystä julkisten sosiaalisten medioiden käyttäytymisestä, jossa pieni osa käyttäjistä luo sisältöä, mutta joita moni kuitenkin passiivisemmin seuraa melko aktiivisesti. Vastaajat eivät listanneet vaihtoehtojen ulkopuolelta juurikaan muita medioita. Avoimia vastauksia listauksen ulkopuolelta tuli yhteensä 14, joista puolet mainitsivat Reddit -verkkopalvelun merkittäväksi paikaksi, jossa lähinnä seurataan keskusteluja ja poimitaan vinkkejä. Reddit on minimalistisen käyttöliittymän sosiaalinen verkkosivusto, jossa keskustelufoorumin tapaan voidaan jakaa linkkejä ja keskustella erilaisista aiheista. Reddit on suosittu erityisesti kansainvälisiä pelejä pelaavien parissa.

Taulukko 8. Keskustelut fantasiaurheilupeleistä

**Keskusteletko fantasiaurheilupeleistä...?**

	Usein		Silloin tällöin		En koskaan		En itse, mutta seuraan keskustelua	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Suljetussa pikaviestipalvelussa	181	47	153	40	49	13	3	1
Kasvotusten tuttavien kanssa	134	35	238	62	12	3	2	1
Kasvotusten työpaikalla	43	11	132	34	209	54	2	1
Internet-keskustelufoorumilla	41	11	124	32	129	33	92	24
Twitterissä	12	3	34	9	267	69	73	19
Muussa sosiaalisessa mediassa	5	1	60	16	272	70	49	13
Avoimessa Facebook-ryhmässä	3	1	29	8	326	84	28	7
Pelipalvelun keskustelufoorumilla	3	1	42	11	284	74	57	15
Jossain muualla	9	9	2	2	70	72	16	16

Peleistä keskustellaan luonnollisesti eniten sellaisten henkilöiden kanssa, jotka pelaavat itsekin fantasiaurheilua ja jotka ovat mukana samassa ryhmässä. Fantasiaurheilu toimii haastattelujen aineiston perusteella luontaisena

keskustelunaiheena ja -avauksena. Joissain ihmissuhteissa merkittäväkin osa arkisista keskusteluista on muodostunut fantasiaurheilun ympärille, ja usein riippuen siitä, kuinka paljon henkilöillä on muuten yhteisiä keskustelunaiheita ja harrastuksia.

”Jatkoajassa (jäähkiekon keskustelufoorumi), siellä on Liigapörssi-hölinää, niin sinne nyt hölisen juttujani. Ja sitten appiukko pelaa, se on samassa kimpassa. Sen kanssa tulee peleistä aina juteltua. Sitten on yks toinen kaveri, joka samassa kimpassa mukana. Niiden kanssa lähinnä, ei muita kiinnosta oikein se juttu, ketkä ei ajatuksella sitä hommaa pelaa.” (H4)

”Tuolla meidän WhatsApp -ryhmässä sitä (keskustelua) eniten on. Kiroilua enimmäkseen, välillä juhlintaakin. Ja sitten välillä tuollaisissa arkipäivän keskusteluissakin se nousee esiin. Oikeastaan sellaisten tyyppien kanssa, jotka tässä meidän ryhmässä on, tulee esiin, eipä juuri muiden kanssa.” (H1)

”Mulla on yks lapsuudenkaveri jonka kanssa ollaan nyt parin vuoden ajan koitettu pärjätä näissä karkeloissa vähän paremmin ja pelattu peliä tarkemmalla pietteillä. Varmaan suurin osa meidän WhatsApp -keskusteluista liittyy fantasyyn. Heitetään ideoita ja kerrotaan omia mielipiteitä et kuka on hyvä pelaaja ja mitä taktiikoita ja vaihtoja kannattais seuraavaksi tehdä. Ja sit aika usein jälkiviisauksia siitä, mitä olisi pitänyt tehdä.” (H6)

Mediakäyttö fantasiaurheilussa on jaettavissa karkeasti kolmeen osaan. Ensimmäisenä on itse urheilulajin seuraaminen, tv-lähetykset ja urheilu-uutisten lukeminen sekä niistä keskustelu. Haastatteluiden perusteella fantasiaurheilun pelaaminen on muutamissa tapauksissa lisännyt näiden kulutusta, mutta suurin osa seuraisi urheilulajia tai -sarjaa muutenkin, vaikka ei osallistuisikaan fantasiaurheilupeliin aiheesta. Toisena on median kuluttaminen oman fantasiaurheilujoukkueen menestysmahdollisuuksien parantamiseksi. Tämä voi tarkoittaa muun muassa aiheeseen liittyvien podcastien kuuntelua, kokoonpanojen tarkasteluja, pelaajien arvonnousujen seuraamista tai tilastoiden tutkimista. Aineiston mukaan näiden medioiden käyttö vaihtelee sen mukaan, kuinka korkealla pelaajan motivaatio on, ja kuinka tärkeänä hän joukkueensa menestymisen näkee. Menestymättömyys pelissä todennäköisesti enemmän vähentää kuin lisää näiden medioiden käyttöä. Kolmantena on keskustelut fantasiaurheiluun liittyen erilaisissa medioissa, jossa WhatsAppin kaltaiset pikaviestipalvelut ovat suuressa roolissa. Peleistä keskustellaan sellaisten henkilöiden kanssa, jotka niitä itsekin pelaavat, useimmiten samassa ryhmässä. Fantasiaurheilu tarjoaa luontevan keskustelunaiheen tällaisten henkilöiden välille, mutta kaikista suosituin keskustelumuuoto ovat kuitenkin ryhmäkeskustelut omassa pelaajaryhmässä.

#### 5.2.4 Pelaajaryhmät

Kyselyn ja haastattelujen perusteella kaikista suurimmassa roolissa oli ryhmäpelaaminen, jolla pyrittiin löytämään vastauksia tutkimuskysymyksiin ja näin paikkaamaan aiheen tutkimusaukkoa. Ryhmäpelaamisen tärkeydestä fantasiaurheilupelaajien keskuudessa on aiemmin ollut hyvin vähän tutkittua tietoa. Ryhmäpelaaminen on aiemmin esiintynyt tutkimuksissa mukana pelaamisen yksilöllisten motiivien kartoittamisessa, mutta itse ryhmiä ja niiden toimintaa ei

ole aiemmin tarkemmin avattu. Kyselyssäkin lähdettiin ryhmäpelaamisen osalta liikkeelle yksinkertaistetulla kysymyksellä ryhmäpelaamisen roolista pelaamisen syynä. Vastajille tarjottiin neljä vaihtoehtoa, joista heidän piti valita itseään kuvaavin ilmaisu. Vastausvaihtoehdot oli valittu niin, että vastaajat joutuivat ottamaan kantaa myös siihen, koostuvatko ryhmät vastaajan entuudestaan tuntemista vai hänelle tuntemattomista henkilöistä. Tulokset ovat esillä alla taulukossa 9.

Taulukko 9. Syyt pelaamiselle ryhmä- ja kokonaiskilpailujen välillä



Valtaosa, yli 90 prosenttia kyselyyn vastanneista fantasiaurheilupelien pelaajista koki kilpailun muita oman ryhmän pelaajia vastaan merkittäväksi osaksi pelaamiskokemusta. Useimmat kokevat kilpailun oman pelaajaryhmän sisällä, jonka jäsenet ovat useammin tuttuja kuin tuntemattomia, tärkeämmäksi kuin osanottamisen yleiseen kokonaiskilpailuun, joka peleissä usein kuitenkin on mukana. Määrällinen tulos vahvistaa tutkimusasetelman validiutta siitä, että nimenomaan ryhmäpelaamisen toimintaa on relevanttia tutkia fantasiaurheilupelaamisen ilmiönä.

Pelaajaryhmät eli niin sanotut kimpat ovat muodostettu yleensä muutenkin tutuista kaveri-, harrastus-, tai työporukoista. Yli 92 prosenttia vastaajista ilmoitti osallistuneensa kaveriporukasta koostettuihin fantasiaurheilupelien ryhmiin, mutta myös harrastusporukan (39 %), online -yhteisön kuten esimerkiksi keskustelufoorumien (35 %) ja työpaikan (28 %) ryhmät ovat melko yleisiä. Luvuista voidaan myös päätellä, että pelaajat ovat olleet fantasiaurheilupelaamisen historiansa aikana monissa erilaisissa ryhmissä mukana.

”Nyt meillä on semmoinen 12 hengen kimppa. Siin on muutama alaikäinen, oma poika on yks niistä ja muut on täysi-ikäisiä. Täysi-ikäisillä on panos, viiskymppiä osallistumismaksu. Sit vanhastaan niitä on ollut erilaisia komboja, mä oon ollut

yhdessä työkaverin kimpassa kun perehdyin Valioliigaan enemmän, siinä oli kaikki muut tuntemattomia. Silloin kun aloitin fantasyiden parissa, niin oli yksi mun kaveri ja hänen muutama savolainen kaverinsa, joita mä en ikinä tuntenut, silloin pelattiin Liigapörssiä. Sitten urheilutoimittajakoulun aikana mä ite pyöritin, siinä oli kollegoja höystettynä pikkuveljellä ja parilla kaverilla.” (H2)

Vaikka ryhmät ovatkin muodostettu usein alkujaan jonkin muutenkin tekemisissä olevan tiiviin porukan ympärille, on mukaan kutsuttu matkan varrella usein myös ryhmän jäsenille tuntemattomia pelaajia. Noin puolet kyselyyn vastanneista ryhmäpelaajista ilmoittivat pelanneensa ryhmässä, joka sisältää heille sekä tuttuja että tuntemattomia jäseniä. Hieman alle kolmannes on ottanut osaa ryhmään, joiden jäsenten kanssa ei muuten ole ollenkaan tekemisissä. Haastattelussa korostui, että ryhmien kokoja on usein pyritty kasvattamaan tai hakeuduttu isompaan ryhmään ottamalla mukaan uusia, monelle ryhmän jäsenelle tuntemattomia pelaajia.

”Kouluaikoina oli lähinnä koulukaverien kanssa aina jokin oma ryhmä eri peleissä, ja sit mentiin saman porukan kanssa yhdessä joihinkin isompiin ryhmiin, josta ei tunnettukaan ketään.” (H4)

On yks sellainen, jossa on lähimpiä kavereita, sit sitä on lähdetty siitä kasvattamaan, se on pyytänyt sen kavereita, ja niin edelleen. Sit oon ollut Futisforumin omassa Valioliigakimpassa, ja kerran bongasin sieltä foorumilta, että voi liittyä vapaasti tämmöseen kimpaan parinkymppin panoksella, ja siinä oli pelkästään tuntemattomia. (H1)

Eri pelien ominaisuudet vaikuttavat paljon myös siihen, millaisia ja minkäko-koisia ryhmiä niiden ympärille on muodostunut. Fantasy Premier Leagueta pelannut haastateltava kertoi kuuluvansa useampiin ryhmiin samalla joukkueella, osan näistä ollessa aktiivisempia ja osan kommunikoidessa vain kauden alkaessa ja sen päättyessä.

”No tuossa FPL:ssä on se hyvä puoli näihin muihin mun pelaamiin peleihin verrattuna, että samalla joukkueella voit kisata useammassa ryhmässä. Se on varmaan yksi syy, miksi siihen jaksaa sit panostaa enemmän kuin fantasyihin aiemmin. Toisaalta huono puoli on se, että sit kun menee huonosti, niin menee kaikkialla huonosti ja kiinnostus lopahtaa. Muutama näistä ryhmistä on sellainen jossa on aktiivistakin meininkiä ja juttelua peleistä joka viikonloppu, mutta joissakin vaan kerätään ja maksetaan rahat kauden alussa ja lopussa.” (H6)

”Pääpaino on ollut kaverikimpat, jossa on nimellinen, tyyliin jallupullo panoksena. Mä en oo oikeastaan koskaan pelannut kovin isosta rahasta mitään kimppaa, mutta sitten siinä on tullut oltua mukana vuodesta toiseen, varmaan siitä asti kun alotti, niin tossa Futisforumin kimpassa ja muutamassa muussa myös, samalla joukkueella.” (H3)

NFL Fantasyssa olennainen asia on pelimuoto, joka on useimmiten draft-tyylinen liiga, jossa urheilusarjan pelaajat varataan järjestyksessä kimpassa mukana olevien joukkueiden kesken, ja yksi urheilusarjan pelaaja ei voi täten olla edustettuina kuin yhdessä kimpan joukkueessa kerrallaan. Pelaajia voidaan varaustilaisuuden jälkeen sitten vaihtaa oman liigan sisällä. Draft-tyylisessä kilpailussa ei siis oikeastaan kilpailla niin sanotussa kokonaiskilpailussa ollenkaan, vaan pelkästään oman ryhmän sisällä.



”Osa meidän kimpasta on useammassa erilaisessa draft-liigassa mukana, mutta sellainen touhu voi mennä jo aika raskaaksi ja aikaa vieväksi. Mä oon tykännyt tästä tosi paljon, et varsinkin toi suunsoitto ja muu tällainen spekulointi on paljon tiiviimpää, kun et seuraa pelkästään omaa joukkuetta, vaan sitä pitää koittaa aina suhteuttaa suoraan niihin oman kimpan vastustajiin.” (H5)

Vastaajia pyydettiin kyselylomakkeessa miettimään seuraavaksi yhtä ensimmäisenä mieleen tulevaa ryhmää, jossa he pelaavat tai ovat pelanneet fantasiaurheilupelejä. Kyselyssä oli avoin ja vapaaehtoinen vastauskenttä, johon sai halutessaan kirjoittaa ryhmän nimen ja kuvailla sitä muutamalla sanalla. Jopa 159 vastaajaa halusi käyttää mahdollisuuden kertoa ryhmästään tarkemmin, ja näistä vastauksista muodostuu jo sinällään varsin hyvä kuva siitä, millaisia tyyppilliset fantasiaurheilupelien pelaajaryhmät ovat.

”n. 20 hengen porukka, joka pelaa Fantasy Premier Leagueta jo muutaman vuoden ajan. Tunnen muutaman henkilön henkilökohtaisesti, mutta loppuja ryhmän jäseniä en ole edes koskaan tavannut”

”Fantasy premier leaguea pelaava laajennettu opiskelukavereiden ryhmä, jossa muut ryhmän jäsenet ostavat voittajalle sipsejä. Ainakin teoriassa.”

”Hyvistä kavereista ja toisaalta enemmän tuttu-kategoriaan luettavista tutuista koostuva ryhmä, jonka jäsenet seuraavat vaihtelevissa määrin valioliigaa. Usealla jalkapallotaustaa, mutta myös jääkiekko.”

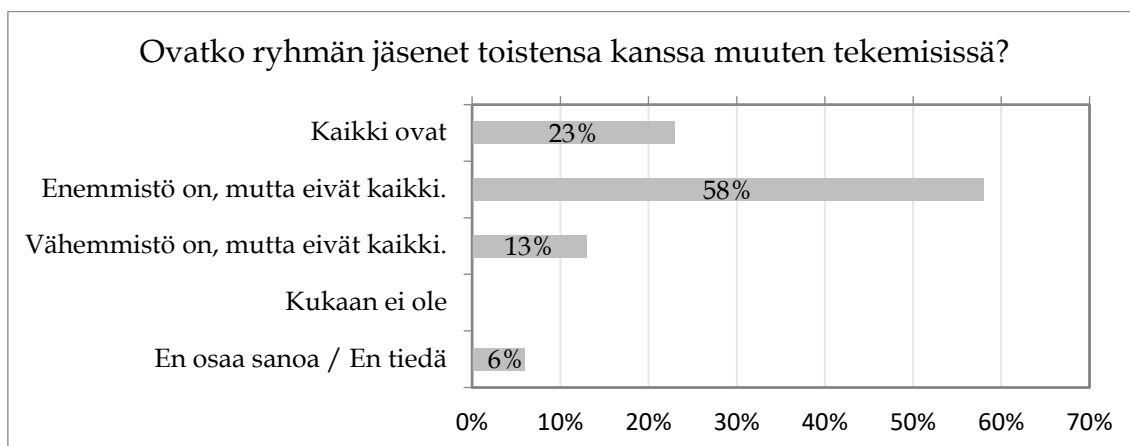
”Olen osana liigapörssikimppaa jonka on alunperin perustanut paikallinen ravintolayrittäjä jonka isäni tunsu työnsä kautta.”

”Ryhmä koostui alunperin lähes kokonaan tuntemattomista henkilöistä. Aluksi tutustuin jäseniin WhatsAppissa, myöhemmin fantasytapaamisissa.”

”NFL:n Fantasya olen pelannut useita vuosia kymmenen hengen ryhmässä, jossa on pelkästään läheisiä ihmisiä eli siis hyvässä kaveriporukassa.”

Kuvailuista on yleistettävissä ainakin yksi olennainen teema: ryhmä on alunperin muodostettu yhden tiiviimmän porukan ympärille, mutta ryhmän kokoa on kasvatettu kutsumalla mukaan jollekin ryhmän jäsenelle tuttu pelaaja, jota muut eivät kuitenkaan tunne. Näin ollen ryhmässä on nykyhetkellä usein mukana jäseniä, jotka ovat toisilleen tuntemattomia, tai ovat jopa tutustuneet fantasiaurheilun pelaamisen kautta. On toki olemassa myös ryhmiä, jotka ovat pysyneet tiiviinä oman kaveri- tai työporukan juttuna. Kyselylomakkeessa oli osuva kysymys aiheesta, jonka tulokset ovat alla taulukossa 10.

Taulukko 10. Ryhmän jäsenten väliset suhteet



Tulokset vahvistavat avoimista ryhmäkuvailuista tehtyä tulkintaa. Tyypillisessä ryhmässä enemmistö ryhmän jäsenistä on tekemisissä toistensa kanssa fantasiaurheilun ulkopuolellakin, mutta aivan kaikki ryhmän jäsenet eivät tunne kuitenkaan toisiaan (58 prosenttia vastaajista). Myös tiiviimpiä ryhmiä löytyi paljon, joissa kaikki tuntevat toisensa hyvin (23 prosenttia).

”Kouluaikana oli lähinnä niitä koulukavereiden kanssa, oli oma kimppa aina eri peleissä. Sit joskus sovittiin sil samalla porukalla, et mennään johonkin toiseen kimppaan mukaan missä oli muitakin ihmisiä, jotain ihan tuntemattomia tyyppejä. Meitä saattoi silloin olla joku 5-6 meitä jotka pelasi, niin mentiin sit semmisiin vähän isompiin ryhmiin yhdessä.” (H4)

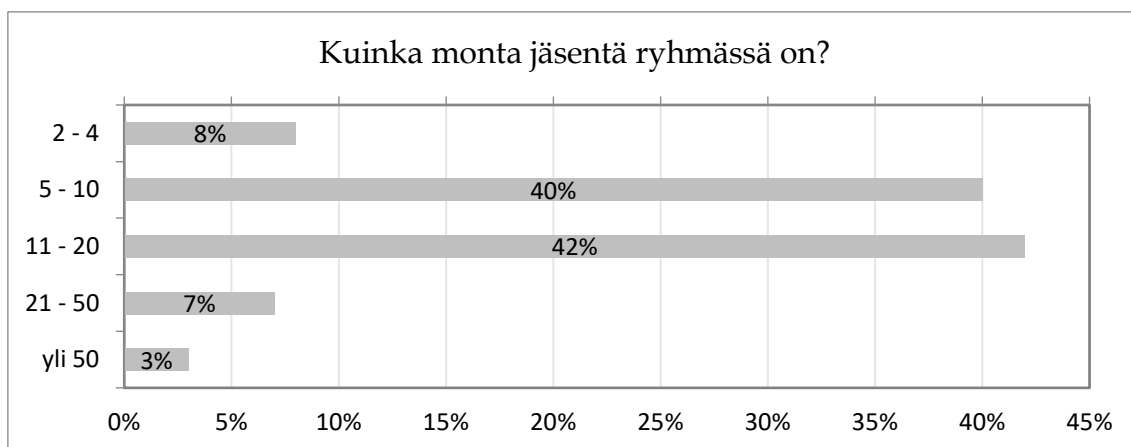
”Oli se yläasteen porukka, sitten nykyinen opiskelukavereiden kimppa, sit on Fantasy Premierissä sellainen ihan lähimpien kavereiden kimppa, johon ne muut on sit pyytäneet omia kavereitaan lisäksi mukaan. Futisforumin omassa Valioliigakimpassa oon ollut mukana, ja sit kerran bongasin sieltä sellaisen, johon sai liittyä vapaasti, kun mainostivat foorumilla että parinkymppin panoksella pelataan, ja siinä on ollut kaikki ihan tuntemattomia sitten.” (H1)

”No meillä nykyisessä on silleen pääsääntöisesti ihan tiiviimmän kaveriporukan ystäviä, jotka tykkää Valioliigasta, ja sen takia sitten pelaa fantasiaa siitä. Mutta sit siihen on saattanut tulla tämän ihan tiiviin kaveriporukan takia mukaan sellaisiakin, jotka ei ees pelejä kato, että ne nyt on laskenut varmaan että ihan hauska tätä on silti pelata, että ei se oo siitä kahestakymppistä tai jallupullosta kiinni, että ihan kiva olla silti mukana.” (H3)

”Nyt tässä Liigapörssissä, oon ollut aika monta vuotta nyt sellaisessa ryhmässä, missä on mun appiukko, siinä on sen duunikavereita ja niiden kavereita, mistä se on muodostunut. Minä ja yks mun kaveri ollaan menty sit sinne mukaan. Siin on joku parikymmentä jäsentä, ja nää on ainoat kenet mä oikeastaan sieltä tunnen. Ne järkkäilee jotain saunailtoja ja tämmöisiä tälle samalle porukalle aika usein, mutta mä en oo sinne vielä mennyt. Siinä on miehiä ja pari naistakin mukana.” (H4)

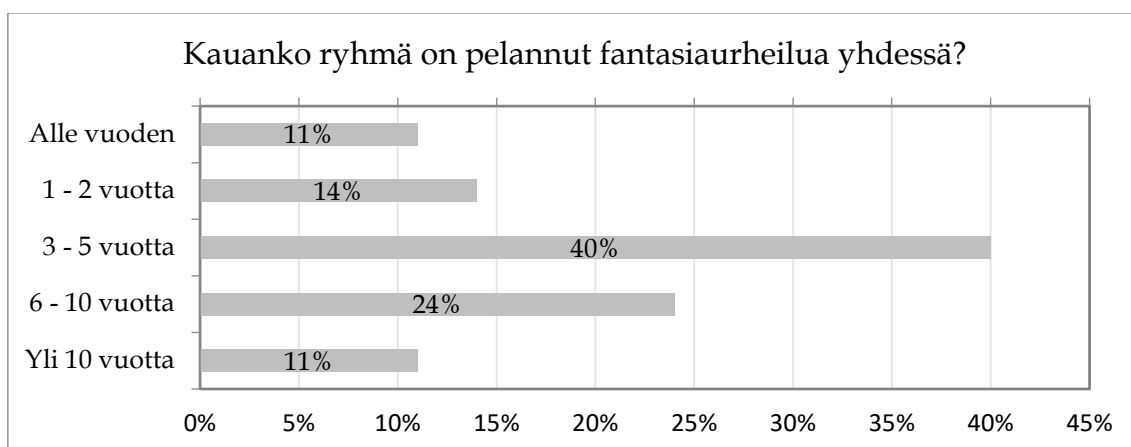
Vastaajien pelaajaryhmät ovat kooltaan yleensä viidestä kahteenkymmeneen jäsentä, yhteensä 82 prosenttia ryhmistä. Yli viidenkymmenen hengen ryhmiin ilmoitti osallistuneensa kahdeksan prosenttia vastaajista.

Taulukko 11. Ryhmän jäsenmäärä



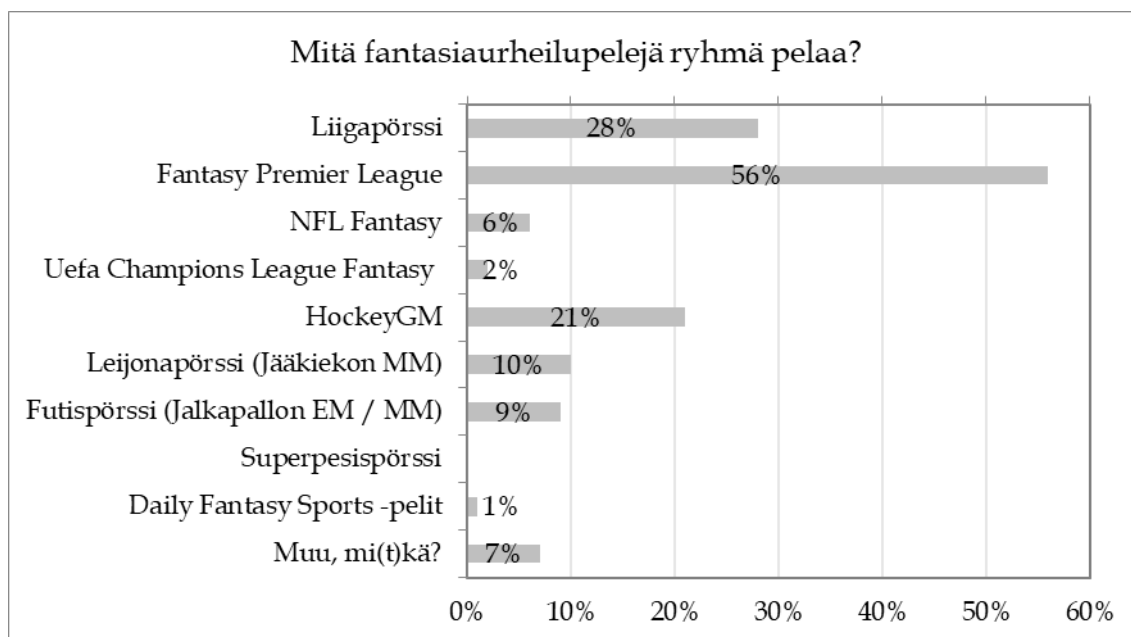
Suurin osa ryhmistä oli ollut toiminnassa 3-5 (40 %) tai 6-10 vuotta (24 %). Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että ryhmäpelaamista on alun kokeilun jälkeen haluttu jatkaa tulevinakin vuosina.

Taulukko 12. Ryhmän ikä



Ryhmissä pelataan yleensä vain yhtä fantasiaurheilupeliä, mutta joissakin ryhmässä useampia. Keskiarvo pelien määrässä oli 1.4 per ryhmä. Suosituimpia pelejä vastaajien ilmoittamissa ryhmässä olivat Fantasy Premier League (56 %), Liigapörssi (28 %) ja HockeyGM (21 %). Vastausvaihtoehdoista kohtaan "Muu, mi(t)kä?" vastanneet kertoivat ryhmänsä pelaavan muun muassa NBA Fantasy, ESPN Fantasy Hockeyta tai Yahoo Fantasy Hockeyta.

Taulukko 13. Ryhmän pelaamat pelit



Suomessa on arviolta vähintään tuhansia, ellei jopa kymmeniätuhansia pelaajaryhmiä, joissa kilpaillaan ryhmän jäsenten välisestä paremmuudesta fantasiaurheilupeleissä. Tässä luvussa on esitelty tuloksia siitä, millaisia ryhmiä fantasiaurheilupelaamiseen on muodostettu ja mistä ne ovat saaneet alkunsa. Ryhmät ovat usein lähteneet liikkeelle tutun kaveriporukan kokeiluna, mutta vuosien varrella ryhmään on tullut myös uusia jäseniä mukaan. Tutkimuskysymyksiin vastataksemme on kuitenkin vielä tärkeämpää ymmärtää sitä, miten ryhmät toimivat ja millaista pelaamisen kulttuuri niissä on. Seuraavassa luvussa esitellään tulokset ryhmien sisäisestä toimintakulttuurista.

### 5.2.5 Ryhmien toiminta

Yleisimpiä tapoja liittyä ryhmään ovat yksinkertaisesti se, että joku ryhmän jäsenistä kysyy tuttuaan mukaan (78 % ryhmistä) tai että uusi pelaaja pyytää päästä mukaan ryhmään joltain sen jäseneltä, kun on kuullut siitä (28 %). Harrastus- tai työporukoiden ryhmissä on luonnollista, että henkilön liittyessä mukaan tähän porukkaan, voidaan häntä pyytää liittymään mukaan myös fantasiaurheiluryhmään (21 %).

”Muistaakseni tän kauden alusta muutama ryhmäläisistä pelasi tätä peliä ilman että tätä meidän kimppaa vielä oli, ihan vaan omasta kiinnostuksesta. Sit kakkosjaksolle alkoivat kysellä meiltä muilta, et pistettäiskö ryhmä pystyyn ja sit siihen lähti meitä varmaan joku kahdeksan tyyppiä mukaan. Nyt jakso kerrallaan siihen on tullut enemmän ja enemmän porukkaa sitten mukaan kun ollaan juteltu tästä vaikka koulun käytävillä niin porukka on kiinnostunut sitä kautta.” (H1)

”Pari kaveria alko joskus 5-6 vuotta sitten yhtäkkiä enemmän innostuu jenkkifutiksesta ja NFL:n seuraamisesta. Mä luulen että se niillä lähti eniten tuolta somen ja erityisesti Twitterin kautta. Sit jossain vaiheessa ne sai meitä Super Bowl -iltojen ja muiden myötä enemmän kiinnostumaan tästä ja sit yhtenä syksynä ehdotti fantasiaa.

Oikeastaan kaikki meidän kaveriporukan ryhmästä jäi siitä asti tavallaan koukkuun siihen ja se on ollut kyllä nastaa.” (H5)

”Itse oon pelannut näitä teini-iästä asti aika paljon kaikkea erilaisia vaihtelevalla aktiivisuuden tasolla. Kai sitä yleensä ryhmiin on kutsuttu lähinnä tutuista ja puolituista kenen tietää olevan jollain tasolla kiinnostuneita siitä lajista. Ja sit toisaalta välillä joku ehdottanut fantasyn perustamista tutulle porukalle johonkin arvokisoihin esimerkiksi, et saatais vähän lisämielenkiintoa seurata kisoja.” (H6)

Suurimmassa osassa ryhmistä pelataan rahapanoksella rahapalkinnoista (68 %), ja tätä voidaan pitää yleisimpänä mallina palkitsemisen suhteen. Avoimissa vastauksissa ilmoitettiin palkintojen sisältävän myös muun muassa kiertopokaaleita, pubin lahjakortteja tai järjestämistä ryhmän tapahtumiin. Mielenkiintoinen lisä olivat myös avoimissa vastauksissa esiintyneet rangaistukset ryhmässä heikoiten pärjänneille, jotka sisältävät erilaisia nöyryyttäviä julkisia esiintymisiä tai järjestämistä tapahtumiin, jossa muita osallistujia kestitään. Erilaisilla palkinnoilla ja rangaistuksilla on pyritty toisaalta tuomaan pientä lisäjännitystä ryhmäläisten väliseen kisaan mukaan ja joissain tapauksissa niillä on myös pyritty motivoimaan sitä, että osallistujat jaksavat pelata jakson tai kauden loppuun asti aktiivisena, vaikka omat menestysmahdollisuudet näyttäisivätkin hupenevan.

”Meil on kymppin panos per nuppi, voittaja saa sen, ja sitten häviäjälle on oma panoksansa, joutuu käydä pelkkä pyyhe päällä hakemassa kahvin tuosta opiskelijakahvilasta. Ekassa jaksossa meillä ei ollut tätä häviäjapanosta, niin huomattiin että aika monella lopahti se kiinnostus jos ei ollut lopussa enää pelattavaa, niin ollaan huomattu että se on ihan hauska tälleen, et kaikilla on pelattavaa loppuun asti.” (H1)

”Mä luulen että iso osa pelaisi ilmankin sitä panosta, mutta se panos auttaa ihmisiä pitämään koko kauden jätteen päällä. Mäkin pelaisin ilmankin, mutta en välttämättä niin paneutuneesti, kun on tavallaan sijoittanut jotain pientä kuitenkin siihen, niin haluaa tehdä sen homman kunnolla ja silloin nauttiikin siitä enemmän. En usko, että kukaan jättäisi pelaamista, vaikka ei ois panosta. Mutta meillä kun on viiskymppiä, niin osa jopa ehkä miettii, että viitsikö tulla niin isolla panoksella mukaan.” (H2)

”No ilman tätä kimppaa ei välttämättä kaikki pelais, mut nyt kun tää kimppa on pystyssä, niin kaikki varmaan pelaisi, vaikka siinä ei oiskaan mitään palkintoa. Et kyl siinä on vaan kivaa se, että vähän saa skabailla frendien kaa.” (H3)

”Meillä tässä nykyisessä kimpassa on ihan kunnan systeemi, että ihan jokaisesta jaksosta katotaan et kuka sen voittaa, niin se saa kaikilta muilta osallistujilta 25 euroa. Ja sit sen lisäksi eri jaksoista lasketaan tälleen formulatyylisiin pisteitä, että eka saa 12 pistettä, toinen 10 ja niin edelleen. Ja niitä sitten seurataan koko tän kauden ajan ja katotaan kuka kokonaisuudessa on ollut paras. Ja sit osa rahoista jaetaan siellä lopussa. Et siellä on aika monimutkaiset systeemit, ja ne on varmaan kymmenen vuotta pelannut näillä systeemeillä jo ennen kuin mä tulin mukaan. Sitten on vielä sellainen pokaali, johon tän kokonaiskisan voittajan nimi kaiverretaan. Et ihan kunnan touhua. Mutta toi on etenkin ihan hyvä systeemi, että aina pitää olla hereillä, meni hyvin tai huonosti, koska niillä pienilläkin pisteillä voi sitten kokonaiskisassa olla isokin merkitys.” (H4)

Ryhmän toimintaan vaikuttaa paljon se, tuntevatko ryhmäläiset toisiaan fantasiaurheilun ulkopuolellakin. Itse pelin mekaniikkaan ja valintoihin se ei juuri

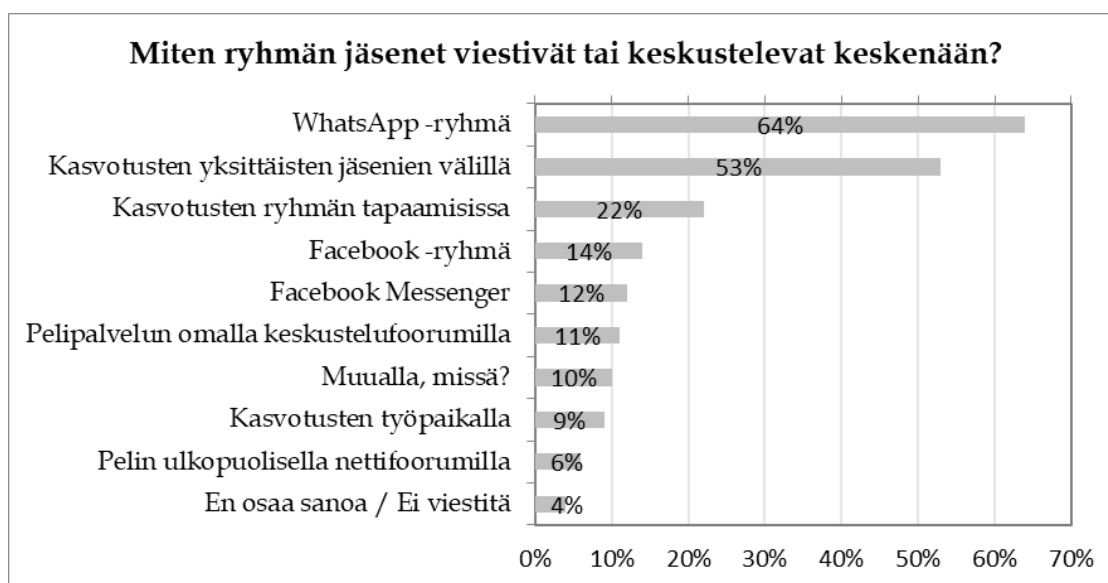
vaikuta, mutta pelaaminen tuntuu erilaiselta, kun sosiaalinen jännite on mukana kokemuksessa:

”No suoraan pelaamiseen ei vaikuta, että tunteeko sen oman ryhmän vai ei, mut sitten kaikkeen muuhun, mitä siinä on ympärillä, niin kyllä vaikuttaa. Jos ei tunne muita, niin seuraa vaan sitä omaa suoritusta ja tilannetta ryhmässä. Mut sit kun on kaveriryhmässä, niin seuraa muidenkin edesottamuksia paljon tarkemmin ja sit tietenkin iso juttu on se, kun keskustelee niistä jutuista paljon enemmän.” (H1)

”Julksiin kimppoihin en oo ottanut osaa koskaan, mulle on ollut tärkeätä että niissä on sellaisia ihmisiä jotka jotenkin saisi kasvot, vaikka en oo kaikkia edes nähnyt, niin ainakin tiedän että on sen ja sen kaveri. Ja sitten siinä jotenkin tulee pikkuhiljaa tuksi ja tietää mitä ne tekee ja mistä päin Suomea se tyyppi on.” (H2)

Ryhmät viestivät toiminnastaan kollektiivina pääosin pikaviestipalveluiden kautta. Yli 63 prosentissa kyselyn vastaajien ryhmistä oli käytössä WhatsApp -ryhmä. Kasvotusten käytävät keskustelut ovat yleisempiä ryhmän yksittäisten jäsenten välillä, kuin koko ryhmän tapaamisissa.

Taulukko 14. Ryhmän viestintäkanavat



Avoimissa vastauksissa mainittiin lisää listaamattomia digitaalisia palveluja, kuten muun muassa Discord -sovellus, Twitter, Snapchat -ryhmät, Slack, Telegram ja mIRC. Kokonaisuudessaan WhatsApp-ryhmä on kuitenkin selkeästi suosituin paikka ryhmän väliseen viestintään.

Ryhmistä 35 prosentissa viestittiin lähes päivittäin, vaikka heidän pelaamassaan lajissa ei olisikaan mitään ottelutapahtumia. Lähes aina ottelutapahtumien ollessa käynnissä viestittiin 18 prosentissa ryhmistä. Lisäksi 31 prosentissa ryhmistä viestittiin silloin tällöin ottelutapahtumien ollessa käynnissä. Harvemmin, noin kerran kuussa viestiviä ryhmiä oli 11 prosenttia ja alle neljä prosenttia viestivät keskenään vain 1-2 kertaa vuodessa tai harvemmin. Kyselyssä kysyttiin myös ryhmän välisen viestinnän sisällöstä, johon oli annettu valmiiksi kahdeksan erilaista keskustelun kategoriaa. Suosituimpia näiden perusteella olivat

järjestyksessä tuulettelu oman joukkueen suorituksista, valittelu epäonnisuudesta, yleinen naljailu, spekulointi ryhmän jäsenten välisistä tuloksista, pelaajasuoritusten arvostelu, tehtyjen pelaajavalintojen arvostelu ja urheilusarjaan liittyvien uutisten jakaminen ja kommentointi. Kaikkia edellä mainittuja esiintyy suurimmassa osassa, yli viidessäkymmenessä prosentissa ryhmistä. 48 prosentissa ryhmistä viestittiin lisäksi itse peliin tai urheilusarjaan liittymättömistä asioista. Avoimissa vastauksissa mainittiin valmiiden vaihtoehtojen ulkopuolelta lisäksi muun muassa ”tilastopornoa ja exceleitä”, vetovinkkien jakamista ja erilaisista oluista keskustelemista. Ryhmän viestinnän välinen sisältö on tutkimuskysymysten kannalta erittäin relevantti aihe, joten aiheeseen paneuduttiin tarkemmin haastatteluisia. Viestinnän sisällöstä voidaan päätellä sitä, millaista arvoa pelaamisen sosiaalisesta puolesta mahdollisesti koetaan saatavan.

”Sellasta spekulointia se on aika paljon ja miettimistä, pääasiassa sitä, että olipa nyt toikin ihmeellinen suoritus tuolta pelaajalta, ja niin edelleen.” (H1)

”Jokainen haluais viedä meidän ryhmän sisällä välillä vähän eri suuntaan. Välillä keskustellaan ehkä vähän analyttisemmin, pätee omina ajatuksina niitä mitä on lukeut lehdistä esimerkiksi. Aika pitkälle se on sitä, kun kierros on kesken, niin on tyypillinen, et sitä chatataan vähän et kuinka huikea veto oli tuossa pelissä, ja niin edelleen. Joillekin se on fanipuhetta, et siel on kaks Arsenal-fania ja yksi ManU-fani, niin niillä välillä vähän sumenee se objektiivisuus siinä hommassa ja muut joutuu vähän naureskelemaan ja oikomaan niitä juttuja sitten. Ironia ja sarkasmi kukkii aika paljon meidän ryhmässä.” (H2)

”Välillä se menee, ehkä 20 prosenttia karkeena heittona, johonkin muuhunkin urheiluun, et linkataan juttuja sieltä täältä, mutta aika vähän loppuen lopuksi. Aiheet pysyy aika paljon urheilussa, debatioksi menee aina välillä, ja välillä semmoista samanmielistä fiilistelyä sitten enemmän. Välillä jopa tunteet kuumenee myös, mutta ne saadaan sillein sopivasti tasottumaan kun ymmärretään että kontekstina on kuitenkin urheilu, joka ei oo niin vaarallista. (H2)

”Meillä oli semmonen WhatsApp -ryhmä jossa näitä puitiin, mutta se on nyt vähitellen kuollut siihen, kun meillä on sitten sellainen isompi ryhmä jossa on paljon samoja henkilöitä mukana, eikä se fantasy nyt niin iso puheenaihe meillä kuitenkaan oo.” (H3)

”No Liigapörssin oma, siellä on ne kimpan viestit, niin siellä keskustellaan jonkun verran. Aika vähän peleistä keskustellaan siellä, nämä muut on töiden kautta niin paljon yhteyksissä suurin osa näistä, niin siellä töissä väännetään niistä kuulemma tupakka- ja kahvitauoilla.” (H4)

”Joka sunnuntai WhatsApp laulaa aika huolella, jos ei olla kaikki samassa paikassa muuten. Ennen asuttiin melkein kaikki samassa kaupungissa, niin sitä tapahtui useammin. Kiroilua siellä aika paljon on ja jotain paskoja meemejä ja joskus porukka koptioi vaikka klippejä pelien huippusuorituksista sinne. Mutta kyllä hymy on huulilla aika usein kun sitä lukee, pakko myöntää että tyttöystävä kotona kyselee välillä et mikäs nyt noin naurattaa. Aika vähän mitään analyttista hommaa pelaajavalinnoista siellä on, mut niistä tulee juteltua parin ryhmäläisen kanssa sitten erikseen.” (H5)

”Paskaa läppää siellä suurimmaksi osaksi, sellasta kevyttä vinoilua aika usein muiden tekemistä valinnoista. Ja sit jauhetaan urheilusta yleisesti, itseasiassa aika paljonkin on sitä, kun tapahtuu jotain, niin siellä pääsee juttelee helposti tuttuja ja puolittutujen kanssa WhatsAppissa siitä. Se siinä on ollut hauska, että ei muuten tulisi näihin puolittutuihin oltua yhteydessä läheskään niin paljon.” (H6)

Haastatteluiden perusteella monissa ryhmissä keskustelut WhatsAppin tyyli-  
sissä palveluissa ovat lähes koko ryhmäpelaamisen suola. Keskustelukulttuuriin  
luonnollisesti paljon vaikuttava asia on, kuinka tuttuja ryhmän henkilöt ovat toi-  
silleen ja kuinka luontevaa viestintä heidän välillään on muuten. Useilla pelaaja-  
ryhmillä oli keskenään myös muita harrastuksia samalla porukalla fantasiaur-  
heilupelaamisen lisäksi, peräti 47 prosenttia ilmoitti ryhmällä olevan muitakin  
harrastuksia. Suosituimpia olivat avoimien vastauksien perusteella joukkueur-  
heilulajit, muut pallo- ja mailapelit, veikkaaminen, tietokonepelit, penkkiurheilu  
ja kaljanjuonti.

Suurimmassa osassa, 82 prosentissa kyselyn vastaajien ryhmistä ei järjestetä  
fantasiaurheiluun liittyviä tapahtumia tai tilaisuuksia. Yhdeksän prosenttia il-  
moitti ryhmän järjestävän tapahtumia noin 2-4 kertaa vuodessa ja kahdeksan  
prosenttia noin kerran vuodessa. Avoimien vastausten perusteella ryhmien ta-  
pahtumissa saunominen on erityisen suosittu harrastus ja myös alkoholin naut-  
timinen ja yhdessäolo sai paljon mainintoja. Lisäksi tapaamisissa sovitaan uusia  
sääntöjä, ihan vaan vietetään aikaa sekä spekuloidaan mennyttä ja tulevaa kautta  
kasvotusten. Joskus tapahtumiin liittyy myös tarkemmin itse peliin liittyviä ritua-  
aleja kuten draft-tilaisuuksissa, joissa varataan urheilusarjan pelaajia omiin  
joukkueisiin vuorotellen.

## 5.2.6 Ryhmäpelaamisen yhdistävä arvo

Haastateltavia henkilöitä pyydettiin arvioimaan syitä omalle fantasiaurheilupe-  
lejä pelaamiselle osana ryhmää sekä kertomaan millaisia motiiveja ryhmäpela-  
amisen aloittamiseen on aikanaan ollut ja miten ne ovat ryhmässä toteutuneet.  
Yhteisöllisyys tuli spontaanina mainintana useammassa vastauksessa.

*”Varmaan se siitä yhteisöllisyydestä tai sellasesta kumpuaa eniten. Itellä ei ainakaan  
suoraan liity lajiin se suurin innostus, niin kai se sit se (yhteisöllisyys) on. Et täs  
meiän ryhmässä on ihan vaan muutama, jotka saattais seurata näin paljon ja pelata  
sitä sillain itekseenkin, mut suurimmalla osalla on se, että haluaa olla mukana tässä  
jutussa. Et ei se rahapanos oikeastaan ainakaan motivoi yhtään, se on siinä ihan jak-  
son lopussa silleen kiva kattoo et kuka nappaa potin, mut en usko et se on osallistu-  
misen lähtökohtana kellekään, että tästä voi voittaa rahallisesti jotain.” (H1)*

*”Siinä on monen kerroksen motiiveja kyllä. Mulle on tyypillistä, että aina yrittää  
koota porukka eri juttuihin. Ja siinä on jo sellaista arvoa sinänsä. Saada porukalla  
semmoista pitkäjänteistä, vähän sellaista yhteisöllistä juttua, ehkä luoda perinnettä-  
kin siitä, että siinä syntyis perspektiiviä ja historiaa, että me ollaan pelattu tätä kauan.  
Että mulla tää liittyy ennen kaikkea sosiaaliseen puoleen.” (H2)*

*”Mä luulen että suurin syy on vaan se, että se itse fantasyn pelaaminen on ihan ki-  
vaa, ja mikäs siihen kivempaa nyt olisi, kun tuoda vähän lisäjännitettä mukaan kave-  
reiden kanssa pikkupanoksella. (H3)*

*”En mä kyl oikeastaan ees tiedä, mikä se motivaatio on. Sitä on oikeastaan paljon ki-  
vempi seurata, niinkun tota lätkää, ja kattelee niitä pelaajia. Ja onhan tässä toki toi  
pieni rahapanos, että on se kiva jos sen saa, ja toisaalta jos sen häviää, niin ei haittaa  
oikeastaan. Mut kyllä varmaan suurin juttu on, että se tuo mielenkiintoa sen lajin  
seuraamiseen. Jossain vaiheessa kun tajusi että alkoi niissä pärjäämään ja oppi miten*



tilastoja kannattaa tulkita ja millaisia poimintoja tehdä, niin aika hiton koukuttavaa meininkiähän se on.” (H4)

”Loistava tapahan tää on pitää kavereihin yhteyttä. Ollaan aina kilpailtu kaikessa mahdollisessa oikeastaan tällä samalla porukalla, on se sit tietovisoja tai urheilua, niin jotenkin ollaan ajauduttu tämmösiin kisailuihin aina. Kai suurin osa ryhmäläisistä vaan nauttii siitä. Alussa se motivaatio oli varmaan vaan, että kokeillaan tämmöstä uutta juttua yhdessä. Mut nykyään fantasy on aika suuressa roolissa siinä, miten ollaan yhteydessä kun porukka on osin vähän hajautunut eri kaupunkeihin. Ja välillä sit fantasyryhmän kautta sovitaan muitakin tapaamisia. Mut pääasia kai on se että jollain lailla tän urheilusarjan seuraamisesta nauttii enemmän kun sitä tekee porukalla tän fantasyn kautta. (H5)

”Ei oo kyllä tullut kauheasti (syitä) mietittyä. Lähden aina aika helposti kaikkeen mukaan ja kun joku ryhmän perustamista ehdotti, niin totta kai olin mukana kun olisin varmaan muutenkin pelannut fantasiaa. Nyt kun on monissakin ryhmässä mukana ni kyl tää on eri juttu sillon jos siellä on aktiivisia keskustelijoita ja sit jos tuntee sitä porukkaa edes jonkin verran. Ja sit kun sattuu niitä samoja tyyppisiä näkee niin aika usein fantasysta höpistään muiden juttujen ohessa. Tuo semmosia ihan kivoja juttuja varsinkin tuolla pimeiden kuukausien keskellä talvella, kun joka viikko voi seurata miten omalla ja muiden joukkueilla menee.” (H6)

Jo näistä ryhmäpelaamisen syihin liittyvistä vastauksista voidaan päätellä, että useammalle haastateltavalle pelien tarjoama sosiaalisen yhteenkuuluvuuden rooli koettiin tärkeäksi ainakin niissä ryhmässä, joissa myös keskustelukulttuuri oli aktiivista. Jotta peleillä olisi sosiaalisesti yhdistävää arvoa, täytyy porukan olla kuitenkin usein jokseenkin ennalta tuttu tai halukas tutustumaan ja toisaalta fantasiaurheilupelaamisen rooli osana tämän porukan toimintaa tulee olla merkittävä. Pelkästään pelin pelaamisella itsessään ei ole siis sosiaalisesti yhdistävää arvoa, mutta peli toimii siinä tarkoituksessa kuitenkin erittäin hyvin, jos ryhmä päätti käyttää fantasiaurheilupelejä tällaisena foorumina. Pelit tarjoavat monelle (teko)syyntä yhteyttä muihin ryhmäläisiin ja kevyttä sisältöä kanssakäymiselle, joka nähdään positiivisena asiana ryhmäläisten välisille ihmissuhteille. Haastatteluiden loppukaneeteissa moni valotti tätä vielä tarkemmin omalta osaltaan.

”Me oltaisiin muutenkin varmasti kyllä paljon yhteydessä, mutta pelaaminen on tuonut yhen mukavan ulottuvuuden siihen kanssakäymiseen opiskelukavereiden kanssa. Semmosta rentoo spekuloitavaa melkein päivittäin.” (H1)

”No kokonaisuutena, kyllä näihin ryhmäläisiin tulee tän ansiosta pidettyä aika paljon enemmän yhteyttä, kuin mitä muuten tulisi. Joidenkin ryhmäläisten osalta meidän välinen yhteydenpito on enimmäkseen tätä, ja paljon harvemmin jotain muuta, mutta on sit poikkeuksiakin, joiden kanssa tulee muutenkin puhuttua paljon kaikesta. Pikkuveljeenkin joka on ryhmässä mukana tulisi varmasti pidettyä muutenkin yhteyttä, mutta kyllä määrällisesti meidän yhteydenpito on aikalailla tän parissa, asutaan eri kaupungeissa. Sitten yksi kaveri on saatu ihan vuosien takaa mukaan, opiskeltiin samoihin aikoihin, mutta nyt on ruvettu myöhemmin parinkymmenen vuoden päästä pitämään yhteyttä tän fantasyn kautta. Yksi urheilutoimittajakaveri on, johon tämä on ainoa tapa pitää yhteyttä. Sitten on yks toinen kaveri nuoruudesta jolloin ei oltu edes siihen aikaan tiivistä kavereita, oltiin sellaisia tuttuja, niin nykyään on tultu sitten enemmän kavereiksi tän fantasyn kautta, et kyl sellaista on ehdottomasti tässä tapahtunut.” (H2)

”Meille tää fantasy on oikeastaan yksi aktiviteetti muiden joukossa, et en mä tiedä ollaanko me tulossa vanhaksi tai jotain, joskus se oli paljon aktiivisempaa keskustelua kyllä. Et meidän ryhmä on niin tiivis porukka, kaikki käy pelaamassa sitä sitten vähän enemmän itekseen ja jutellaan pääasiassa kaikesta muusta.” (H3)

”Osalle tuntuu olevan tosi kovassa roolissa se, että on se saunailta sitten tälle ryhmälle, ja päästään ryyppäämään ja näkemään toisiaan. Jotkut ehkä sen takia on enemmän mukana. Et mä olen mun kaverin kanssa vähän tämmöisenä ulkopuolisena siinä mukana.” (H4)

”Kyllä, ehdottomasti sosiaalisuus on tärkeä juttu tässä, vaikea sanoa oltaisiinko me sitten muuten niin paljon yhteydessä, voihan sitä olla, että oltaisiin keksitty joku toinen tekosyy pitää yhteyttä. Mutta kyllä tää ihan hauskaa sisältöä siihen (kanssakäymiseen) tuo. Ei oo lopulta niin kauheasti väliä kuka nämä pelit voittaa, mutta pääasia että matkalla tapahtui jotain jolle voidaan sitten yhdessä nauraa tai naljailla. (H5)

”Joo, hauska juttu on juuri se, että en varmasti muuten olisi näihin tyyppeihin enää kauheasti yhteydessä. Enkä nytkään ole heihin välttämättä lisää muuten pelien ulkopuolella yhteydessä, mutta jos jossain törmätään, niin onhan se aika helppo rupatella, kun melkein viikoittain kuitenkin WhatsAppissa kirjoitellaan.” (H6)

## 6 POHDINTA

Tässä luvussa vedetään ensin yhteen merkittävimmät tutkimustulokset jaoteltuna kolmeen osa-alueeseen, jotka ovat yksilötason pelaamiskäyttäytyminen, ryhmäpelaaminen ja pelaamisen yhdistävä arvo. Toiseksi esitellään tutkimuksen teoreettinen kontribuutio, eli käydään läpi mitä uutta tutkimus toi suhteessa aiempiin tieteellisiin julkaisuihin. Kolmanneksi pohditaan tutkimuksen liikkeenjohdollisia johtopäätöksiä. Lopuksi käydään läpi tutkimuksen rajoitteet ja esitetään jatkotutkimusideat aiheesta.

### 6.1 Tutkimustulosten yhteenveto

Tutkimuksen merkittävimmät tulokset ovat jaettu alla kolmeen osa-alueeseen. Ensinnäkin, fantasiaurheilun pelaaminen on yksi osa penkkiurheilijan elämäntapaa, jossa urheilun ajankohtaiset aiheet ovat usein esillä sosiaalisissa kanssakäymisissä ja keskusteluissa pikaviestipalveluiden välityksellä. Toiseksi, ryhmäpelaamisen rooli osana pelaamiskokemusta on erittäin merkittävä. Pelaajaryhmiä muodostetaan usein jo olemassa olevien sosiaalisten ryhmien ympärille, mutta niihin liitetään myöhemmässä vaiheessa myös uusia, alkuperäisen ryhmän ulkopuolisia henkilöitä. Kolmanneksi, pelaajaryhmien yhdistävä arvo nähdään erittäin tärkeäksi motiiviksi pelaamiselle, mikäli ryhmässä viestitään aktiivisesti ryhmän jäsenten välillä.

#### 6.1.1 Pelaaminen osana penkkiurheilijan elämäntapaa

Pelaaminen on osa elämäntapaa seurata urheilua eri medioiden välityksellä. Turtiainen (2007) totesi tutkimuksessaan fantasiaurheilun pelaamisen olevan mukavaa ajanvietettä, jonka ohitse muut urheiluun liittyvät harrastukset, kuten oma harrastaminen tai kannattaminen kuitenkin menivät. Sotamaa (2013) taas lisäsi tähän, että vaikka monelle asia onkin näin, on fantasiaurheilusta muodostunut osalle jopa ensisijainen kehys lajin hahmottamiselle ja seuraamiselle. Tämän tutkimuksen tulokset vahvistavat osaltaan molempia väitteitä. Haastateltavista löytyi sekä henkilöitä, jotka muutenkin kuluttaisivat paljon aikaa ja rahaa tietyn urheilusarjan seuraamiseen (H2, H3), että henkilöitä, joille fantasiaurheilun pelaaminen on ensisijainen seuraamismuoto ja yksi suurimmista syistä koko lajin kuluttamiselle (H1, H4, H5, H6).

Lähtölaukaus pelien pelaamiselle tapahtuu yleensä tuttavien suosituksen perusteella. Yleinen kertomus pelaamisen aloittamisesta haastateltavien keskuudessa oli, että ympärillä oleva samanhenkinen urheilusta kiinnostunut kaaveri oli ehdottanut pelaajaryhmään liittymistä tai sellaisen perustamista. Kutsuja peleihin on nykyään entistä helpompi lähettää pelaajien suosimien pikaviestipalveluiden kautta, joka on varmasti madaltanut kynnystä perustaa ja

kutsua ihmisiä mukaan pelaamaan. Suomalaisilla fantasiaurheilupelaajilla ensikosketus on tapahtunut yleensä Liigapörssi-pelin kautta. Tämä johtuu luultavasti ensisijaisesti vain tutkittavien iästä ja heidän melko pitkistä fantasiaurheilupelaamisen historiasta, jonka alkukosketukset ovat tapahtuneet joko 1990-luvun lopussa tai 2000-luvun alussa. Liigapörssi oli tuolloin suvereenisti tunnetuin fantasiaurheilupeli ja jääkiekon SM-liiga suosituin kotimainen urheilusarja.

Pelaamisen ympärille muodostuneisiin arkirutiineihin vaikuttaa suurilta osin pelattavan urheilusarjan otteluaikataulut. Esimerkiksi Fantasy Premier Leaguessa tai amerikkalaisen jalkapallon Fantasy Footballissa vallitsee viikonloppuihin painottuva viikkorytmi, kun taas NHL:n HockeyGM:ssä otteluita pelataan lähes joka yö. Pelien ajankohdat vaikuttavat myös siihen, seurataanko otteluita aktiivisesti niiden aikana, vai tarkistetaanko ainoastaan tulokset aamuisin, kuten NHL:n osalta oli tapana. Myös Sotamaa (2013) totesi Fantasy Premier League -pelaajia haastateltuaan, että pelaamisen arkinen rytmi hahmottuu tiiviissä yhteydessä kansainvälisiin ottelu- ja televisiointiaikatauluihin.

Pelissä menestymisellä ja pelaamisintensiteetillä on keskenään suuri yhteys. Mitä paremmin pelaaja pelissä menestyy, sitä enemmän hän on valmis käyttämään siihen aikaa, eikä pelkästään itse pelipalvelussa, vaan etenkin tilasto- ja apusivustoja, loukkaantumisia ja otteluiden tilanteita seurataan silloin entistä enemmän. Kaikista selkeimmin tämä ilmenee myös vastavuoroisesti toiseen suuntaan – mikäli pelaajan menestyminen on heikkoa, kiinnostus pelaamiseen voi lopahtaa nopeasti, kunnes pisteet lähtevät taas nolliasta seuraavan kauden tai jakson alkaessa. Myös Dwyer (2013) on todennut aikanaan saman yhteyden urheilusarjaan liittyvän kuluttamisen ja fantasiaurheilumenestyksen välillä. Kuten Dwyer toteaa (2013, 44), sekä urheilusarjojen että sen fantasiaurheilupelin kannalta pelien tasaisuus ja mahdollisimman pitkään saavutettavissa olevat piste-erot osallistujien välillä olisivat tärkeää huomioida pelien pistelaskusysteemeissä ja mekaniikoissa. Tutkimuksen tuloksista selviääkin mielenkiintoisesti, kuinka pelaajat ovat itse luoneet ryhmissään erilaisia mekaniikkoja pitää mielenkiintoa yllä kauden tai jakson loppuun asti. Näiksi tehokeinoiksi voidaan laskea esimerkiksi rangaistukset viimeiseksi jäävälle tai useammasta jaksosta koostuvat pistelaskumenetelmät.

Pelaaminen on osa elämäntapaa, jossa urheilun seuraaminen eri medioiden välityksellä on tärkeä osa arkea. Elämäntapaa ohjaavat tietyt urheilusarjoihin liittyvät rutiinit, kuten tulosten seuraaminen, urheilu-uutisten lukeminen tai pelien katsominen. Fantasiaurheilu on yksi osa kokonaisuutta laajemmassa penkkiurheilijan elämäntavassa, jossa urheilun ajankohtaiset aiheet ovat usein esillä sosiaalisissa kanssakäymisissä ja keskusteluissa pikaviestipalveluiden välityksellä.

### 6.1.2 Porukoista kimppoihin – fantasiaurheilun liima

Suomalaiset fantasiaurheilupelaajat aloittavat pelaamisen ja kiinnittyvät peleihin tiiviimmin pääasiassa ryhmien eli niin sanottujen kimppojen kautta. Yli 80 prosenttia vastaajista pelasi pelejä osana ryhmää. Kilpailu omassa ryhmässä

joko tuttuja tai tuntemattomia osallistujia vastaan koettiin erittäin tärkeäksi osaksi pelaamista. Vain viisi prosenttia kyselyn vastaajista ilmoitti pelaavansa pääasiassa omaksi iloksi muita tuntemattomia pelaajia vastaan. Nämä tulokset vahvistavat osaltaan valitun ryhmiin keskittyvän tutkimusasetelman merkittävyyttä. Ryhmäpelaaminen on ollut hyvin harvojen fantasiaurheilusta tehtyjen tutkimusten kohteena aiemmin, vaikka kimpat ovatkin tunnistettu olennaiseksi osaksi fantasiaurheilupelaamisen kokonaiskokemusta (Tacon & Vainker 2017, 581).

Fantasiaurheilupeleihin muodostetut kuluttajayhteisöt eli ryhmät tai kimpat ovat muodostuneet yleensä ensin tiiviin, toisilleen tutun porukan ympärille. Yleisimpiä ovat kaveriporukoiden ryhmät, mutta myös työpaikan ja urheilujoukkueiden ryhmiä esiintyy paljon. Tyypillistä on, että ryhmiin on matkan varrella tullut mukaan myös toisilleen tuntemattomia jäseniä täydennyshenkiloiksi, kun ryhmän kokoa on haluttu kasvattaa. Näin ollen pitempään toimineista ryhmistä usein valtaosa tuntee toisensa, mutta loput ovat yksittäisen ryhmän jäsenen kavereita, sukulaisia tai kollegoita. Enemmistö ryhmän jäsenistä on tyypillisesti tekemisissä toistensa kanssa pelaamisen ulkopuolellakin, mutta eivät kaikki. Vain 23 prosentissa ryhmistä kaikki jäsenet tunsivat toisensa.

Yksi tutkimuksen merkittävimmistä tuloksista liittyy ryhmien keskenään sopimiin palkintoihin. Vain 13 prosentissa ryhmistä pelattiin ainoastaan kunniaa, ja 74 prosentissa ryhmistä pelattiin rahapalkinnoista. Vaikka ennako-oletuksena olikin rahapalkintojen yleisyys, pääsivät näin korkeat luvut yllättämään. Lähes kolmessa neljästä ryhmästä kerätään siis osallistumismaksuja. Toisaalta kaikki haastateltavat kertoivat, että rahapanoksen rooli omaan pelaamis- motivaatioon ei ole merkittävä. Panoksilla halutaan kuitenkin varmistua siitä, että suurin osa ryhmästä pelaisi aktiivisesti koko kauden loppuun asti. Joissakin ryhmissä palkintojen ympärille on muodostunut myös merkittäviä rituaalisia perinteitä ryhmälle. Esimerkkejä rituaaleista ovat muun muassa leikkimieliset nöyryyttävät rangaistukset viimeiseksi jäävälle, kaiverrettavat kiertopokaalit tai tapahtuman järjestämisvastuu jakson tai kauden voittajalle tai häviäjälle.

Ryhmässä käytävä sosiaalinen kanssakäyminen tapahtuu yleensä digitaalisten pikaviestipalveluiden kuten WhatsAppin välityksellä. Pikaviestipalvelut ovat mahdollistaneet helpon tavan yhteydenpitoon ja poistaneet aluesidonnaisuuden erilaisten yhteisöjen väliltä. Yleisesti sosiaalisiksi mediaksi luokitelluilla palveluilla on ollut valtava rooli yhteiskunnan jakautumisessa entistä erilaisempiin yhteisöihin, joissa ihmiset voivat osallistua yhteisöihin asuinpaikastaan riippumatta (Cova & Shankar 2018, 122-123). Fantasiaurheilun kontekstissa nämä modernit yhteydenpitotavat ovat helpottaneet ryhmien perustamista, niiden sisäistä viestintää sekä ovat useissa tapauksissa tehneet yhteydenpidosta aiempaa aktiivisempaa. Fantasiaurheilupelien ryhmäkeskustelut ovat voineet tarjota tavan olla yhteydessä aiemmin samassa lokaatiossa toimineeseen harrastus-, työ- tai kaveriporukkaan, joka on alueellisesti erkaantunut, mutta jatkanut aktiivista kanssakäymistään pikaviestipalveluiden välityksellä. Näissä tapauksissa fantasiaurheilupelien koetaan toimivan hyvänä sisältönä yhteydenpidolle ja tarjoavat väylän keskustella muutenkin samanhenkisten ihmisten kanssa

esimerkiksi urheilun ajankohtaisista tapahtumista. Fantasiaurheilupelaajien keskinäisten keskusteluiden sisältöä on aiemmissa tutkimuksissa kuvailtu hyvin maskuliiniseksi ja kilpailulliseksi (mm. Kissane & Winslow 2016; Howie & Campbell 2015). Tämän tutkimuksen tulokset osaltaan vahvistavat väitteen myös suomalaisten fantasiaurheilupelaajien keskuudessa. Sekä kyselytutkimuksen avoimia vastauksia että haastateltavien kuvailuja ryhmäkeskusteluiden sisällöistä voi pukukoppipuheeksi, jossa esitetään kärkkäitäkin mielipiteitä, viljellä huumoria ja keskustellaan ajankohtaisista tapahtumista. Viimeisenä huomiona ryhmien viestinnästä on todettava, että läheskään kaikki ryhmät eivät keskustele peleistä aktiivisesti. Ryhmien kanssakäymisen intensiivisyys vaihtelee hyvin paljon eri ryhmien välillä. Ryhmän merkittävyys jäsenien arjessa vaikuttaa riippuvan paljonkin siitä, kuinka aktiivisesti ryhmässä viestitään, ja toisaalta vastavuoroisesti aktiivinen viestintä lisää ryhmän merkittävyyttä jäsenilleen.

### 6.1.3 ”Tekosyy olla yhteydessä” - pelien yhdistävä arvo

Yhdistävällä arvolla (linking value) tarkoitetaan, että tuotteiden ja palveluiden arvo sijaitsee niiden tavassa tuottaa sosiaalisesti merkittäviä kokemuksia, luoda yhteisöjä ja sosiaalisuutta (Cova & Shankar 2018, 129). Tutkimuksen tulokset osoittavat, että fantasiaurheilupelit täyttävät tämän määritelmän. On kuitenkin syytä huomioida, että peleillä on paljon muutakin arvoa, kuten lisämielenkiinto otteluiden seuraamiseen, mielikuvitukselliseen managerin rooliin astumisen kokemus sekä palkintojen voittaminen. Peleihin osallistuminen ei automaattisesti tarkoita sitä, että niiden avulla päästäisiin kokemaan sosiaalisesti merkittäviä kokemuksia. Siihen vaaditaan, että peliin osallistutaan osana kuluttajayhteisöä, joissa pelien ympärille on luotu rituaaleja ja viestintää. Jos muita kuluttajayhteisön pelaajia ei tunneta eikä heidän kanssa viestitä peleihin liittyen, ei pelaamisella koeta olevan minkäänlaista sosiaalisesti yhdistävää arvoa.

Fantasiaurheilupelien yhdistävä arvo voi välittyä tutkimustulosten mukaan muutamilla eri tavoilla. Ensinnäkin, voimakkainta yhdistävää arvoa peleillä on esimerkiksi silloin, jos pelaajaryhmän jäsenten välillä on ollut tiiviit suhteet aiemmin, mutta kanssakäyminen toteutuu nykyään lähinnä yhteisen fantasiaurheilupelaamisen kautta. Tällöin pelaaminen tarjoaa helpon syyn/”tekosyy” olla yhteydessä vanhoihin tuttuihin. Toinen yhdistävän arvon tyypillinen ilmentymä esiintyy muutenkin päivittäin tekemisissä olevissa kaveriporukoissa, joissa peli tarjoaa sisältöä ja jutunjuurta arkisiin keskusteluihin ja tapaisiin. Tämä ilmentymä toteutuu vain silloin, jos peleillä on keskeinen asema kyseisen porukan toiminnassa ja keskusteluissa. Mikäli osallistujat eivät aktiivisesti seuraa fantasiaurheilupelien tilanteita ja keskustele niistä, ei niillä koeta olevan myöskään sosiaalista arvoa, vaan pelejä pelataan muista henkilökohtaisista syistä. Kolmas tilanne yhdistävälle arvolle on tapa tutustua uusiin ihmisiin samaan pelaajaryhmään kuulumisen kautta. Ryhmät on alkujaan perustettu yleensä jonkin toisilleen tutun porukan ympärille, mutta jäsenmäärä lähtee kasvamaan pyrittäessä ryhmän koon kasvattamiseen. Tällöin mukaan kutsutaan jonkun ryhmän jäsenen tuttavuuksia, joita muut eivät kuitenkaan vielä

liittymishetkellä tunne. Mikäli ryhmässä viestitään aktiivisesti, tarjoutuu mahdollisuus tutustua ja luoda suhteita uusiin, todennäköisesti samanhenkisiin ihmisiin.

## 6.2 Teorettinen kontribuutio

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli tarkastella, millaisia fantasiaurheilupelien kuluttajayhteisöt ovat ja miten ne toimivat. Pelaajaryhmien toimintaan keskittyminen tarjosi uutta tietoa siitä, miten urheilua seuraavat kuluttajat ovat muodostaneet kuluttajayhteisöjä fantasiaurheilupelien ympärille ja millaista arvoa niissä toimiminen tarjoaa ryhmien jäsenille. Ryhmätason tarkastelut ovat aiemmassa tutkimuksessa jääneet hyvin vähälle huomiolle, vaikka ne ovat merkittävät osa pelaamiskokemusta (Tacon & Vainker 2017). Tutkimusmalli valikoitui pitkälti Taconin & Vainkerin (2017) kirjallisuuskatsauksessa esitettyjen jatkotutkimussuosittelujen perusteella. CCT -viitekehyksestä poimittiin mukaan Covan ja Shankarin (2018) käsitteet kuluttajayhteisöt (consumer tribes) ja niiden yhdistävä arvo (linking value). Seuraavaksi arvioidaan, miten hyvin nämä käsitteet tutkimuksen perusteella sopivat fantasiaurheilun pelaajaryhmien tarkasteluun.

Covan ja Shankarin (2018, 120) mukaan kuluttajayhteisöjen määritelmään liittyy kaksi tärkeää ominaisuutta. Ensinnäkin, kuluttaminen sijoittuu loogisiin sosiaalisiin prosesseihin ja kulttuuria tuottaviin käytäntöihin. Fantasiaurheilupelien pelaajaryhmät täyttävät tämän kriteerin varsin hyvin. Kulttuuria tuottavista käytännöistä esimerkkejä ovat muun muassa ryhmien keksimät mielikuvitukselliset palkinnot ja rangaistukset ryhmän jäsenille, pistelaskumenetelmät sekä viestintä ryhmän jäsenten välillä. Toiseksi, Covan ja Shankarin (2018, 120) mukaan kuluttajayhteisössä primäärinen syy kuluttamiselle on sen yhdistävä arvo muihin ihmisiin. Tutkimustulosten mukaan moni fantasiaurheilupelien pelaajaryhmistä täyttää tämän kriteerin, joskaan ei aivan jokainen. Fantasiaurheilun pelaajaryhmät ovat hyvä esimerkki kuluttajayhteisöistä. Käsitteen käytöstä on hyötyä vertailtaessa fantasiaurheilun kuluttajayhteisöjä muiden alojen tai palveluiden kuluttajayhteisöihin.

Yhdistävän arvon käsitettä on käytetty empiirisissä tutkimuksissa melko vähän, eikä vertailukohtia löydy samalla mittakaavalla, kuin kuluttajayhteisöistä yleisesti. Tämä tutkimus on osoittanut, että etenkin kuluttajakäyttäytymisen ryhmätason tarkasteluun urheilun ja liikunnan alalla käsite sopii kuitenkin melko hyvin. Urheilun ja liikunnan kuluttamisessa sosiaalisesti yhdistävä arvo on usein läsnä. Kaverusten mennessä pelaamaan sulkapalloa nautitaan toki myös liikunnan tarjoamasta ilosta ja terveyshyödyistä, mutta usein pelaamista tärkeämpänä hyötynä koetaan sosiaaliset suhteet, joita samalla pidetään yllä ja vahvistetaan. Urheilutapahtumissa voidaan tuntea sosiaalista yhteenkuuluvuutta ja kokea ottelun ja kilpailujen tarjoama jännitys yhdessä muun paikalla olevan yleisön kanssa. Suosituissa massajuoksutapahtumissa voidaan kiinnittyä hetkeksi olemaan yhtä muiden juoksijoiden kanssa ja päästä nauttimaan

tapahtumien hyvästä yhteishengestä. Maratonin voisi juosta yksinkin. Näitä kokemuksia voi olla hieman erikoista ymmärtää, ellei niitä ole itse kokenut. Tässä tutkimuksessa on esitelty, miten fantasiaurheilupeleissä koetaan yhdistävää arvoa muihin pelaajiin ja millaisina kokemuksina tämä esiintyy. Edeltäviin esimerkkeihin verrattuna fantasiaurheilupeleissä koettava yhdistävä arvo on usein pitkäaikaista, monia pelikausia ja sitä myötä vuosia kestäväää toimintaa. Pelaamisesta koettavaa yhdistävää arvoa voitaisiin verrata esimerkiksi urheilujoukkueessa pelaamisesta koettavaan sosiaalisuuteen. Ei liene sattumaa, että useat fantasiaurheilun kuluttajayhteisöt onkin perustettu usein entisten pelikavereiden ja joskus myös nykyisten harrastejoukkueiden ympärille.

### 6.3 Liikkeenjohdolliset johtopäätökset

Fantasiaurheilupelaamisen on useaan otteeseen todettu lisäävän kokonaiskulutusta urheilusarjoihin liittyen (Tacon & Vainker 2017, 562). Tässä tutkimuksessa erityisen tarkastelun kohteena oli mediakäyttö ja pelaamiseen liittyvä viestintä. Tulosten perusteella pelaaminen voi lisätä kuluttajan mediavalikkoon uudenlaisia medioita, kuten tilasto- ja apusivustoja tai esimerkiksi fantasiaurheiluaiheisia podcasteja. Pelaamiseen intensiivisemmin ja tuloshakuisemmin suhtautuneet haastateltavat kuluttivat tällaisia medioita enemmän kuin ne haastateltavat, joille fantasiaurheilun kokonaismerkittävyys omassa arjessa ei vaikuttanut niin suurelta. Myös tarjonta vaikuttaa luonnollisesti mediavalikon laajuuteen. Kyselyn vastaajista 58 prosenttia ilmoitti käyttävänsä kansainvälisiä pelien apusivustoja, kuin kotimaisilla vastaavilla prosenttiluku oli 30. Kansainvälisistä peleistä on tarjolla erilaisia vinkki- ja tilastosivuja huomattavasti enemmän kuin kotimaisista peleistä kuten Liigapörssistä. Mediakuluttaminen mukailee pelaamiseen liittyvää viikko- tai päivärytmiiä ja on hyvin rutiininomaista.

Haastatteluissa sivuttiin myös sitä, onko urheilun kuluttaminen muuttunut jollain tavalla fantasiaurheilupelaamisen myötä. Drayer ym. (2010) ovat todenneet fantasiaurheilupelaamisen voivan muuttaa urheilusarjan seuraamiskokemusta yksittäisen joukkueen näkökulmasta koko sarjan otteluiden ja tapahtumien seuraamiseen. Tulosten perusteella fantasiaurheilupelaaminen voi lisätä mielenkiintoa ja motivaatiota seurata jotain tiettyä urheilusarjaa, mutta kukaan haastateltavista ei suoraan todennut, että käyttäytyminen olisi muuttunut merkittävästi Drayerin (2010) esittämään tapaan fantasiaurheilun pelaamisen myötä. Kaksi haastateltavaa totesivat, kuinka tiettyä urheilusarjaa tuskin tulisi lähes ollenkaan seurattua ilman fantasiaurheilupelaamista.

Yhdistävän arvon ominaisuuksien pohtimisesta voi olla hyötyä myös uusia palveluja suunniteltaessa. Tuskin fantasiaurheilupeleistä olisi ikinä tullut niin suosittuja, ellei jo varhaisissa peleissä olisi ollut mahdollisuutta osallistua perustamalla oma ryhmä pelin sisälle. Urheilun seuraaminen ilman siitä käytävää keskustelua ja spekulointia osana arkista sosiaalista kanssakäymistä olisi huomattavasti tylsempää. Nykyään useat urheiluorganisaatiot pohtivat, millä



tavalla he voisivat tarjota lajinsa seuraajille entistä parempia mahdollisuuksia kiinnittyä samanhenkisiin seuraajiin myös urheilutapahtumien ulkopuolella. Erilaisten kilpailujen kuten fantasiaurheilupelien tarjoaminen on yksi mahdollinen tie. Aika näyttää, syntyykö urheilun media- ja seuraamiskulttuuriin muitakin samanlaisia yhdistävää arvoa digitaalisella alustalla hyödyntäviä palveluita. Näitä kehittäessä on syytä miettiä, millä tavalla uudet palvelut voisivat luoda yhteyksiä ja puheenaiheita erilaisten kuluttajayhteisöjen välille.

## 6.4 Tutkimuksen arviointi ja rajoitteet

Tutkimus tuotti uutta tietoa siitä, millaisia fantasiaurheilupelien kuluttajayhteisöjä Suomessa on ja miten ne toimivat. Peleistä aiemmin tehdyt kotimaiset tutkimukset (Sotamaa 2013; Turtiainen 2007) ovat tarjonneet tietoa pelaamisen luonteesta, pelaamismotivaatiosta ja siitä, millaista lisäarvoa ne tarjoavat urheilun seuraamiseen. Näitä aiheita käsiteltiin tässä tutkimuksessa vain sivuroolissa, mutta kyselyvastausten ja haastatteluiden perusteella voidaan sanoa niiden mukailevan hyvin paljon sitä, mitä Sotamaa ja Turtiainen ovat suomalaisista fantasiaurheilupelaajista aiemmin esittäneet. Tämän työn vahvuutena näihin aiempiin selvityksiin verrattuna oli huomattavan laaja kyselyaineisto. Pelaajien kuluttajakäyttäytymisestä voitiin tehdä aiempaa yleistettävämpiä havaintoja 386 vastaajan aineiston perusteella. Lisäksi pelaamisen ryhmätasoon keskittyminen tarjosi kokonaan uutta määrällistä ja laadullista tietoa ryhmistä, jotka ovat aineistonkin perusteella erittäin tärkeä elementti pelaamisessa. Ryhmäpelaamisen tutkimukset ovat kansainvälisestikin jääneet vähäiselle huomiolle. Tutkimuksen pääluvussa 2 esiteltiin lyhyesti fantasiaurheilupelien historiaa kansainvälisesti ja Suomessa sekä koottiin merkittävimmät aiheesta tehdyt tutkimukset yhteen. Seuraavat tutkijat voivat hyödyntää tätä tiivistelmää fantasiaurheilun perustietopakettina ja löytää hyviä lähteitä omiin tutkimuksiinsa aiheen parissa.

Tutkimusprosessin innostavimpia vaiheita olivat kirjallisuuteen tutustuminen, aineistojen keruu ja niiden analysointi. Erityisesti selvitykset fantasiaurheilun alkutaipaleista tarjosivat paljon uutta tietoa, joista virisi paljon keskustelua. Kyselyyn vastanneiden suuri määrä yllätti positiivisesti. Lomakkeen avoimissa kommentteissa annettiin myös runsaasti mukavaa ja rohkaisevaa palautetta. Vastauksista välittyi, että pelaamisesta kerrottiin mielellään sekä oltiin kiinnostuneita siitä, mitä muut ovat kyselyyn vastanneet. Vastauksista kertoo myös se, että yli puolet kyselyyn vastanneista ilmoittautui suostuvansa kertomaan aiheesta mahdollisesti lisää erikseen sovittavissa haastatteluisissa. Innostus aiheesta puhumiseen paistoi haastateltavien kasvoilta ja omaa pelaamista kuvailtiin usein hieman humoristiseenkin sävyyn omaa ja ryhmän toimintaa arvioidessa. Jo haastattelujen aikana huomasin, että vaikka ryhmien välillä oli paljonkin eroja niiden intensiivisyydessä ja merkittävytydessä yksilöille, niin pelaamisen syissä ja pelien ympärille luoduissa kulttuureissa oli paljon samaa.

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida reliabiliteetin ja validiteetin avulla. Reliabiliteetilla tarkoitetaan, ovatko mittaustulokset toistettavissa ja validiteetti kertoo, kuinka hyvin valitut menetelmät mittasivat sitä, mitä oli tarkoitus mitata. Validiteetti voidaan jakaa sisäiseen validiteettiin eli tulkintojen ristiriidattomuuteen, sekä ulkoiseen validiteettiin eli tulosten yleistettävyyteen. Edellä mainittuja termejä käytetään yleensä kvantitatiivisissa tutkimuksissa, mutta niitä voidaan soveltaa myös kvalitatiivisten tutkimusten luotettavuuden arvioinnissa. (Koskinen ym. 2005, 253-256.) Tämän tutkimuksen reliabiliteettia on parannettu kuvailemalla tutkimuksen toteutustavat, raportoimalla tutkimustulokset ja esittämällä niistä tehdyt havainnot mahdollisimman tarkasti niin, että tutkimus olisi myös toistettavissa. Virheellisten tulkintojen mahdollisuutta on pienennetty laajan aineiston keräämisellä ja litteroinnilla kirjalliseen muotoon, jolloin niihin on voitu palata useita kertoja pitemmän ajanjakson aikana. Tulkintoja ei ole tehty vain ensihavainnon perusteella, mikä lisää tutkimuksen luotettavuutta. Tutkimuksen sisäistä validiteettia on edistänyt kahden erilaisen empiirisen aineiston käyttö sekä useiden eri tietolähteiden hyödyntäminen kirjallisuuskatsauksessa. Ulkoista validiteettia on parannettu kuvaamalla ja käsitteistämällä tutkimuskohde mahdollisimman tarkasti. Luotettavuutta on lisäksi parantanut empiiristen aineistojen suora keruutapa sekundääristen lähteiden sijaan, jolloin aineisto on pystynyt vastaamaan tarkasti asetettuihin tutkimuskysymyksiin.

Tutkimustuloksista ei voida vetää tarkkoja johtopäätöksiä siitä, kuinka paljon suomalaiset pelaavat fantasiaurheilupelejä ja mitä pelejä he tarkkaan ottaen prosentuaalisesti pelaavat. Tutkimuksen yleistettävyyttä on rajoittanut niin sanottu mukavuusotanta aineistonkeruussa. Tulokset antavat kuitenkin osviittaa ja vastaavat tutkimuskysymyksiin siitä, minkälaisia kuluttajayhteisöjä fantasiaurheilupelien ympärille on muodostettu ja miten niissä toimitaan. Aineiston laajuus on riittävä tulkintoihin näiden ryhmien muodostumisesta, niiden merkittäväyydestä pelaamiskokemuksessa sekä niiden yhdistävästä arvosta.

## 6.5 Jatkotutkimusideat

Lisää tutkimustietoa suomalaisesta fantasiaurheilukulttuurista olisi mielenkiintoista saada esimerkiksi perustavanlaatuisella selvityksellä pelien historiasta. Eri pelien taipaleita suomalaisella fantasiaurheilukentällä voitaisiin selvittää tarkemmin ja tehdä tulkintoja esimerkiksi siitä, miksi Liigapörssi ja HockeyGM ovat tällä hetkellä ainoita suomalaisia pelejä, jotka enää keräävät kymmeniätuhansia osallistujia. Miksi pelit eivät ole menestyneet muissa lajeissa, kuten esimerkiksi jalkapallon Veikkausliigassa tai Salibandyliigassa? Toinen jatkotutkimusehdotus kotimaisesta fantasiaurheilusta liittyy aiemmin kansainvälisesti jonkin verran tutkittuun pelaamisen vaikuttavuusarviointiin urheilusarjoihin kiinnittymisestä. Miten pelaaminen muokkaa tapaa seurata siinä pelattavaa urheilusarjaa ja voidaanko laadukkaalla fantasiaurheilupelillä luoda uutta kysyntää ja tavoittaa lisää seuraajia urheilusarjoille?

Kansainvälinen fantasiaurheilun kenttä elää murrosvaihetta. Markkinareportit ennustavat pelien edelleen kasvattavan suosiotaan muun muassa valtaamalla uutta markkinaa kovasti kasvavasta e-urheilusta. Toisaalta USA:n korkeimman oikeuden toukokuussa 2018 tekemästä päätöksestä aiheutuneet käännteet vedonlyöntimarkkinoiden vapautumisesta (ESPN 2019) tulevat tarjoamaan amerikkalaisille urheiluseuraajille erilaisen lisämausteen otteluiden katsomiseen ja tulosten jännittämiseen. Fantasiaurheilupelien vahvuudet vedonlyöntiin verrattuna saattavat olla juuri sosiaalisuudessa ja ryhmäpelaamisessa. Onkin mielenkiintoista nähdä, mihin asti nämä kantavat uuden, fantasiaurheilupelejä nopeatempoisemman vedonlyöntitarjonnan rinnalla.

## LÄHTEET

- Amis, J. & Silk, M. 2005. Rupture: Promoting critical and innovative approaches to the study of sport management. *Journal of Sport Management* 19 (4), 355–366.
- Arnould, E. J. & Thompson, C. J. 2005. Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of Consumer Research* 31 (4), 868–882.
- Arnould, E. J. & Thompson, C. J. 2018. *Consumer Culture Theory*. London: Sage.
- Baerg, A. 2009. Just a fantasy? Exploring fantasy sports. *Electronic Journal of Communication* 19 (3 & 4) <http://www.cios.org/EJCPUB-LIC/019/2/019343.html#esser1994>.
- Bernhard, B.J. & Eade, V.H. 2005. Gambling in a fantasy world: An exploratory study of rotisserie baseball games. *UNLV Gaming Research & Review Journal* 9 (1), 29–42.
- Billings, A.C. & Ruihley, B.J. 2012. Infiltrating the boys' club: Motivations for women's fantasy sport participation. *International Review for the Sociology of Sport* 48 (4), 435–452.
- Brown, N., Billings, A.C. & Ruihley, B. 2012. Exploring the change in motivations for fantasy sport participation during the life cycle of a sports fan. *Communication Research Reports* 29 (4), 333–342.
- Burke, D.D., Meek, B.P. & Norwood, J.M. 2016. Exploring the legality of the lucrative world of fantasy sports. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues* 19 (1), 38–55.
- Burton, R., Hall, K. & Rodney, P. 2013. The Historical Development and Marketing of Fantasy Sports Leagues. *The Journal of Sport* 2 (2), 185–215.
- Cooper, M. 1995. *Baseball Games*. Atglen, PA: Schiffer.
- Cova, B., Kozinets, R. V. & Shankar, M.A. 2007. *Consumer Tribes*. Oxford: Elsevier.
- Cova, B. & Shankar, M.A. 2018. Consumer tribes and collective performance. Teoksessa Arnould, E. J. & Thompson, C. J. (toim.) *Consumer Culture Theory*. London: Sage.
- DNA, 2018. Digitaaliset elämäntavat -tutkimus 2018. Viitattu 2.4.2019. <https://www.sttinfo.fi/data/attachments/00663/019c9ffb-5c72-49bf-a1d6-15593feb13b0.pdf>
- Davis, N. W. & Duncan, M. C. 2006. Sports knowledge is power: Reinforcing masculine privilege through fantasy sport league participation. *Journal of Sport and Social Issues*, 30 (3), 244–264.
- Drayer, J., Dwyer, B. & Shapiro, S. L. 2013. Examining the impact of league entry fees on online fantasy sport participation and league consumption. *European Sport Management Quarterly* 13 (3), 339–357.
- Drayer, J., Shapiro, S. L., Dwyer, B., Morse, A. L. & White, J. 2010. The effects of fantasy football participation on NFL consumption: A qualitative analysis. *Sport Management Review* 13 (2), 129–141.

- Dwyer, B., 2013. The impact of game outcomes on fantasy football participation and National Football League media consumption. *Sport Marketing Quarterly* 22 (1), 33-47.
- Dwyer, B. & Drayer, J. 2010. Fantasy sport consumer segmentation: An investigation into the differing consumption modes of fantasy football participants. *Sport Marketing Quarterly* 19 (4), 207-216.
- Dwyer, B. & Lecrom, C. W. 2013. Is fantasy trumping reality? The redefined National Football League experience of novice fantasy football participants. *Journal of Contemporary Athletics* 7 (3), 119-139.
- Goldsmith, A.L. & Walker, M. 2015. The NASCAR experience: Examining the influence of fantasy sport participation on 'non-fans'. *Sport Management Review* 18, 231-243.
- Goulding, C., Shankar, A., Elliott, R. & Canniford, R. 2009. The marketplace management of illicit pleasure. *Journal of Consumer Research* 35 (5), 759-771.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 2014. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. 10. painos. Jyväskylä: Vastapaino
- ESPN. 2019. One year into legal U.S. sports betting: What have we learned? Viitattu 13.4.2019.  
[http://www.espn.com/chalk/story/\\_/id/26740441/one-year-legal-us-sports-betting-learned](http://www.espn.com/chalk/story/_/id/26740441/one-year-legal-us-sports-betting-learned)
- Fantasy Premier League. 2019. Finland. Standings. Viitattu 21.5.2019.  
<https://fantasy.premierleague.com/a/leagues/standings/92/classic?phase=1&lsPage=534&lePage=1>
- FSGA. 2019. Fantasy Sports & Gaming Association. Industry demographics. Viitattu 22.4.2019.  
<https://thefsga.org/industry-demographics/>
- Farquhar L.K. & Meeds, R. 2007. Types of fantasy sport users and their motivations. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (4), 1208-1228.
- Hirsjärvi, S., Sajavaara, P., Liikanen, P. & Remes, P. 1997. *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Kirjayhtymä
- Hirsjärvi, S., Sajavaara, P., Liikanen, P. & Remes, P. 2009. *Tutki ja kirjoita*. 15. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Hwak, D.H. & McDaniel, S.R., 2011. Using an extended technology acceptance model in exploring antecedents to adopting fantasy sports league websites. *International Journal of Sport Marketing and Sponsorship* 12 (3), 43-56.
- Iltta-Sanomat. 2010. IS Liigapörssi ei rikkonut arpajaislakia. Viitattu 12.4.2019.  
<https://www.is.fi/urheilu/art-2000000076282.html>
- Karg, A. J. & McDonald, H. 2011. Fantasy sport participation as a complement to traditional sport consumption. *Sport Management Review* 14 (4), 327-346.
- Kolyperas, D., Maglaras, G. & Sparks, L. 2019. Sport fans' roles in value co-creation. *European Sport Management Quarterly* 19 (2), 201-221.
- Koukkunen, K. (toim.), Hosia, V. & Keränen, J. 2008. *Iso sivistyssanakirja: sivistyssanat hakemistoineen*. Helsinki: WSOY

- Koskinen, I., Alasuutari, P. & Peltonen, T. 2005. Laadulliset menetelmät kauppatieteissä. Tampere: Vastapaino
- Liigapörssi.fi. 2019. Historia. Viitattu 3.4.2019. <https://www.liigapörssi.fi/ohjeet/historia>
- Laine, T. 2010. Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma. Teoksessa Aaltola, J. & Valli, R. J. (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittavalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. 3. uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus, 28–45.
- Lee, J., Ruihley, B. J., Brown, N. & Billings, A. C. 2013. The effects of fantasy football participation on team identification, team loyalty and NFL fandom. *Journal of Sports Media* 8 (1), 207–227.
- Lee, S., Seo, W. J. & Green, B. C. 2013. Understanding why people play fantasy sport: Development of the fantasy sport motivation inventory (FanSMI). *European Sport Management Quarterly* 13 (2), 166–199.
- Lomax, R. G. 2007. Fantasy sport: History, game types and research. Teoksessa Raney, A.A. & Bryant, J. (toim.) *Handbook of sports and media*. New York: Routledge, 383–392.
- Love, A. & Andrew, D. 2012. The intersection of sport management and sociology of sport research: A social network perspective. *Sport Management Review* 15 (2), 244–256.
- Martin, R. J. & Nelson, S. 2014. Fantasy sports, real money: Exploration of the relationship between fantasy sports participation and gambling-related problems. *Addictive Behaviors* 39 (10), 1377–1382.
- Martin, R. J., Nelson, S. E. & Gallucci, A. R. 2016. Game on: Past year gambling, gambling-related problems, and fantasy sports gambling among college athletes and non-athletes. *Journal of Gambling Studies* 32 (2), 567–579.
- Meir, R. & Scott, D. 2007. Tribalism: definition, identification and relevance to the marketing of professional sports franchises. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship* 8 (4), 43–59.
- Nesbit, T. M. & King, K. A. 2010a. The impact of fantasy football participation on NFL attendance. *Atlantic Economic Journal* 38 (1), 95–108.
- Nesbit, T. M. & King, K. A. 2010b. The impact of fantasy sports on television viewership. *Journal of Media Economics* 23 (1), 24–41.
- Nesbit, T. M. & King-Adzima, K. A., 2012. Major League Baseball attendance and the role of fantasy baseball. *Journal of Sports Economics* 13 (5), 494–514.
- Orbis Research. 2019. Global Fantasy Sports Market Size, Status and Forecast 2018-2025. Tiivistelmä tutkimuksesta. Orbisresearch.com -verkkokanava. Viitattu 29.3.2019. <https://www.orbisresearch.com/reports/index/global-fantasy-sports-market-size-status-and-forecast-2018-2025>
- Pace, S. 2013. Looking at innovation through CCT glasses: Consumer culture tehroy and Google glass innovation. *Journal of Innovation Management* 1 (1), 38–54.
- Pihl, C. 2014. Brands, community and style – exploring linking value in fashion blogging. *Journal of Fashion Marketing and Management* 18 (1), 3–19.

- Radiomedia. 2018. Podcast, podcast. Tutkimus podcastien kuuntelusta. Viitattu 23.3.2019.  
[https://www.radiomedia.fi/sites/default/files/attachments/podcast-tutkimus-radiomedia\\_1.pdf](https://www.radiomedia.fi/sites/default/files/attachments/podcast-tutkimus-radiomedia_1.pdf)
- Rubin, H.J. & Rubin, I.S. 2005. Qualitative interviewing: The art of hearing data. 2. painos. Thousand Oaks, CA: Sage
- Sotamaa, O. 2013. Arkipäivän fantasiaa: Taidosta, faniudesta ja pelirytmistä fantasiajalkapallossa. Pelitutkimuksen vuosikirja 2013, 73–92.
- Swart J., Peters, C., & Broersma, M. 2018. Shedding light on the dark social: The connective role of news and journalism in social media communities. *New Media & Society* 20 (11), 1–17.
- Tacon, R. & Vainker, S. 2017. Fantasy sport: a systematic review and new research directions. *European Sport Management Quarterly* 17 (5), 558–589.
- Technavio. 2018. Global Fantasy Sports Market 2018-2022. Tiivistelmä tutkimuksesta. Viitattu 4.4.2019. <https://www.researchandmarkets.com/reports/4704119/global-fantasy-sports-market-2018-2022>
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 11. painos. Vantaa: Tammi
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos. Vantaa: Tammi
- Turtiainen, R. 2007. Kahden kaukalon välissä. *Fantasioliigojen maailmaa kartoitamassa*. *Lähikuva* 20 (4), 39–59.
- Uhrich, S. 2014. Exploring customer-to-customer value co-creation platforms and practices in team sports. *European Sport Management Quarterly* 14 (1), 25–49.
- Valtakunnansyyttäjänvirasto. 2010. Sananvapauserikös, arpajaiserikös, luvattomien arpajaisien markkinointi, joukkotiedotusväline. Ratkaisuja. Viitattu 25.4.2019.  
<https://www.valtakunnansyyttajanvirasto.fi/fi/index/ajankohtaista/ratkaisuja/2010/sananvapauserikosarpajaiserikosluvattomienarpajaisienmarkkinointijoukkotiedotusvaline.html>
- Wheaton, B. 2017. Surfing through the life-course: silver surfers' negotiation of ageing. *Annals of Leisure Research* 20 (1), 96–117.
- Weiss, S.M., Demski, R.M. & Backen, G.J. 2011. Fantasy baseball: A new way to gamble or just another game? *Journal of Gambling Issues* 26 (8), 126–145.
- Östberg, J. 2007. The linking value of subcultural capital: constructing the Stockholm Brat enclave. Teoksessa Cova, B., Kozinets, R. V. & Shankar, M.A. (toim.) *Consumer Tribes*. Oxford: Elsevier, 94–108.

## LIITTEET

### LIITE 1 TEEMAHAASTATTELUKYSYMYKSET

#### TEEMA 1 FANTASIAURHEILUPELIEN PELAAMISHISTORIA

1. Miten fantasiaurheilupelaamisesi alkoi?
2. Mikä oli ensimmäinen fantasiaurheilupelisi?
3. Miten pelaaminen on kehittynyt vuosien saatossa?
4. Millaisia eri pelejä olet pelannut?
5. Mitä pelejä pelaat tällä hetkellä?

#### TEEMA 2 RUTIINIT JA RITUAALIT

6. Kuvaile normaalia viikkoasi fantasiaurheilupelien parissa. Liittykö siihen joi-  
tain toistuvia rutiineja?
7. Millaisia medioita seuraat fantasiaurheilupelaamiseen liittyen?
8. Onko muita tärkeitä rutiineja urheilusarjan seuraamisessa fantasiaurheilupe-  
lien lisäksi, esim. vedonlyönti, keskustelut, fanirutiinit?
9. Miten fantasiaurheilu esiintyy keskusteluissa ja kanssakäymisissäsi?

#### TEEMA 3 URHEILUSARJAN SEURAAMINEN JA FANTASIAURHEILU

10. Oletko huomannut, että fantasiaurheilupelien pelaaminen olisi muokannut  
tyyliäsi seurata urheilua jollain tavalla?
11. Seuraatko joitain asioita itse urheilussa enemmän tai ”eri silmällä”, koska  
pelaat fantasiaurheilupeliä?
12. Onko aktiivisuutesi lisääntynyt urheilusarjaa kohtaan, jonka fantasiaurhei-  
lupeliä pelaat?
13. Miten tämä muutos näkyy käyttäytymisissäsi?

#### TEEMA 4 PELAAJARYHMÄ KULUTTAJAYHTEISÖNÄ

14. Millaisissa ryhmissä olet pelannut fantasiaurheilupelejä?
15. Onko ryhmillä ollut joitain omia rutiineja tai rituaaleja?
16. Minkälaisessa ryhmässä pelaat tällä hetkellä?
  - a. Mitä peliä?
  - b. Ketkä ovat jäseniä?
  - c. Millaisia rutiineja tai rituaaleja ryhmällä on?



- d. Miten kommunikoitte ryhmän sisällä?
- e. Millaista kommunikaatio on sisällöltään?
- f. Mikä on ollut oma motiivisi osallistua tai perustaa ryhmä?
- g. Mitä ryhmäpelaaminen on antanut teille, miksi se on jatkunut mahdollisesti vuodesta toiseen?
- h. Olisiko ryhmä muuten yhteydessä ilman fantasiaurheilun pelamista?
- i. Onko fantasiaurheilun pelaaminen vaikuttanut tapoihinne olla yhteydessä ryhmän jäsenten välillä?