

SALIBANDYN SEURAAJAT JÄLKIMODERNIN URHEILUN KULUTTAJINA
Tapaustutkimus salibandyseura Happeen katsojista

Janne Rissanen

Liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkielma
Liikuntatieteellinen tiedekunta
Jyväskylän yliopisto
Kevät 2020

TIIVISTELMÄ

Rissanen, J. 2020. Salibandyn seuraajat jälkimodernin urheilun kuluttajina – tapaustutkimus salibandyseura Happeen katsojista. Liikuntatieteellinen tiedekunta, Jyväskylän yliopisto, liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkielma, 121 s., 3 liitettä.

Urheilun seuraaminen on yksi nykyajan yleisimmistä vapaa-ajanviettomuodoista. Urheiluyleisöjä on silti tutkittu empiirisesti suhteellisen vähän ja kulttuurintutkimuksellinen mielenkiinto on kohdistunut niissä enimmäkseen ääri-ilmiöihin. Suhteellisen nuoren, mutta harrastajamäärittään Suomen kolmanneksi suosituimman joukkuepallopeli salibandyn seuraamista ei ole tutkittu lainkaan. Tämän tapaustutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, millaisia katsojia salibandykatsojissa käy, kuinka he ovat seuraajiksi sosiaalistuneet ja kuinka he merkityksellistävät seuraamistaan.

Tapaukseksi valikoitui kolme jyväskyläläisen miesten salibandyliigaseura Happeen kotiottelua pelikaudella 2018-19. Aineistoa kerättiin peleissä olleilta katsojilta lomakekyselyä hyödyntäen. Aineisto koostui 265 kyselylomakkeesta.

Kyselyyn vastanneet Happeen katsojat olivat melko nuoria ja heidän joukossaan oli yhtä paljon naisia ja miehiä. Mies- ja naisvastaajien ikärakenteet eivät eronneet toisistaan merkittävästi. Noin kolmannes vastaajista kuului aktiiviseen seuraajajoukkoon, puolet vastaajista satunnaisen seuraajien joukkoon ja viidennes ”ulkopuolisten” joukkoon. Suurimmaksi osaksi kolme erillistä katsojajoukkoa muodostivat lisäksi kilpaharrastajat, salibandyvanhemmat ja niin sanottut pelkät penkkiurheilijat, jotka yhdessä käsittivät valtaosan vastaajista. Tärkein salibandyn seuraamiseen sosiaalistava tekijä oli joko oma, perheenjäsenen tai muun lähiomaisen salibandyharrastus. Myös Happeen pelaajilla oli katsojaksi sosiaalistavina tekijöinä merkitystä etenkin miehille. Salibandyn seuraaminen merkitsi suurimmalle osalle katsojista itseisarvoista sosiaalista ajanvietettä ja arjesta irrottavaa viihdettä. Toisaalta etenkin kilpaharrastajille seuraaminen oli myös lajinyanssien seuraamista ja tiedollista voimistelua. Salibandy-yleisöjen tutkimusta voisi jatkaa joko tutkimalla yleisöjä eri paikkakunnilla tai ottamalla vertailukohteeksi jonkin muun lajin yleisö.

Asiasanat: salibandy, yleisö, yleisötutkimus, yleisöprofiili, socialisaatio

ABSTRACT

Rissanen, J. 2020. Floorball spectators as consumers of postmodern sport – a case study on the followers of floorball club Happee. Faculty of Sport and Health Sciences. University of Jyväskylä, Master's thesis, 121 pp., 3 appendices.

Watching sport is one the most popular contemporary leisure activities. Yet there exists a shortage of empirical research on sports audiences and the cultural studies research done on them concerns mainly the extreme aspects of sports spectatorship. There is currently no research on floorball audiences in spite of floorball being the third most popular team sport in Finland in terms of registered players. The purpose of this case study was to discover what floorball spectators are like, how they are socialized into being floorball spectators and what meanings they assign their spectatorship.

The case under study consisted of three home games of the Finnish floorball club Happee from Jyväskylä in the 2018-19 season. Data was gathered from the in-game spectators with a paper survey form. The data consisted of 265 forms.

The spectators of Happee were fairly young and there were as many women as men. The distributions of age were rather similar between men and women. In terms of in-game attendance there were roughly a third of active followers, a half of occasional followers and a fifth of so-called outsiders. A typology of spectators was discovered that represented a majority of the audience and consisted of groups mostly distinct from each other. The three main spectator figures were floorball players, floorball parents and mere spectators. The most important socializing agent was playing floorball and it acted upon socialization through not only one's own, but also family members' and other close associates' playing. The players of Happee were also pivotal in the socialization of men. Floorball spectating held the meaning of autotelic entertainment and social interaction with friends and family for most respondents. Accounting the nuances of the game and the mental gymnastics associated with that were also important meanings assigned to spectating especially by players. The research on floorball audiences could be continued by for instance studying spectators across multiple cities or by comparing floorball spectators with the spectators of another sport.

Key words: floorball, audience, audience research, audience profile, socialization

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

1	JOHDANTO.....	1
2	YLEISÖTUTKIMUS KULTTUURINTUTKIMUKSEN OSA-ALUEENA	3
2.1	Alakulttuuriteoria ja Birminghamin koulukunta	5
2.2	Kulutus sosiaalisuuden keskiössä.....	7
2.3	Sosiaalinen maailma ja symbolinen interaktionismi	11
2.4	Kulttuuriset merkitykset	13
2.5	Sosialisaatio.....	15
3	PENKKIURHEILU JA URHEILUYLEISÖT	17
3.1	Urheiluyleisöjen alakulttuurista tarkastelua	19
3.2	Urheilun sosiaaliset maailmat ja faniura	22
3.3	Kulttuuriset merkitykset ja sosiaalistuminen liikunnan osamaailmoihin	24
4	SALIBANDY OSANA POHJOISMAISTA URHEILUN LAJIKIRJOA	29
4.1	Globalisaatio ja liikuntakulttuurin eriytyminen.....	29
4.2	Salibandyyn syntyhistoria	30
4.3	Salibandy Suomessa ja maailmalla.....	32
4.4	Salibandy yleisölajina.....	35
4.5	Happeeko tyypillinen salibandyseura?.....	38
5	TUTKIMUSASETELMA	41
5.1	Tutkimustehtävät	42
5.2	Aineiston keruu	43
5.2.1	Lomakkeen laadinta ja tutkimustehtävien operationalisointi	43

5.2.2 Kyselyn toteutus	47
5.3 Aineiston analyysi	50
6 TULOKSET	52
6.1 Hapteen yleisön rakenne.....	52
6.1.1 Ikä, sukupuoli ja kotikunta	52
6.1.2 Koulutus ja elämäntilanne	55
6.1.3 Harrastus- ja salibandytausta	57
6.1.4 Hapteen seuraaminen.....	61
6.1.5 Affektiivinen suhde Happeeseen ja salibandy maailman tuntemus	66
6.1.6 Katsojafiguurit	72
6.2 Sosiaalistuminen Hapteen seuraajaksi	78
6.2.1 Sosialisatioagentit	78
6.2.2 Sosiaalistumiseen eniten vaikuttanut henkilö tai asia.....	80
6.2.3 Katsojafiguurien sosialisatio.....	82
6.3 Hapteen seuraamisen kulttuuriset merkitykset	87
7 JOHTOPÄÄTÖKSET	93
7.1 Harrastajamiehiä, salibandyäitejä ja pelkkiä penkkiurheilijoita.....	93
7.2 Salibandyharrastus sosialisatian keskiössä.....	100
7.3 Hapteen seuraaminen itseisarvoista pakoa arjesta ja sosiaalista ajanvietettä	102
8 POHDINTA.....	105
LÄHTEET	109
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Urheilu lasketaan yhteiskunnallisena alueena yleensä osaksi niin sanottua populaari- tai massakulttuuria, jonka katsotaan edustavan jotain vastakohtaista ”vakavammalle” korkeakulttuurille. Massakulttuurin ilmiötä ei aluksi pidetty juurikaan tutkimisen arvoisina. Asian voisi paradoksaalisesti tiivistää jopa siten, että mitä enemmän jostain asiasta tai aiheesta kirjoitettiin populaaristi, sitä vähemmän sen ajateltiin kiinnostavan tieteitä. Tällainen tutkimuksellinen suhtautuminen populaarikulttuuriin voidaan käsitteellistää elitistiseksi. (Tolleener 1986; Wann, Pease, Melnick & Russell 2001, 205) Siten urheilun asettamista yhteiskuntatieteiden kiinnostuksen kohteiksi edelsi nuiva suhtautuminen urheilun ja siitä polveutuvien ilmiöiden yhteiskunnalliseen merkittävyyteen: esimerkiksi urheilun seuraaminen katsottiin pitkään lähinnä passiiviseksi ja turruttavaksi ajanvietteeksi erotuksena vakavista ja kehittävästä vapaa-ajan harrastuksista (Heinilä 1985). Urheilu kantaa jossain määrin edelleen yhteiskunnallisen merkittävyytensä perustelemisen taakkaa. Hiljattain Suomen olympiakomitea julkaisi esimerkiksi raportin ”Huippu-urheilun yhteiskunnallinen perustelu” (Olympiakomitea 2018).

Heinosen (2004) mukaan urheiluyleisöjen tutkiminen on nähty mielenkiintoiseksi niin sanotusta kulttuurintutkimuksen perinteestä. Kulttuurintutkimuksella tarkoitetaan ihmistieteissä 1960-luvulla syntyneitä monitieteistä tutkimussuuntausta, joka on kiinnostunut tutkimuskohteenä eritoten populaarikulttuurin ilmiöistä (Longhurst ym. 2017, 32-33). Mikäli populaarikulttuurin elitistinen kritiikki sivuutetaan subjektiivisena arvoarvostelmana kulttuurisen tarjonnan kentällä, voidaan puhua pluralistisesta suhtautumisesta populaarikulttuuriin (Saunders 1982; Tolleener 1986). Heinosen (2004) mukaan varhaisen kulttuurintutkimuksen keskeisenä ajatusmallina oli, että kulttuuristen aktiviteettien tuottamia tekstejä voi tulkita erilaisin tavoin ja siten ne voivat merkitä eri ihmisille eri asioita.

Populaarikulttuurin muotojen ja eritoten erilaisten faniuksien on katsottu olevan jälkimodernin ajan keskeisiä identiteetin määrittelyn kenttiä (Heinonen 2004). Mehusin (2010) mukaan urheilun erottaa massaviihteenä muista viihteen lajeista ja tekee siten erityiseksi kulttuurimuodoksi pääosin neljä piirrettä: urheilussa ei ole selkeää käsikirjoitusta, eikä sankaria tai voittajaa ole

ennalta määrätty, joten se on tietyssä mielessä todellisempaa kuin muut viihdemuodot. Siinä esiintyjien ja katsojien välinen rajapinta on muita viihdemuotoja häilyvämpi ja suhde läheisempi: ”esiintyvien” urheilijoiden voidaan katsoa valikoituneen katsojien joukosta jonkinlaisena valiojoukkona. Toisaalta yleisöllä on urheilussa verrattain suuri mahdollisuus vaikuttaa omalla toiminnallaan urheilukilpailujen kulkuun. Lopuksi urheilutapahtumat kiinnittävät muita viihdemuotoja voimakkaammin paikkaan ja aikaan. Aikaan kiinnittymistä edustaa se, että urheilutapahtumat ovat viiheellisesti arvokkaimmillaan reaaliaikaisina. Paikkaan kiinnittymistä edustaa taas sekä urheilutapahtumien paikkasidonaisuus, että urheilujoukkueiden ja urheilijoiden asettuminen edustamaan maantieteen määrittämiä yhteisöjä ja kulttuureja. (Mehus 2010) Ei siis ole ihme, että urheilusta on tullut yksi länsimaista elämäntapaa määrittävistä kulttuurimuodoista. Silti urheiluyhteisöjen tutkimus on ollut verrattain vähäistä (Wann 2001, 17).

Urheilukulttuurin alueella kiinnostuksen kohteeksi otetaan tässä tutkimuksessa salibandyn lajikulttuuri ja eritoten sen katsojat. Salibandysta ei ollut Tervon ja Nordströmin (2014) systemaattisen kirjallisuuskatsauksen mukaan tehty vielä englanninkielistä vertaisarvioitua yhteiskuntatieteellistä tutkimusta. Suomenkielisessä tutkimuksessa salibandytutkimus rajoittuu pääosin liikuntapedagogisiin, urheiluvammaepidemiologisiin ja liikuntabiologisiin tutkimusasetelmiin (Heinonen 2005). Kuitenkin salibandyn yhteiskunnallista merkittävyyttä voidaan perustella suomalaisessa kontekstissa sillä, että salibandyharrastajia on rekisteröityjen pelaajien vertailussa palloilulajeista kolmanneksi eniten (Salibandyliitto 2019a; Jääkiekkoliitto 2019; Palloliitto 2019). Miesten salibandyn pääsarja Salibandyliiga on myös katsojakeskiarvovertailussa suomalaisista palloilusarjoista seitsemänneksi seuratuin (Ainoa mittari 2019). Suosituista yleisöpalloilulajeista yleisötutkimusta on tehty salibandya lukuun ottamatta Suomessa jonkin verran (ks. esim. Koski & Latonen 1999; Heinilä 1986; Anttila & Ruonavaara 2001).

Teoreettinen viitekehys rakennetaan tutkimuksessa kulttuurintutkimuksen ja urheiluyhteisötutkimuksen käsitteistön varaan. Viitekehysten pohjalta empiiriselle aineistolle asetettaviksi tutkimustehtäviksi muodostuivat: millaisia salibandyn katsojat ovat, kuinka he ovat katsojiksi soivaalistuneet ja millaisia merkityksiä he seuraamiseensa liittävät? Tapaustutkimuksellisen asetelman johdosta kulttuurintutkimuksen ja urheiluyhteisötutkimuksen viitekehystä hyödynnetään edelleen johtopäätösten teossa empiirisestä aineistosta. Lopputulemana päädytään yksityiskohtaiseen kuvaukseen jyvaskyläläisen salibandyseura Happeen yleisöstä.

2 YLEISÖTUTKIMUS KULTTUURINTUTKIMUKSEN OSA-ALUEENA

Urheilua on sekä arkiajattelussa että sosiologisessa tutkimuksessa pidetty usein elokuvan, musiikin ja kirjallisuuden tavoin kulttuuriteollisuutena, ainakin kun puhutaan urheilun seuraamisesta. Sitä onkin siten lähestytty usein kulttuurintutkimuksen näkökulmasta. (Heinonen 2004) Jos tarkastellaan urheilua yhtäältä liiketaloudellisena toimintasektorina ja toisaalta osana ympäröivää kulttuuria, voidaan Hornen (2006, 39, Whitsonia 2000, 146 mukailleen) mukaan väittää, että urheilulla on kaiken kaikkiaan merkittävämpi rooli alueiden kulttuurissa kuin niiden taloudessa. Eli vaikka parhaimmillaan rahavirrat saatetaan mitata miljardeissa, voidaan urheilun katsoa olevan ensi sijassa kiinnostavampi kulttuurisena ilmiönä.

Siitä mitä kulttuurin käsitteellä tarkoitetaan, ollaan usein arkipuheessa ja jopa sosiologisessa tutkimuksessa montaa mieltä. Yleisin ja kulttuurintutkijoille ominaisin määritelmä lienee, että kulttuuri on jollekin ihmisryhmälle yhteisistä tiedoista, arvoista, normeista, asenteista ja toimintatavoista muodostuva merkitysjärjestelmä. Samaan kulttuuriin lukeutuvat ihmiset jakavat siis merkittävässä määrin yhteisen merkitysjärjestelmän, eli tavan tulkita maailmaa. Kielellä on tämän merkitysjärjestelmän rakentumisessa keskeinen asema. (ks. esim. Longhurst ym. 2017, 4-14; Jokinen & Saaristo 2004, 142) Vaikka yhteinen kulttuuri koostuu keskeisimmin muun muassa arvoista, normeista ja tavoista, liittyy siihen useimmiten myös fyysisen tason artefakteja (Fine & Kleinman 1979). Heinosen (2004) mukaan kulttuurin käsitteellä tarkoitetaan sosiologisessa kulttuurintutkimuksessa ikään kuin kollektiivista subjektiviteettia. Kulttuuri ei kuitenkaan ole sama asia kuin yhteiskunta tai kansakunta, vaikka näiden ympärille muodostuvat kulttuurit ovat erityisen tärkeitä. Kulttuurit rakentuvat sekä paikkojen että asioiden ympärille. Ne limittyvät, verkottuvat ja muuttuvat loputtomasti. (Longhurst ym. 2017, 4-14) Kulttuurin ytimessä olevaa merkitysjärjestelmää voidaan kutsua koodiksi (Fiske 1992, 86-111).

Erilaisten tekstien yleisöt muodostavat ympärilleen kulttuureja. Crawfordin (2004, 3) mukaan kulttuurintutkimuksessa kulttuurituotteella, kuten urheilulla, on käsitetty olevan kolme komponenttia: tuottajat, teksti ja yleisö. Niin sanotun yleisötutkimuksen voidaan katsoa alkaneen teollisen mielenkiinnon kohdistuttua kommunikaatioprosessien vastaanottajiin joukkomedian

kehittymisen ja yleistymisen myötä (Longhurst ym. 2017, 74). Alkuvaiheessa yleisöjen akateemisessa tutkimuksessa ei kiinnitetty huomiota tekstin ja yleisön kulttuuriseen suhteeseen: oltiin ennemminkin kiinnostuneita esimerkiksi siitä, miten joukkotiedotuksella voidaan vaikuttaa vastaanottajien käyttäytymiseen, poliittisiin mielipiteisiin tai ajatteluun (Abercrombie & Longhurst 1998, 4-5). Myöhemmin kuitenkin nähtiin miten yleisöt voivat olla aktiivisia ja luovia tekstien tulkitsemisessa. Toisin sanoen yleisötutkimuksessa alettiin ymmärtää tekstin ja yleisön kompleksista suhdetta. (Heinonen 2004) Jopa joko tekstien tuottajiin ja vastaanottajiin voitiin nähdä jokseenkin epäselvänä: merkityksellistäänsä tekstejä luovasti yleisöthän osallistuvat myös osaltaan tekstin tuottamiseen (Heinonen 2004, Abercrombie & Longhurst 1998, 68-76). Tekstin merkitys ei siis rakennu pelkästään siitä, mitä sen tekijä on sillä halunnut tarkoittaa, vaan myös siitä millaiseksi vastaanottaja tulkitsee sen.

Jos kulttuuri on kommunikaation keskiössä, kulttuuriset aktiviteetit kuten kulttuuriteollisuuden tuotteiden kuluttaminen voidaan nähdä identiteetin rakennuksena. Kulttuuriset merkit eivät ole mielivaltaisessa suhteessa toisiinsa, vaan niiden välille syntyy järjestystä: syntyy esimerkiksi kulutuksen tyyliskeemoja, joiden symbolista ulottuvuutta voidaan käyttää muun muassa sosiaalisten distinktioiden luomisessa (Noro 1995). Puhuttaessa distinktioista puhutaan myös väistämättä vallasta (Saaristo & Jokinen 2004, 186). Yhdestä nykyhetken vaikutusvaltaisimmista identiteetin teoretisoinneista vastanneen Stuart Hall (1999, 21-23), jonka mukaan on olemassa kolme identiteetin käsitteellistämisen tapaa. Valistuksen identiteetin mukaan identiteetti on muuttumaton. Sosiologisen identiteetin mukaan identiteetti ei ole synnynnäinen, mutta kiinnittyy aina johonkin valmiista kulttuurisista identiteeteistä. Postmoderni identiteetti taas torjuu ajatuksen pysyvästä ja rakenteisiin kiinnittyneestä identiteetistä kokonaan. (Hall 1999, 21-23) Kahteen jälkimmäiseen identiteettikäsitteeseen kiinnittyy kaksi kulttuurintutkimuksellista suuntausta, joihin paneudutaan seuraavissa alaluvuissa. Identiteettikäsitteiden lisäksi paradigmat eroavat keskeisesti muun muassa siinä, kuinka ne käsitteellistävät yhteiskunnallisen vallan.

2.1 Alakulttuuriteoria ja Birminghamin koulukunta

Varhainen kulttuuriteollisuutta käsitellyt merkittävä sosiologinen koulukunta oli Frankfurtin koulukunta. Sen ajattelijoita on pidetty tärkeimpinä ”läntisen marxismin” edustajina. Koulukunta näki 1900-luvun alun uuden pohjoisamerikkalaisperäisen kulttuuriteollisuuden yhteiskunnan kapitalistisen kulttuurisen eliitin keinona hallita ja alistaa yhteiskunnan sosiaalisesti heikommassa asemassa olevia kerrostumia. Populaarikulttuurin katsottiin banaaliudessaan yksinkertaisesti turruttavan yhteiskunnan työväenluokkaisen osan vastustamispyrkimykset. Kulttuurimarxismi erosi Karl Marxin alkuperäisistä ajatuksista siten, että yhteiskunnan rakenteellista epätasa-arvoa ylläpidettiin sen mukaan eritoten kulttuurin tasolla. Valta ei koulukunnan mukaan sijainnut siis tuotantosuhteissa vaan kulttuurissa. (Longhurst ym. 2017, 105-109)

Frankfurtin koulukunnan kriittisen teorian tavasta suhtautua kulttuuriin ja valtaan otti vaikutteita myöhemmin Birminghamin yliopiston nykykulttuurin tutkimuskeskuksessa syntynyt ja varsinaisen kulttuurintutkimuksen tutkimusperinteen vakiinnuttanut Birminghamin koulukunta, joka oli kiinnostunut eritoten toisen maailmansodan jälkeen länsimaisissa yhteiskunnissa kehittyneistä ekspressiivisistä nuorisokulttuureista (Longhurst ym. 2017, 105-109, 329). Bennettin (1999) mukaan, kun nuorison kohdalla oltiin kiinnostuneita aiemmin muun muassa nuorisorikollisuudesta, jengeistä ja poikkeavuudesta, kiinnostuttiin alakulttuuriteoreetikoiden keskuudessa uusista kollektiiviseen tyyliin perustuneista kulttuureista, jotka olivat luonteeltaan paikallisen sijaan ennemminkin maanlaajuisia.

Birminghamin koulukunnan tutkijat, kuten Hebridge (1979), näkivät nämä 70—80-luvuilla syntyneet työväenluokkaisen nuorison alakulttuurit aktiivisena kulttuurisena vastaliikkeenä brittiläistä hegemonista valtakulttuuria vastaan. Alakulttuuri sosiologisena käsitteenä tarkoittaa siis ensisijaisesti kulttuuria, joka asemoituu ideologisesti poikkiteloin yhteiskunnan valtakulttuuriin nähden. Nuorison alakulttuurit asemoituivat alakulttuuriteoriassa tarkalleen ottaen johonkin hegemonisen valtakulttuurin ja oman ”emokulttuurinsa” välimaastoon: työväenluokkaisten nuorten katsottiin ammentavan maskuliinisesta työväenluokkaisesta emokulttuuristaan ja vastustavan keskiluokkaista valtakulttuuria ja elämäntapaa. Niillä oli siten niin sanottu kaksoisartikulaatio (Longhurst ym. 2017, 323-330). Vaikka alakulttuurin käsitettä on hyödynnetty

kulttuurintutkimuksessa myöhemmin yleisnimenä pienille kulttuurisille muodostumille, viittaa se ainakin konnotatiivisesti nimenomaan birminghamilaiseen ajatteluun (Wheaton 2007).

Frankfurtilaisesta ajattelusta poiketen Hebridge (1979) näki, että hegemonisen kulttuurisen ideologian tuottamia merkityksiä voi niille alistumisen ja niiden säyseän omaksumisen lisäksi myös vastustaa (Crawford 2004, 22). Alkuperäisen kulttuurimarxistisen tulkinnan mukaan ihmiset saattoivat toimia ainoastaan dominoivan luokan omien etujensa ajamiseksi luoman valheellisen todellisuuden rajoissa (Abercrombie & Longhurst 1998, 14). Hall (1980) vei tätä ajatusta aktiivisen vastarinnan mahdollisuudesta vielä pidemmälle niin ikään kulttuurintutkimuksen kiinnostuksen kohteena olleen joukkoviestinnän tutkimuksessa: mediatuottajien paketoimia merkityksiä tulkitessaan yleisö voi omaksua joko dominoivan diskurssin mukaisen tulkinnan, täysin vastakkaisen alakulttuurisen tulkinnan tai sitten sovitellun tulkinnan, joka sijoittuu johonkin kahden edellisen väliin. Näiden Birminghamin koulukunnan ajattelijoiden näkemykset alakulttuureista joko hegemonisten diskurssien vastustajina tai niihin mukautujina käsittää Abercrombien ja Longhurstin (1998, 3-39) mukaan yhden yleisötutkimuksen pääasiallisista paradigmoista 1900-luvulla. Niin sanottu alakulttuurinen lähestymistapa levisi siis nuorisokulttuurien tutkimuksesta myös laajempaan yleisötutkimukseen.

Yleisötutkimus on usein fanitutkimusta, sillä johonkin populaarikulttuurin ilmiöön vahvasti sitoutuneet fanit ovat erilaisista yleisöistä selkeimmin erottuvia ja muutenkin tutkimuksen näkökulmasta kiinnostavimpia ryhmiä. Esimerkiksi urheilufanit on haluttu tutkimuksenkin tasolla erottaa muusta yleisöstä sen perusteella, millaiseksi suhde urheilun seuraamiseen muodostuu. (Crawford 2004, 33) Etenkin varhainen fanitutkimus omaksui alakulttuurisen viitekehyksen ja näki fanikulttuurit ennen kaikkea ideologisena vastarintana ja luovana dominoivien merkitysrakenteiden tulkintana (Abercrombie & Longhurst 1998, 121; Sandvoss 2003, 13). Alakulttuuriseen viitekehykseen nojaa faniuden tutkimuksessa esimerkiksi Kozinets (2001), jonka mukaan Star Trek -ilmiöön liittyvä fani-identiteetti on merkinnyt sarjaan sitoutuneille faneille ennen kaikkea vastarintaa yhteiskunnan hegemonista ideologiaa ja kulttuurisia rakenteita kohtaan.

Feministisestä näkökulmasta koko faniuden ilmiö on nähty patriarkaalisen valtakulttuurin feministisen vastarinnan manifestoitumana. Näkemystä havainnollistavat muun muassa lukemattomat naisvaltaiset TV-saippuasarjafaniudet. (Harris & Alexander 1998, 3-8) Toisaalta yksi arkiajattelun fanistereotyyppioista on kirkuva ja ”hysterinen” teinityttö (Crawford 2004, 19; Jenson 1992, 12). Sen sijaan urheiluun liittyvä fanius on nähty kuitenkin vahvasti miehisenä ilmiönä ja sen on katsottu olevan erilaisista faniuksista ehkä vielä perinteisessä muodossaan sukupuolittuneinta (Heinonen 2004; Sandvoss 2003, 25-26). Miehistä urheilufaniutta on pidetty myös esimerkiksi naisten TV-saippuasarjafaniuksia autenttisempänä ja alakulttuurisempänä (Crawford 2004, 34).

Yksi sosiologian peruskysymyksistä muodostuu vallan käsitteen ympärille. Toinen merkittävä kysymys on niin sanottu rakenne/toimija -ongelma, eli kysymys siitä, kuinka autonominen yksilö voi yhteiskunnan rakenteellisten realiteettien puitteissa olla. (Jokinen & Saaristo 2004, 186) Alakulttuurisessa lähestymistavassa keskeisiksi käsitteiksi muodostuivat muun muassa sellaiset käsitteet, kuten hegemonia, dominoiva kulttuuri, dominoiva ideologia ja luokkakulttuuri (Longhurst ym. 2017, 330). Abercrombien ja Longhurstin (1998, 34-35) mukaan sopeutumisen ja vastarinnan paradigmissa käsitys siitä, mitä yhteiskunnallinen valta on, noudatteli niin sanottua nollasummamallia: valta sijaitsee aina tietyillä yksilöillä tai instituutioilla ja sen tähden joku niistä kohoaa hegemoniseen asemaan. Crawfordin (2004, 27-30) mukaan sekä Abercrombien ja Longhurstin (1998) määrittelemä varhainen yleisötutkimuksen behavioristinen paradigma, että mukautumisen ja vastarinnan paradigma käsitteellistivät vallan nollasummaperiaatteella. Varhainen paradigma näki yleisön täysin voimattomina ”rakenteiden uhreina”. Alakulttuurisessa ajattelussa yksilöt pystyvät harjoittamaan alistetusta tilastaan huolimatta aktiivista vastarintaa alakulttuurisen toimintansa kautta. (Crawford 2004, 27-30)

2.2 Kulutus sosiaalisuuden keskiössä

Edellä kuvatussa muodossaan alakulttuurinen paradigma on saanut kuitenkin paljon kritiikkiä. Muun muassa Clarke (1982) esitti, että nuorison alakulttuurien tutkimuksen vallitsevassa lähestymistavassa oli monia jäykkyyksiä: alakulttuurit näyttäytyivät siinä sisäisesti homogeenisina, tiiviinä, tarkkarajaisina ja muuttumattomina. Alakulttuurien vastustama valtakulttuuri nähtiin

taas suurena tarkkoja määritelmiä karttavana massana. Lisäksi alakulttuurien kiinnittyminen luokkataisteluun voitiin jälkimodernissa ajassa katsoa todellisuudessa korkeintaan näennäiseksi. Koulukunta ei ottanut huomioon sitä, että monet alakulttuurit olivat rakenteeltaan hajanaisia, toisiinsa nähden päällekkäisiä ja heterogeenisiä ryhmiä, joiden jäsenten sitoutuminen ryhmän tyylikoodeihin oli intensiteetiltään vaihtelevaa. (Clarke 1982)

Clarcken (1982) ja muiden samansuuntaisia argumentteja esittäneiden alkuperäisen alakulttuuriteorian kriitikoiden (ks. esim. Bennett 1999) perusteluista Longhurst ym. (2017, 346) ovat koonneet kolme kannanottoa alakulttuuriteoriaan. Niistä ensimmäisen mukaan alakulttuurin käsite on vanhentunut ja sen tilalle tulee etsiä kuvaavampi käsite. Toiseksi alakulttuuriteoriaa voidaan edelleen joiltain osin soveltaa, jos keskeinen käsite alakulttuuri ”jälkimodernisoidaan” postalakulttuuriksi. Kolmanneksi alakulttuurin käsitettä voidaan edelleen hyödyntää, mikäli puhutaan Birminghamin koulukunnan kuvaamia piirteitä sisältävistä alakulttuureista. (Longhurst ym. 2017, 346) Konfliktiteoreettiseen perinteeseen viittaava kulttuurimarxistinen ajattelu ei siis ole hävinnyt kokonaisuudessaan, vaikka ympäröivän yhteiskunnan muutos onkin saanut sen näyttämään vanhanaikaiselta.

Luokkiin tai muihin rakenteisiin kiinnittyvien ideologisten kamppailujen sijaan jälkimodernin ajan keskeisenä erilaisten sosiaalisuuden muotojen yhteisenä nimittäjänä on mainitussa alakulttuuriteoriaan kriittisesti suhtautuvassa kulttuurintutkimuksessa nähty muun muassa kulutus (Clarke 1982; Bennett 1999; Crawford 2004). Joissain yhteyksissä on puhuttu jopa kulutuskulttuurin tai kulutuskulttuurien synnystä (Lury 1996 1-7). Ilmosen (2007, 23) mukaan 1970-luvun lopulla kulutuksesta käytävään sosiologiseen keskusteluun tuli positiivissävytteinen yleisvire, vaikka aikaisemmin konsumerismiin oli suhtauduttu sosiologiassa lähinnä moralisoivaan sävyyn. Kulutuskeskeisesti rakentuvan yhteisöllisyyden käsitteellistyksissä on hyödynnetty muun muassa paljon uusheimon käsitettä (Bennett 1999, Crawford 2003; Moorhouse 1991). Maffesoli (1996) viittaa uusheimon käsitteellä jälkimodernin yhteiskunnan hajanaisiin ja rakenteeltaan vaikeasti hahmotettaviin ryhmiin, jotka saattavat olla jossain määrin niin sanotusti kuvitteellisiäkin, mutta joita pitää yhdessä jollain tasolla jaettu kulttuurinen koodisto. Jälkimodernin ajan uusheimot liittyvät Maffesolin (1996) mukaan myös yleensä jollain tavalla kuluttamiseen ja elämykselliseen yhdessäoloon.

Syytä uudenlaisen kulutuskeskeisen sosiaalisuuden syntyyn on etsitty muun muassa Baumanin (1998) sekä Lashin ja Urryn (1987) kuvaamista yhteiskunnan rakenteellisen tason muutoksista (Crawford 2004). Lash ja Urry (1987) rakentavat Marxin ja Engelsin organisoituneen kapitalismin käsitteen pohjalle teesin, jonka mukaan kapitalistinen länsi siirtyi 1900-luvulla vaihteittain disorganisoituneeseen kapitalismiin. Organisoitunut kapitalismi niveltäytyi muun muassa teollistumisen, rationalisoitumisen, massatuotannon, eriarvoistumisen ja vahvan ammattiliikkeen kanssa synnyttäen vahvoja luokkakulttuureja. Myöhemmän disorganisoituneen kapitalismin merkkejä ovat taas muun muassa kiihtyvä globalisaatio, kansallisten markkinoiden heikkeneminen, tuotannon erikoistuminen, yhteiskunnan rakennemuutos, ammattiliikkeen heikkeneminen ja hyvinvoinnin kasvu. Jälkimoderniin aikaan siirtyneiden yhteiskuntien kulttuurisen tason muutoksia voidaan kuvata esimerkiksi keskiluokkaistumisen, kulttuurisen fragmentaation ja konsumerismin käsitteillä. Tällaisessa tietyssä määrin yhteiskuntaluokattomassa yhteiskunnassa ihmiset elävät koko elämänsä enemmän tai vähemmän kuin teinit, joiden identiteetit ovat jatkuvassa muutostilassa. (Lash & Urry 1987, 3-7, 15) Baumanin (2005, 26) mukaan nyky-yhteiskunnassa ihmisen on oltava ensin kuluttaja ennen kuin hän voi olla mitään muuta.

Bennettin (1999) mukaan työväenluokkaisen nuorison tutkimisesta syntyneessä alakulttuurisessa ajattelussa oli alun perinkin se keskeinen väärinymmärrys, että kollektiivisissa tyyleissä luultiin olevan kyse työväenluokkaisen identiteetin suojelemisesta. Kyse oli pohjimmiltaan ennemminkin työväenluokkaisen nuorison ostovoiman ja kulutusmahdollisuuksien kasvusta, joka mahdollisti ekspressiivisen kuluttamisen ja erilaisilla tyyleillä leikkittelyn. Monien 50-, 60- ja 70-lukujen alakulttuuristen tyylien takaa voidaan löytää keskiluokkaisia kytkentöjä ja kaupallisia intressejä. Siinä että jotkin työväenluokkaisesta taustasta lähtöisin olleet merkityksellistivät joitakin tekstejä alakulttuuriseksi luokkataisteluksi, voidaan katsoa kaikeksi olevan kyse ennemminkin näiden nuorten aktiivisista tyyllillisistä valinnoista kuin rakenteellisten olosuhteiden influenssista. (Bennett 1999)

Kulutusta omana yhteiskunnallisena ilmiönään tutkivassa sosiologian haarassa kuvattu kehitys on johtanut siihen, että halujen ja ekspressiivisyyden on huomattu hallitsevan kulutusvalintoja tarpeita ja välttämättömyyttä enemmän (Noro 1995; Horne 2006, 73-76). Hornen (2006, 73-76) mukaan ekspressiivisen kuluttamisen ja niin sanotun tavaravälitteisen sosiaalisuuden mahdol-

listi ostovoiman kasvun ja vapaa-ajan lisääntymisen lisäksi ennen kaikkea post-fordistisen tuotantotavan kehitys toisen maailmansodan jälkeisinä vuosina: ennen massatuotantologiikkaa noudattaneet tuotantotavat fragmentoituiivat, tehostuivat ja erikoistuivat, minkä ansiosta markkinoilla alkoi lisääntyä eritoten kaikennäköisten kulttuuriteollisuuden aineettomien palveluiden määrä. Voidaan sanoa, että viimeistään tällöin hyödykkeiden symboliarvo nousi käyttöarvon rinnalle ohjaamaan kulutusvalintaa myös alemmissa yhteiskuntaluokissa (Ilmonen 2007, 23-25).

Alakulttuuriseen teoriaan kriittisesti suhtautuvassa kulttuurintutkimuksessa on siirrytty vallanollasummakäsityksen lisäksi pois näkyvimpiin ja vaikuttavimpiin kulttuurin muotoihin keskittymisestä. Mielenkiinto on sen sijaan suunnattu arkipäiväisempien toimintojen ja tapojen tutkimiseen. Tutkimus on muuttunut myös kulttuurien sisäisten merkitysrakenteiden ymmärtämisestä empiirisempään suuntaan ja kulttuurintutkimuksellinen mielenkiinto on levinnyt pääosin nuorisokulttuurin tutkimisesta laajemmalle. (Longhurst ym. 2017, 351) Yleisötutkimuksen puolella sekä mainittu yhteiskunnan jälkimoderni käänne, että muutos tutkijoiden ajattelussa ovat johtaneet siirtymiseen niin sanotusta mukautumisen ja vastustamisen paradigmasta speaktaakkelin ja esiintymisen paradigmaan. Speaktaakkelin ja esiintymisen paradigmassa vallan ei nähdä sijaitsevan hegemonisilla kulttuurisilla ryhmillä, vaan sen nähdään sijaitsevan vuorovaiikutuksessa. (Abercrombie & Longhurst 1998, 36-37) Tällaista valtakäsitystä voidaan nimittää foucaultilaiseksi (Saaristo & Jokinen 2004, 192-194).

Yleisöt eivät ole enää ainoastaan yksinkertaisia yleisöjä tai massayleisöjä, vaan jälkimodernissa voidaan käsitteellistää myös kolmas yleisötyyppi: hajanainen yleisö. Sillä tarkoitetaan yleisönä olemisen ilmiön sulautumista jokapäiväiseen elämään ja sosiaalisiin tilanteisiin. Se pitää käytännön tasolla sisällään yhtäältä sen, että erilaisten viihdemedioiden käyttö yleistyy, arkipäiväistyy ja nivoutuu muihin arkipäivän askareisiin. Toisaalta se tarkoittaa myös, että sosiaalisuudestamme on tullut yleisesti ottaen hyvin performatiivista. Olemme yleisönä ja esiinnyimme yleisöille jokapäiväisissä sosiaalisissa tilanteissa, joissa kerromme itsestämme muille hyödyntämällä muun muassa erilaisia mediarepresentaatioita ja kulutustyyylejä. Toisin sanoen liitämme identiteettiimme aina jotain kuluttamamme kulttuuriteollisuuden symbolisesta kielestä. Yleisötutkimuksen speaktaakkelin ja esiintymisen paradigman keskiössä on hajanainen yleisötyyppi. (Abercrombie & Longhurst 1998, 68-76)

2.3 Sosiaalinen maailma ja symbolinen interaktionismi

Finen ja Kleinmanin (1979) mukaan alakulttuurit nähtiin alakulttuuriteoriassa liian homogeenisinä, staattisina ja suljettuina. Alakulttuurin käsitteen katsottiin viittaavan ryhmät koostaviin jäseniin, vaikka alakulttuureissa kiinnostavampia ovat enemmänkin niiden sisältämät kulttuuriset elementit. Alakulttuureja voidaan sen sijaan lähestyä interaktionistisesta näkökulmasta, jonka mukaan kulttuuri syntyy ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa. Kulttuuri ei ole sama asia kuin siihen osallistuvat jäsenet, vaan ihmiset osallistuvat erilaisiin kulttuurisiin ryhmiin samanaikaisesti. Kulttuurit leviävät, sulautuvat ja muodostavat laajempia kulttuureja eri ryhmien jäsenten välisessä vuorovaikutuksessa, jota välittää ja vahvistaa joukkotiedotusvälineet. Osakulttuurit ovat luonteeltaan enemmän löyhiä ja laajalle ulottuvia verkostoja kuin suljettuja ja distinktiivisiä ryhmiä. Osakulttuurien välinen vaihto ja vuorovaikutus on yksilön näkökulmasta joko suoraa tai välillistä. Kulttuuriset vaikutteet voivat levitä siis ilman varsinaista fyysistä vuorovaikutusta joukkotiedotusvälineiden avustuksella. (Fine & Kleinman 1979)

Yksi symbolisen interaktionismin tutkimusperinteeseen nojaavista käsitteistä on sosiaalinen maailma. Sosiaalinen maailma on diskursiivinen avaruus, johon osallistuvia sitoo näiden yhteisessä merkitysmaailmassa muun muassa kollektiiviset tavat, aktiviteetit, paikat ja artefaktit (Strauss 1978). Kalifornialaisessa sosiologian tutkimusperinteessä muotoiltu sosiaalinen maailma voidaan mieltää yhdeksi käsitteelliseksi pyrkimykseksi tarttua jälkimoderniin kulttuuriin ja posttraditionaaliseen yhteisöllisyyteen nimenomaan interaktionistisesta näkökulmasta (Lehmuskallio 2007, 15). Straussin (1978) mukaan sosiaalisten maailmojen keskiössä on usein joku aktiviteetti, jota harjoitetaan jossain tilassa käyttäen jotakin teknologiaa. Vaikka ne muodostuvat ensi kädessä jaetun merkitysjärjestelmän pohjalle, luovat ne kasvaessaan sisälleen kuitenkin myös formaalisia organisaatioita. Syntyessään ensikädessä diskursiivisten avaruuksien ympärille sosiaaliset maailmat hajaantuvat parhaimmillaan latenteiksi, limittyvät keskenään ja jakaantuvat lukemattomiin osamaailmoihin. Maailmojen välinen diffuusio tapahtuu yhteisten jäsenten kautta, eli toisin sanoen verkostoissa. Joskus jokin formaali organisaatio saattaa palvelulla solmukohtana sosiaalisten maailmojen välissä. (Strauss 1978)

Yksi alakulttuurisen teorian heikkouksista oli muun muassa Clarken (1982) mukaan se, ettei se ottanut huomioon alakulttuuristen ryhmien sisäistä kerrostuneisuutta ja jäsenten eritasoista sitoutumista toimintaan tai kollektiivisiin tyyleihin. Interaktionistisesta näkökulmasta sitoutuneisuus näkyy muun muassa siinä, kuinka keskeiseksi jäsen näkee ryhmän edustamat kollektiiviset merkitykset identiteettirakennelmissaan (Fine & Kleinman 1979). Toisin asian voisi ilmaista esimerkiksi siten, että asema maailman sisällä määrittyy sen kautta, kuinka ”sisässä” siinä on. Kyse on ikään kuin uppoutumisesta sosiaalisten maailmojen merkitysrakenteisiin: mitä syvemmällä näissä on ja mitä paremmin kulttuurin kieltä ymmärtää, sitä suurempi osuus kyseisellä maailmalla on ihmisen identiteettirakennelmissa tai elämänyhtälössä (Lehmuskallio 2007, 16).

Straussin (1978) mukaan sosiaalisista maailmoista puhuttaessa voidaan lainata uran käsitettä organisaatioiden ja työelämän maailmoista, sillä se tarjoaa oivan analogisen työkalun kerrostuneisuuden ja sosiaalisen liikkeen ymmärtämiselle sosiaalisten maailmojen sisällä. Vaikka puhuttaisiinkin palkkatyön ulkopuolisista maailmoista, ihmisten aspiraatiot nousta maailmojen sisäisissä arvohierarkioissa voivat olla silti tiedostettuja ja vakavia (Strauss 1978). Unruh (1979) on tunnistanut neljä osallistumistyyppiä sosiaalisissa maailmoissa: ulkopuoliset, turistit, vakituiset ja sisäpiiriläiset. Urheiluyhteisöjen tutkimuksessa samankaltaista uran ja statussiirtymän käsitteisiin nojaavaa interaktionistista ajattelua on hyödyntänyt muun muassa Crawford (2003) tunnistaessaan ”faniuran” vaiheet jääkiekkjoukkueen seuraajakunnassa.

Kun sosiaalinen todellisuus hahmotetaan postalakulttuurisesta viitekehyksestä käsin, huomataan että erottautuminen tapahtuu sekä ulkoisesti eri kulttuuristen ryhmien välillä että sisäisesti niiden jäsenten välillä (Wheaton 2007; Holt 1995). Ihmiset tuovat sosiaaliseen maailmaan asuessaan mukanaan aina myös valmiin kulttuurisen identiteettirakennelmannsa. Sen lisäksi, että kulttuuri muokkaa ihmistä, muovautuvat myös kulttuurit niissä toimivien ihmisten kautta (Lehmuskallio 2007, 15-16). Straussin (1978) mukaan keskeinen vallankäytön kenttä ja yksi kaikkia sosiaalisia maailmoja yhdistävistä piirteistä on kamppailu autenttisuudesta. Kilpailu autenttisen koodin määrittelystä on se keskeisin kenttä, joka luo niin sanottuja sisäisiä klikkejä ja pirstaloita sosiaaliset maailmat alisteisiksi osamaailmoiksi (Strauss 1978). Thornton (1995) on kehitellyt alakulttuurien kerrostuneisuuden kuvaamisessa bourdieuläisen käsitteen alakulttuurinen pääoma: niillä joilla on alakulttuurista pääomaa, on valtaa päättää ryhmän yhteisistä koodeista. Vaikka Bourdieun (1986) distinktioteoria pääomineen (sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen)

ei ole interaktionistinen, on alakulttuurisen pääoman käsite Wheatonin (2007) mielestä varsin hyödyllinen postalakulttuurisessa tutkimuksessa.

2.4 Kulttuuriset merkitykset

Sosiologisessa kulttuurintutkimuksessa toistuvat usein muun muassa semioottiset merkityksen ja koodin käsitteet. Fisksen (1992, 14) mukaan semiotiikka, eli merkitysoppi tai viestinnän tutkimuksen semioottinen koulukunta, on erityisesti kulttuurintutkimukselle ominainen tapa tutkia ihmisten välistä vuorovaikutusta ja selittää kulttuurien syntyä. Ihmisten välinen viestintä tapahtuu merkkien ja koodien välityksellä. Merkit viittaavat joihinkin itsensä ulkopuolisiin asioihin ja ovat siten välineitä merkityksen antamisessa. Koodit järjestävät merkit koherenteiksi kokonaisuuksiksi ja kertovat myös siitä, kuinka merkit tulisi tulkita. Viestinnän keskiössä on viestijän ja viestin vastaanottajan välille merkeistä muodostuva teksti, jonka tulkitseminen on sopimuksenvaraista sekä riippuu tulkitsijan kulttuurisesta taustasta ja tämän tuntemista kulttuurisista koodeista. Viestintäteko synnyttää aina tekstin, jota ei tule käsitteellä mieltää kirjaimellisessa mielessä. Semioottisesta tarkastelusta poikkeava ihmisten välisen vuorovaikutuksen tarkastelutapa on vuorovaikutuksen näkeminen viestinnän prosessikoulukunnassa vaikuttamiseen tähtäävänä sanomien välittämisen prosessina, jossa on mielenkiintoista eritoten viestintäkanavien käyttämisen luonne ja vaikuttamisen onnistuneisuus. (Fiske 1992, 14-16)

Semioottisen koulukunnan eurooppalaisessa perinteessä merkin katsotaan rakentuvan merkitsijästä, eli jostain konkreettisesta, fyysisestä ja havaittavasta, sekä merkitystä, eli siitä mihin merkitsijä viittaa. Merkkien avulla ”lukija” voi tehdä ulkoisesta todellisuudesta selkoa, eli merkityksellistää sitä. Todellisuudesta johdetut merkitykset ovat siis kulttuurisidonnaisia: kahden ihmisen kulttuuriset taustat ovat sitä yhteisempiä mitä enemmän näiden tulkinnat merkitsijöiden viittaamista merkityistä muistuttavat toisiaan. Samaan kulttuuriin kuuluvien ihmisten tavat merkityksellistää todellisuutta ovat olennaisilta osiltaan samankaltaisia. (Fiske 1992, 66-67) Merkityksellistämässä voisi sanoa olevan toisin sanoen kyse tekstin ja sen käyttäjän välisestä vuorovaikutuksesta tai jopa näiden välisestä neuvottelusta.

Merkitys voidaan jakaa edelleen denotaatioon, konnotaatioon ja myyttiin. Denotaatio, eli merkityksellistämisen ensimmäinen taso, tarkoittaa merkitsijälle annettua yksiselitteisintä ja kulttuurisesti hyväksytyintä merkitystä. Denotatiivisista merkityksistä ei voida yleensä juurikaan kiistellä. Niin sanotulla merkityksellistämisen toisella tasolla merkin, käyttäjän ja kulttuurin välinen vuorovaikutus on kuitenkin aktiivisempaa ja mielenkiintoisempaa. Konnotaatio on se merkitsijän eli ”muodon” toissijainen merkitys, joka pitää lukea ”rivien välistä”. Myytti on taas merkityksen eli ”sisällön” toissijainen merkitys. Perustavaa laatua olevat käsityksemme todellisuudesta muodostuvat erilaisille myyteille. Niiden yhtenä tehtävänä on naturalisoida ja legitimoida tekemisemme ja toimintatapamme. Perustavimmalla tasolla myytit selittävät olemassaoloamme, mutta arkipäiväisemmällä tasolla voidaan puhua esimerkiksi myytistä, joka selittää mistä kouluinstituutiosta on kyse. (Fiske 1992, 112-121)

Kulutusvalinnan mekanismin on katsottu kulutusta tutkivan sosiologian mukaan siirtyneen jälkimodernina aikana niin sanotusti tarpeesta haluun (Noro 1995). Kulutuksella tai kulutuksen kohteena olevilla asioilla voidaan katsoa olevan neljä erilaista aspektia, joista ollaan kiinnostuneita eri tieteenaloilla. Ensinnäkin tavaralla on tietysti taloudellinen ja tavaraopillinen aspektinsa. Näistä edeltävästä on kiinnostunut taloustiede ja jälkimmäisestä esimerkiksi vaikkapa erilaiset luonnontieteet. Sosiologian, antropologian ja semiotiikan näkökulmasta mielenkiintoiseksi muodostuu tavarain symbolinen aspekti, joka tarkoittaa sitä, että tavarat voivat saada kulttuurisia merkityksiä. (Ilmonen 2007, 66-70) Semioottisesti mikä tahansa voi toimia merkinä tai tekstinä ja saada erilaisia merkityksiä eri konteksteissa. Näin on asiain laita myös esimerkiksi erilaisten liikuntakulutuksen muotojen kohdalla. (Lehmuskallio 2007, 62) Kulutustavarain symbolisen aspektin avulla kuluttaja kommunikoi tavarain sisältämiä merkityksiä ja näin muun muassa asemoi itseään yhteiskunnassa. Neljäs tavarain aspekti on produktiivinen aspekti, joka tarkoittaa sitä, kun kuluttaja valmistaa tavarain käyttö- ja symbolisen aspektin avulla uusia kulutustavaroita. Tällöin tavara liikkuu takaisin eritoten taloustieteellisen mielenkiinnon alueelle. (Ilmonen 2007, 66-70)

2.5 Sosialisaatio

Sosialisaatio tarkoittaa sitä oppimisprosessia, jonka ansiosta yksilöstä tulee jonkin yhteisön jäsen. Sosiaalistuessaan johonkin yhteisöön ihminen sisäistää keskeisimmillään yhteisön oikeana pitämät arvot ja normit sekä sille tyypilliset sosiaaliset roolit. (Jokinen & Saaristo 2004, 78-79) Sosiaalistumista tapahtuu, kun yksilö merkityksellistää erilaisia asioita tai ilmiöitä jossain kulttuurisessa maailmassa ja etenkin oppii yhteisön kulttuurisen koodin niille määrittämät merkitykset. Sosialisaatioprosessi siis yhdenmukaistaa yhteisöä sitomalla nämä yhteiseen kulttuuriin koodiin. (Lehmuskallio 2007, 21) Sisäistämisprosessi on kuitenkin koko sosialisaation prosessissa vasta alkuvaihe. Sisäistämisprosessin avulla yksilö saa viime kädessä valmiudet osallistua yhteisön jäsenenä yhteisön kulttuurin tuottamiseen ja siten muiden ihmisten sosiaalistamiseen. (Jokinen & Saaristo 2004, 79) Sosialisaatio ja kulttuurien sisäistäminen itsessään eivät ihmisen elämänsä aikana koskaan pääty kokonaisuudessaan. Kukaan ei voi koskaan tuntea kokonaista objektiivista maailmaa osamaailmoineen läpikotaisin. (Berger & Luckmann 1994, 156) Antropologiassa kulttuurin sisäistämisen prosessia kutsutaan usein akkulturaatioksi tai enkulturaatioksi. Sosialisaatio on sen sijaan sosiologiassa käytetty ilmiötä kuvaava termi. (Longhurst ym. 2017, 7)

Yksi tunnetuimmista sosialisaation malleista on jako primaariseen ja sekundaariseen sosialisaatioon. Aiemmalla tarkoitetaan varhaislapsuudessa tapahtuvaa perustavinta laatua olevien kulttuuristen toimintatapojen, roolien ja normien oppimista. Primaarisosialisaatiossa pääasiallisena sosiaalistumisen kontekstina on vanhempien ja sisarusten muodostama ”merkitykselliset toiset”. Lapsi omaksuu primaarisosialisaatiossa kasvattajiensa tulkinnat ympäröivästä objektiivisesta maailmasta. Primaarisosialisaatiota voisi luonnehtia laadultaan kriittikittömäksi ja se on aina tunnepitoista. Lapsi perii käytännössä lähiyhteisönsä maailmankuvan kokonaisuudessaan ja rakentaa sen pohjalle ensimmäisen vakaan ja uskottavan identiteettinsä. Tärkeää on huomioida kuitenkin jo primaarisosialisaatiossakin esiintyvä dialektisuus: lapsen identiteetti muodostuu jatkuvasti ulkoa opittavien objektiivisten määritysten ja jo opittujen subjektiivisten määritysten välisessä vertailun prosessissa. (Berger & Luckmann 1994, 149-153) Sekundaarisessa sosialisaatiossa ihminen sosiaalistuu yhteiskunnan muihin sosiaalisiin maailmoihin tapoineen, rooleineen, normeineen ja eriytyneine merkitysrakenteineen. Toisin kuin primaarisessa sociali-

saatiossa, myöhempi sosiaalistuminen voi olla siinä mielessä kriittistä, että sosiaalisten maailmojen kulttuurisia koodeja voidaan oppia ilman tunnepitoista samaistumista tai erilaisten roolien kiinnittämistä omaan identiteettiin. (Berger & Luckmann, 156-160).

Strauss (1978) käyttää prosessinomaisen sosiaalistumisen termiä (orbiting) puhuessaan sosiaalistumisesta jälkimodernin yhteiskunnan sosiaalisiin maailmoihin. Sosiaalistumisprosessit erilaisiin alamaailmoihin ovat harvoin suoraviivaisia ja jäsenyydet tällaisissa maailmoissa saattavat muuttua luonteeltaan paljonkin elämän eri vaiheissa. Tärkeitä ovat eritoten erilaiset verkostot, ystävät ja tuttavuudet, jotka toimivat sosialisointia agentteina joko muodollisessa mielessä tai monilla epämuodollisilla ja tiedostamattomilla tavoilla. (Strauss 1978) Sosiaalisten kollektiivien merkityksen vähetessä ja erilaisten kulttuuriteollisuuden tuotteiden kuluttamisen lisääntymässä kuitenkin myös erilaisista joukkotiedostusvälineistä voidaan puhua vakavasti sosialisointia agentteina (Lehmuskallio 2007, 22-23).

3 PENKKIURHEILU JA URHEILUYLEISÖT

Penkkiurheilun ilmiötä tarkasteltaessa on syytä lähteä liikkeelle käsitteiden valinnasta. Kuten aikaisemmin todettua, urheiluyleisöjen tutkimus on ollut usein fanitutkimusta. Urheilussa, kuten kulttuurintutkimuksessa yleensä, on oltu kiinnostuneita usein ulkoisesti erottuvimmista ryhmistä ja kulttuureista (Crawford 2004, 105). Urheiluyleisöistä on siis tunnistettavissa yleensä distinktiivinen ja sitoutunut ryhmä, jota kutsutaan faneiksi erotuksena muusta yleisöstä. Tällaisten ihmisten ymmärrys kulutuksen kohteena olevasta tekstistä on katsottu ”tavallista kuluttajaa” syvemmäksi ja suhde tekstiin vahvasti tunnelatautuneeksi (Heinonen 2004). Toisaalta fani arkikielisenä terminä voi tarkoittaa usein urheilun katsojaa yleensä (Heinonen 2004; Anttila 2001).

Jensonin (1992, 13) mukaan fanilla viitataan negatiivissävytteisissä mediarepresentaatioissa stereotyyppisesti usein joko pakkomielteiseen ja henkisesti epätasapainossa olevaan yksinäiseen henkilöön tai sitten aggressiiviseen ja kiihkoilevaan yleisön jäseneseen. Keskeisintä faniudessa lienee kuitenkin, että se liittyy olennaisella tavalla juuri populaarikulttuuriin: klassisen musiikin, kirjallisuuden tai taiteen ystäviä ei kutsuta yleensä faneiksi (Crawford 2004, 19-21; Heinonen 2004). Urheilun yleisötutkimuksessa fanilla viitataan yleensä tiiviin tunnesiteen johonkin urheilujoukkueeseen muodostaneeseen, sekä paljon tämän seuran otteluita ja oheistuotteita kuluttavaan urheilun seuraajaan. Muusta penkkiurheiluvasta yleisöstä saatetaan käyttää esimerkiksi nimitystä ”suuri yleisö” (ks. esim. Anttila 2001).

Urheiluun liittyvä seuraaminen eli penkkiurheilu voidaan kategorisoida kahteen luokkaan: suoraan ja epäsuoraan penkkiurheiluun (Wann ym. 2001, 3). Toisaalta voidaan puhua myös primaarisesta ja sekundaarisesta, eli välittömästä ja välitetystä penkkiurheilusta, jotka kutakuinkin tarkoittavat urheilun seuraamista paikan päällä ja tiedotusvälineiden välityksellä (Lehmuskallio 2007, 18, 35). Urheilutapahtumien seuraaminen tiedotusvälineistä on tietenkin nykyään paikan päällä seuraamista yleisempää. Urheilun suuret yleisöt ovat nykyään niin sanotusti ruutujen takana. (Anttila 2001) Välittömän ja välitetyn urheilun seuraajista voidaan puhua myös yksinkertaisina ja massayleisöinä (Abercrombie & Longhurst 1998, 43-68).

Crawfordin (2004, 38) mukaan jälkimoderniin aikaan siirtyneessä urheilun kuluttamisessa nämä yleisön alakäsitteet voidaan mieltää tosin jossain määrin merkityksettömiksi: voidaan puhua hajanaisesta yleisöstä, jonka jokapäiväistä elämää urheilun seuraaminen ja urheilufanius läpäisevät erilaisin tavoin. Voidaan käydä keskustelua myös esimerkiksi siitä, onko kehittyneen mediatekniikan ja älypuhelinien aikakaudella puhtaasti välitöntä urheiluviihdettä enää olemassa. Perinteisistä yleisötyypeistä puhuminen säilyttää kuitenkin mielekkyytensä erityisesti urheilun kohdalla ainakin siinä mielessä, että esim. Heinosen (2004) mukaan fyysisesti paikan päällä tapahtumissa oleva yleisö reaktioineen on erityisen merkittävä osa sitä kulutustuotteeksi paketoitavaa tekstiä, jota kutsutaan urheilutapahtumaksi.

Urheilua voi kuluttaa nykyisin välitetysti muun muassa ostamalla fanituotteita, lukemalla urheiluaiheista painettua mediaa, lyömällä vetoa urheilutapahtumista, seuraamalla tilastoja ja sarjatilanteita sekä pelaamalla urheiluaiheisia videop pelejä (Crawford 2004, 112-153; Lehmuskallio 2007, 31). Mediavälitteisen urheilun on perinteisesti katsottu asettuneen kilpailemaan paikan päällä tapahtuvan urheilun seuraamisen kanssa (Heinilä 1985). Monilla urheilutuotteen välitetyillä muodoilla voidaan mieltää olevan kuitenkin pohjimmiltaan päätuotetta tukeva luonne: esimerkiksi lajiaiheisten videopelien on nähty tukevan eri urheilulajien leviämistä uusille markkina-alueille ja niitä vierastavien kulttuurien piiriin. Niiden avulla koodeiltaan monimutkaisten lajien säännöt, taktikat ja muut kulttuuriset elementit on voitu joissain tapauksissa muotoilla uusille kohderyhmille helposti omaksuttavaan muotoon. (Crawford 2004, 151) Lehmuskallio (2007, 31) laskee tiedotusvälineiden kautta tapahtuvan urheilun seuraamisen lisäksi myös urheiluaiheisten videopelien pelaamisen kuuluvaksi penkkiurheiluun.

Urheiluyhteisöjä on tutkittu verrattain vähän. Wannin ym. (2001, 17) mukaan urheiluun liittyvästä sosiologisesta ja psykologisesta tutkimuksesta urheilufaneihin on keskittynyt alle viisi prosenttia. Sandvossin (2003, 13) mukaan urheilufanit on jätetty fanitutkimuksessa muihin populaarikulttuurin faniuksiin nähden sivulauseeseen. Liikuntatutkimuksen alueella penkkiurheilun tutkimuksen yleistymistä on hidastanut urheiluliikkeen sisältä kumpuava kielteinen ja moralisoiva suhtautuminen ”urheilun seuraamisen loisilmiöön”. Onhan urheilun seuraaminen liikunnan omakohtaisesta harrastamisesta poiketen fyysisesti passiivista. Penkkiurheilun on jopa pelätty ennen pitkää näivettävän varsinaisen urheilun harrastamisen (Heinilä 1985; Heino-

nen 2004). Etenkin Suomessa, jossa on perinteisesti nojattu vahvasti amatööriurheilun perinteeseen ja uskottu ”urheilun hyvään kertomukseen”, on kyseisen kaltaisen suhtautumisen muodostuminen ymmärrettävissä. Penkkiurheilun vähättelyyn liittyneen myös niin sanottu elitistinen suhde populaarikulttuuriin (Saunders 1982). Osasyys moralisoivaan suhtautumiseen Heinilä (1985) esittää juuri yleisen protestanttisen etiikan mukaisen suhtautumisen vapaa-aikaan: ihmisellä voi sen mukaan olla vapaa-ajallaan joko harrastuksia, eli aktiivisuutta, luovuutta ja panostusta vaativia aktiviteetteja, tai sitten ajanvietteitä, joita harjoitetaan vain ajan tappamiseksi.

3.1 Urheiluyhteisöjen alakulttuurista tarkastelua

Urheiluyhteisöistä puhuttaessa toinen, mutta myös paljolti edelliseen kiinnittyvä keskustelunaihe on ollut urheilun kaupallistumisen, tuotteistumisen ja medioitumisen prosessit sekä niiden vaikutukset urheiluun ja sen seuraamiseen (Giulianotti 2002). Tuotteistuminen ja kaupallistuminen aiheuttivat keskustelua itse asiassa jo 1900-luvun taitteessa, kun niiden piirteitä alkoi erottua urheilussa (Horne 2006, 27). Huolet ovat olleet edellä mainitun urheilun loisilmiö-puheen hengessä monenlaisia. On oltu huolissaan esimerkiksi urheilijoiden motiivien saastumisesta, urheilumonopoliin syntymisestä, kilpailutasapainon järkkymisestä ja palkkaerojen kasvamisesta. Kuitenkin yleisön näkökulmasta suurimmaksi huolenaiheeksi kehityksessä on noussut urheilun seuraamisen kallistuminen, joka on vaikeuttanut alempiin sosioekonomisiin luokkiin kuuluvien osallistumista urheilun seuraamiseen. (Horne 2006, 28)

Viimeisimmän urheilun kaupallistumisen aallon katsotaan alkaneen myöhäiskapitalistisissa yhteiskunnissa yritysmaailman kiinnostuttua urheilun liiketoiminnallisesta potentiaalista 1970-luvun lopulla, sekä massatiedotusvälineiden ja urheilun siteen vahvistuttua 1980-luvulla (Crawford 2004, 6-11). Eurooppalaisen jalkapallon viimeisen kaupallistumisen aallon on monissa lähteissä katsottu synnyttäneen ”uutta jalkapallon liiketoimintaa” (Horne 2006, 30). Giulianotti (2002) puhuu jalkapallon hyperkaupallistumisesta, jossa huippu-urheiluun virtaava taloudellinen pääoma on kasvanut muutaman vuosikymmenen aikana moninkertaiseksi. Hyperkaupallistuminen niveltyy selkeästi Lashin ja Urryn (1987) kuvaamaan disorganisoituneeseen

kapitalismiin ja yhteiskunnan siirtymiseen modernista jälkimoderniin, joka on johtanut konkreetian tasolla muun muassa kulttuuriteollisuuden suureen kasvuun (Giulianotti 2002).

Suhtautuminen urheilun kaupallistumiseen on ollut kuitenkin luonnollisesti erilaista eri paikoissa eri aikoina. Perinteisesti urheilussa on tunnustettu kaksi urheilun organisoimisen ja rahoittamisen mallia: pohjoisamerikkalainen ja eurooppalainen malli. Eurooppalaisen tyylin on katsottu nojaavan siinä määrin olympismiin, että kilpailujen ja sarjojen tulee olla siinä avoimia, eikä kilpailua tule rajoittaa keinotekoisesti tarvittavaa enempää. Pohjoisamerikkalaisessa tyyliässä urheilua on taas pidetty perinteisestikin etunenässä liiketoiminnan muotona, jossa muun muassa eurooppalaisten tarkkaan vaalimat paikallisidentiteetit alistetaan viime kädessä markkinalogiikalle. Eurooppalaisen mallin on katsottu antaneen tilaa pohjoisamerikkalaiselle mallille kaikkialla maailmassa. (Horne 2006, 28) Tästähän jalkapallon hyperkaupallistumisen ilmiö osaltaan selkeästi kieli.

Etenkin jalkapallossa hyperkaupallistumisen on katsottu aiheuttaneen erityisen jännitteen uuden kaupallisen jalkapallon organisoijien sekä lajin ”vanhaa järjestelmää” kannattavan ja romantisoivan seuraajakunnan välille. Alakulttuuritutkimuksen piirissä esitettiin väitteitä siitä, että muun muassa jalkapallojohtajien katsomoturvallisuuteen ja perheystävällisyyteen tukeutuva diskurssi olisi pohjimmiltaan jalkapallon ”uuden johtoportaan” ideologinen yritys pyyhkäistä jalkapallokulttuurin työväenluokkainen ydinjoukko pois hyvätuloisen keskiluokkaisen kuluttajan tieltä. Faniuteen liittyvät ilmiöt tulkittiin alakulttuuritutkimuksessa tähän valtasuhteeseen liittyväksi ideologiseksi vastarinnaksi. (ks. esim. King 1997; Taylor 1969) Kaupallistumisen luoma jännite on etenkin jalkapallokulttuurissa johtanut fanin käsitteen latautumiseen erityisillä merkityksillä. Faniudella ei itse asiassa nähdä olevan usein juurikaan tekemistä kuluttamisen kanssa, vaan fanin suhteessa tekstiin on katsottu olevan kyse jostain kuluttamista autenttisemmasta, joka liittyy keskeisesti mainittuun urheilun omistajaportaan ja ”kansan” väliseen vastakkainasetteluun. (Sandvoss 2003, 17-18)

Urheilukulttuurin ollessa suuressa muutoksessa ei ole yllättävää, että kulttuuritutkimuksessa on haluttu muun muassa selvittää, millaisia erilaisia osallistumisen muotoja, tai katsojien ”ark-

kityytypejä”, urheilukatsomoista on erotettavissa. Hornen (2006, 34-36) mukaan viimeaikaisessa urheilufanien tutkimuksessa tärkeimmät tyypittelyt ovat King (1998) ja Sandvoss (2003), jotka näkevät urheilun kuluttajan aseman heikoksi suhteessa urheilun omistavaan eliittiin, sekä Crawford (2004) ja Giulianotti (2002), joiden optimistisemmissä tyypittelyissä urheilun kuluttajilla näyttäisi olevan merkittäviä valmiuksia tehdä subjektiivisia valintoja. Kotimaisessa urheiluyhteisöjen tutkimuksessa yksi tunnetuimmista tyypittelyistä lienee Heinilän (2000) yleisötyypit.

Crawfordin (2004, 33) mukaan suurimman osan urheilufaneista tehdystä tutkimuksesta voidaan todeta tukeutuneen Abercrombien ja Longhurstin (1998) paradigmajaoissa sopeutumisen ja vastarinnan paradigmaan kuuluvaan ajatteluun. Tähän liittyy urheiluyhteisöjen tapauksessa keskittymisen muun muassa erilaisiin faniryhmiin, jotka mielletään vahvasti alakulttuurisiksi suhteessa urheilun omistavaan eliittiin (Crawford 2004, 33). Wheatonin (2007) mukaan urheilua on ylipäätään lähestytty kulttuuritutkimuksellisesta näkökulmasta melko harvoin ja useimmiten on tarkasteltu urheiluyhteisön erottuvimpia ryhmiä.

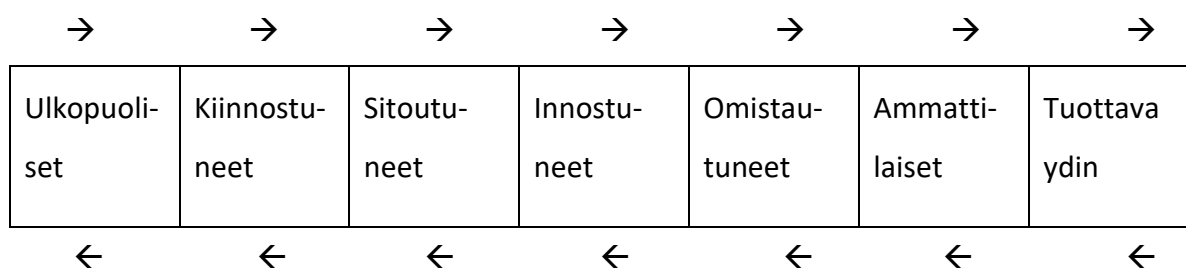
Anttilan ja Ruonavaaran (2001) mukaan urheiluun liittyvät aggressiot olivat suosittu tutkimuskohde 70- ja 80-luvuilla. Katsomoväkivalta ja eritoten jalkapallohuliganismi ovat olleet urheiluyhteisöjen tutkimuksessa Wannin ym. (2001, 93) ja Heinosen (2004) mukaan tutkituimpia ja keskustelluimpia aiheita. Crawfordin (2004, 91) mukaan voidaan puhua jopa jonkin asteisesta akateemisesta fiksaatiosta jalkapallohuligaaneihin. Huligaaneja on Crawfordin (2004, 91-93) mukaan pidetty useimmiten juuri alakulttuurisina vastarintataistelijoina: esimerkiksi Taylorin (1969) mukaan huligaanien väkivaltaisuus voitiin nähdä pyrkimyksenä ottaa voimakeinoin kaupallistuva jalkapallo takaisin rikkailta omistajilta. Muiden muassa Birminghamin koulukunnan tutkijat Clarke (1973) ja Hall (1978) lähestyivät myös huliganismia omista alakulttuurisista näkökulmistaan.

3.2 Urheilun sosiaaliset maailmat ja faniura

Crawford (2003; 2004, 33-34) suhtautuu kriittisesti urheilufanien typologioihin, joissa traditionaalinen urheilufanius erotetaan kategorisesti ”uudesta kuluttamisesta”. Kun keskitytään ainoastaan traditionaalisen maskuliinisen urheilufaniuden kuvaamiseen ja sivuutetaan urheilua seuraavat kulutusorientoituneemmat uudemmat ryhmät, jätetään itse asiassa suurin osa urheiluyleisöistä tarkastelun ulkopuolelle. Monen urheilufanien ryhmät alakulttuurisesti mieltävistä tutkijoista voidaan katsoa yrittävän lähinnä legitimoida tutkimuksen keinoin omia autenttisiksi katsomiaan kulttuurisia tulkintoja ja fani-identiteettejään. Hyödyllisempää ja kriittisempää on sen sijaan nähdä sitoutuneempikin urheilufanius osana kulutuskulttuuria. (Crawford 2004, 33-34; Sandvoss 2003, 17-19) Samalla urheilun kuluttaminen voidaan paikantaa jälkimodernissa, hajanaisessa ja refleksiivisessä sosiaalisuudessa, jossa urheilun seuraaminen sekoittuu jokapäiväisen elämän aktiviteetteihin (Crawford 2004, 38).

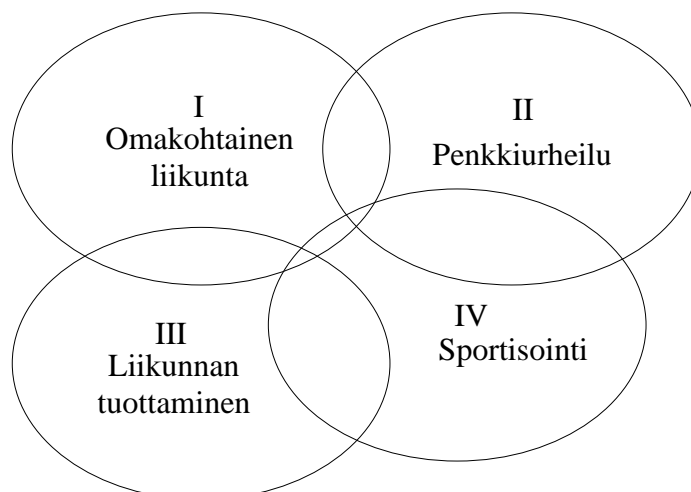
Hornen (2006, 36) mukaan eräs tärkeä urheilufanien taksonomia, joka ei suhtaudu moralisovasti urheilun kaupallistumiseen on Giulianotti (2002) katsojaidentiteettien nelijako kannattajiin, seuraajiin, faneihin ja flanööreihin jalkapalloyleisössä. Jaossa on kysymys neljästä eri katsojatyypistä, jotka määrittyvät sen mukaan onko kannatus perinteistä vai kuluttajakeskeistä sekä ”kuumaa vai kylmää”. Kannattajat ovat suhtautumisessaan kannattamaansa joukkueeseen kuumia ja kannatukseltaan perinteisiä, eli ovat todennäköisesti paikallisia ja käyvät otteluissa paikan päällä. Seuraajat taas suhtautuvat joukkueeseen kylmemmin ja välinpitämättömästi, mutta ovat todennäköisesti paikallisia ja urheilua kuluttaessaan suosivat sen perinteistä muotoa. Uudet kuluttajafanit taas kuluttavat jalkapalloa pääosin mediavälitteisesti, eivätkä ole välttämättä kulutuksen kohteen näkökulmasta paikallisia. Kuluttajafanius jakautuu edelleen faniuteen ja flanööriyteen sen perusteella, onko katsojalla vahva samaistumissuhde johonkin yksittäiseen joukkueeseen vai onko tämä ikään kuin lajimaailman sivistynyt leikkelijä, joka etsii jalkapallomaailmasta lähinnä kulttuurisia elämyksiä ja kokooa jalkapalloidentiteettinsä valikoiden globaalin jalkapallon kannatuskulttuurin tarjoamista merkeistä. Flanöörin voisi siten katsoa fanittavan enemmän jalkapallofaniutta ja jalkapallokulttuuria yleensä, kuin jotain entiteettiä sen sisällä. (Giulianotti 2002) Crawford (2004, 33) pitää tätä typologiaa kuitenkin liian ahtaana ja väittää sen edelleenkin korostavan traditionaalisen alakulttuurisen faniuden erityisyyttä suhteessa muunlaisiin urheilun seuraamisen tapoihin.

Crawford (2003; 2004, 39-42) on kehittänyt urheilun katsojien tarkkarajaisien typologioiden tilalle teoreettisen urheilun seuraamisen mallin, joka hyödyntää interaktionistisia statussiirtymän ja uran käsitteitä. Malli perustuu myös muun muassa Maffesolin (1996) ajatuksiin uusheimoista jälkimodernin sosiaalisuuden muotoina. Urheilun kuluttajat nähdään siinä osallistujina hajanaisissa penkkiurheilumaailmoissa, joissa katsojat sosiaalistuessaan maailmojen merkitysrakenteisiin etenevät eräänlaisella sosiaalisella uralla. (Crawford 2003) Malli korostaa erityisesti uusheimo-käsitteen hengessä suhtautumisen vaihtelevuutta urheilun seuraamisen maailmaan sekä eri yksilöiden että yksilön eri elämänvaiheiden välillä. Faniuran mallia on havainnollistettu alkuperäistä havaintokuvaa (Crawford 2003) jäljittelevällä tavalla kuviossa 1.



KUVIO 1. Manchester Storm -jääkiekkjoukkueen kannattajien faniuran malli (Crawford 2003).

Niin ikään interaktionistisesta näkökulmasta penkkiurheilua sivuaa suomalaisessa liikuntasosiologisessa tutkimuksessa Pasi Koski (2004). Hänen lanseeraamassaan liikuntasuhteen käsitteessä penkkiurheileminen nähdään yhdeksi sosiaalisen toiminnan osa-alueeksi liikunnan sosiaalisessa maailmassa. Unruhin (1979) käsitteellistykseen perustuen Koski (2004) näkee liikunnan sosiaalisen maailman ja sen sisältämät lähes loputtomat osamaailmat löyhinä kulttuurisina rakennelmina, joihin osallistutaan pääosin neljällä tavalla: liikkumalla omakohtaisesti, penkkiurheilemalla, tuottamalla liikuntaa ja sportisoimalla (ks. kuvio 2). Tuottamisen osa-alueeseen kuuluu erilaisia liikuntamahdollisuuksien tuottamisen rooleja, joita suomalaisessa liikuntakulttuurissa on perinteisesti toteutettu pääosin vapaaehtois pohjalta. Sportisaatio tarkoittaa sen sijaan liikunnan maailman niveltymistä muille elämänalueille: se näkyy muun muassa liike-elämässä käytettävänä urheiluaiheisina fraaseina ja urheiluvaatetuksen muuttumisena katumuodiksi. Unruhin (1979) ura-ajatteluun perustuva osallistumistyyppien malli muukalaiset-turistit-regulaarit-insiderit kuvaa parhaiten osallistujien ideaalityyppejä liikunnan sosiaalisessa maailmassa. (Koski 2004)



KUVIO 2. Liikuntasuhteen neljä osa-aluetta (Koski 2004).

Kosken (2004) osallistumistyyppien ja Crawfordin (2003) faniuran malleja vertailtaessa voidaan huomata selkeä vastaavuus. Crawfordin (2003) malli on ainoastaan Kosken (2004) mallia jokseenkin hienojakoisempi etenkin vasemmalta lukien skaalan loppupäässä. Ura-ajattelua on hyödyntänyt myös muun muassa Stebbins (1992, 68-92) kuvatessaan kuinka ihmiset etenevät järjestelmällisesti amatööriydestä kohti ammattilaisstatusta erilaisissa ”vakavan vapaa-ajan” aktiviteeteissa, jollaiseksi urheilukin eri muodoissaan voitaneen laskea. Crawford (2003) varoittaa kuitenkin liian jäykän ura-ajattelun mielettömyydestä kuvattaessa urheilun seuraamista: eteneminen faniuralla ei tapahdu välttämättä lineaarisesti jokaisen portaan kautta, vaan etenkin kannattajien osamaailmaan voidaan astua sisään eri kohdista. Siellä voidaan edetä ja ”taantua” tai hyppiä jopa tiettyjen vaiheiden yli. Faniurankin kohdalla puhutaan luonnollisesti ideaalimallista. (Crawford 2003)

3.3 Kulttuuriset merkitykset ja sosiaalistuminen liikunnan osamaailmoihin

Lehmuskallion (2007, 38) mukaan perusteluja sille, miksi liikuntaa kulutetaan, voidaan tutkia joko erittelemällä erilaisia motiiveja, tai sitten laajemmin keskittymällä siihen miten liikuntaa merkityksellistetään. Kyse on tarkastelun laajentamisesta motivaatiopsykologiasta semioottisen analyysin tasolle. Vaikka motiiveissa ja kulttuurisissa merkityksissä on paljon samaa, eroavat ne käytännön tasolla keskeisesti siinä, että pelkkä merkityksen muodostuminen ei johda

suoraviivaisesti toimintaan, kuten motivaation ajatellaan tekevän. Motiivit liittyvät lisäksi ai-noastaan subjektiin, kun taas merkityksiä tutkimalla päästään kiinni myös kulttuuriin: vaikka merkitys muodostuu subjektin ja objektin välisessä dialektisessa suhteessa, merkityksiä kanta-vat ensi sijassa objektit. Motivaation johonkin toimintaan voidaan katsoa semioottisesta näkö-kulmasta syntyvän refleктоimisen tuloksena, eli kun kulttuurisille kokemuksille annetaan joku merkitys. (Lehmuskallio 2007, 46)

Lehmuskallion (2007, 46) mukaan kulttuuristen merkitysten tarkastelua ei ole hyödynnetty lii-kuntatutkimuksessa vielä kovinkaan paljoa, eikä liikuntakulutuksen kulttuuristen merkitysten selvittämistä ole pidetty edes empiirisesti kovinkaan helppona tehtävänä. Tyhjentävää erittelyä liikunnasta tai jostain sen alueesta, kuten penkkiurheilusta tai salibandymaailmasta, on tuskin siis mahdollista esittää. Liikkeelle lienee syytä lähteä tässä yhtäältä esimerkiksi siitä Heinosen (2004) mainitsemasta lähtökohdasta, että urheilu muodostaa kulttuurisen tekstin, jota merkityk-sellistämme aktiivisesti, ja että merkityksellistämisen tapoja on käytännössä yhtä monta kuin urheilun katsojiakin. Toisaalta tiedämme, että vaikka merkityksellistämässä on kyse subjek-tiivisesta prosessista, on merkityksillä tapana kasautua kulttuurisiksi koodeiksi ja tulkintata-voilla kollektivoitua (Fiske 1992, 86; Lehmuskallio 2007, 46).

Liikuntaan semioottisesta näkökulmasta on pureutunut muun muassa Bourdieu (1984): lii-kunta- ja urheilulajimaut jakautuvat yhteiskunnissa ylä- ja työväenluokkaisiksi siten, että paljon taloudellista ja kulttuuripääomaa hallussaan pitävät harrastavat esimerkiksi golfia ja tennistä, kun taas vähemmän pääomia hallussaan pitävät työväenluokkaiset keskittyvät jalkapalloon ja nyrkkeilyyn (Lehmuskallio 2007, 47; Karisto 1988). Symbolisia ulottuvuuksia, jotka erottele-vat urheilulajimakuja eri yhteiskuntaluokkakulttuurien alueille ovat esimerkiksi millaisia urhei-lun moraalisia arvoja pidetään arvokkaina ja tavoiteltavina sekä millaiseksi suhtautuminen ke-hoon muodostuu kussakin lajissa (Bourdieu 1978). Urheilulajimakujen yhteydet luokkakulttuu-reihin lienevät Bourdieun luomaa kuvaa heikompiä, mutta on selvää, että urheilulajien yhdeksi varsinaiseksi merkitykseksi voitaneen mieltää se sosiaalinen erottautumismahdollisuus ja ne ryhmäidentiteetit, joita ne niihin osallistuville tarjoavat (Lehmuskallio 2007, 47-54).

Lehmuskallio (2007, 48) pitää Henning Eichbergin kolmijakoista ruumiinkulttuurin mallia yhtenä tärkeänä liikunnan merkitysolottuvuuksia avaavana mallina. Eichberg (ks. esim. 2012) näkee liikuntakulttuurissa kolmenlaista toimintaa. Ensinnäkin kilpailuun ja tuloksiin perustuva liikuntakulttuuri tarkoittaa urheilua sanan varsinaisessa merkityksessä ja on kiinnostunut erinomaisuuden tai paremmuuden osoittamisesta oli kyse sitten senttimetreistä, sekunneista, pisteistä tai maaleista. Toiseksi on olemassa terveyteen, kuriin ja järjestykseen perustuvaa urheilukulttuuria, jossa ei kuitenkaan kilpailla paremmuudesta. Vertailu kohdistuu muiden sijaan usein itseen tai omaan ryhmään. Tällainen liikuntakulttuuri kuuluu keskeisesti esimerkiksi voimisteluun. Kolmanneksi on liikuntakulttuuria, jossa on kurin tai tulosten sijaan kysymys leikistä ja elämyksellisyydestä. Siinä toiminta on lyhytaikaista, karnevalistista, sosiaalista ja tasa-päistämisen sijaan inklusiivisella tavalla erilaisuutta korostavaa. (Eichberg 2012) Luonnollisesti ruumiinkulttuurin eri puolet sekoittuvat eri lajimaailmoissa: kilpaillaanhan voimistelunkin eri muodoissa usein paremmuudesta.

Eichbergin (2012) mukaan kilpailun malli nauttii hegemonista asemaa modernissa urheilussa ja etenkin urheilun mediarepresentaatioissa. Yleisökiinnostus kohdistuu pääasiassa kilpaurheiluun, jolloin on perusteltua väittää, että kilpailumalli nauttii hegemonisesta asemasta myös pelkästään penkkiurheilusta puhuttaessa. Penkkiurheilussahan on katsottu olevan hyvin pitkälle kyse niin sanotusta sijaismenestymisestä, eli kannatettujen urheilijoiden tai joukkueiden saavuttamasta menestyksestä osalliseksi pääsemisestä (Koski & Latonen 1999, 10; Heinonen 2004; Wann ym. 2001, 36; Heinilä 1986, 35). Sijaismenestymisen voisi siis katsoa edustavan penkkiurheilun kilpailullista puolta. Kilpailumalli sopineen osin kuvaamaan myös niitä urheilukulttuurin elämäntyyllisiä erottautumisen käytäntöjä, joita käsiteltiin edellä.

Esimerkkejä kuriin perustuvan ruumiinkulttuurin mallin piirteistä voisi myös olla tavallaan erotettavissa penkkiurheilussa. Heinilän (1986, 9-13; 1985) mukaan urheilun seuraamisessa on kyse myös tiedollisesta voimistelusta, eli esimerkiksi pelin lukemisesta, tulkitsemisesta, opettelusta ja tästä prosessista saatavasta nautinnosta. Tällä voidaan muiden kulttuuristen elementtien lisäksi osaltaan selittää myös penkkiurheilukiinnostuksen lajispesifiyttä ja jatkumoa lajin omakohtaisen harrastamisen ja sen myöhemmän seuraamisen välillä. Lajin tiedollista rakennetahan tulee pystyä ymmärtämään, jotta sen seuraamisesta voi nauttia. (Heinilä 1985; Koski

2004) Tässä on mahdollisesti nähtävissä joitakin Eichbergin (2012) terveystmallin kurinalaisuuteen viittaavia piirteitä, ainakin jos urheilun seuraaminen tapahtuu esimerkiksi urheilijan kohdalla siten, että ensisijaisena tavoitteena on seuraamisen avulla kehittyä urheilijana omassa lajissa.

Sen sijaan leikin ja elämyksellisyyden malli on paljon selkeämmin läsnä myös penkkiurheilussa. Penkkiurheilun parissa on mahdollista muun muassa paeta arkitodellisuutta, vapauttaa ja kokea voimakkaita tunteita, viettää aikaa ihmisten kanssa sekä ihaila estetiikkaa. Parhaimmillaan hurmiollisista yhteisöllisistä penkkiurheilukokemuksista muodostuu jopa karnevalistisia. Merkittävimpiä esimerkkejä tällaisesta ovat esimerkiksi spontaanit kansanjuhlat, joita puhkeaa ympäri maata, kun jonkin maan maajoukkue voittaa arvokisat jossain kansalle merkittävässä lajissa. Penkkiurheilua voidaankin pitää jopa malliesimerkkinä itseisarvoisesta, hurmiollisesta, aikaan ja paikkaan sidotusta pinnallisesta yhteisöllisyydestä, josta jälkimoderni kulttuuri Maffesolin mukaan koostuu. (Koski & Latonen 1999, 10-12)

Urheilun seuraamisen merkitysulottuvuuksia voidaan katsoa määritelleen osaltaan myös Holt (1995). Urheilun seuraaminen voidaan käsittää niin sanotussa kulutustekojen nelikentässä pääasiassa neljänlaisina tekoina riippuen siitä, keskitytäänkö seuraamisessa itse kulutuksen kohteeseen vai sitä kanssaseuraaviin ihmisiin, ja onko seuraaminen tavoite sinänsä vai tavoitellaanko sen avulla jotain muuta. Urheilu voi olla ensinnäkin itseisarvoista ottelutapahtuman elementeistä nauttimista tai sosiaalista kanssakäymistä kanssaseuraajien ryhmässä. Toisaalta urheilun seuraamisella voidaan tavoitella uusien elementtien lisäämistä omaan identiteettirakennelmaan ja siitä jatkumona erottautumista suhteessa sekä muihin urheilun seuraajiin että urheilua seuraamattomiin ihmisiin. (Holt 1995)

Liikunnan ja urheilun kohdalla sosialisatiosta on kirjoitettu kahdesta näkökulmasta: sosiaalistumisesta urheiluun ja sosiaalistumisesta urheilun avulla. Ensimmäinen tarkoittaa jotakuinkin edellä kuvattua prosessia liikunnan osamaailman sisäistämisessä. Jälkimmäisellä viitataan taas siihen eritoten kehityspsykologiassa muotoiltuun hypoteesiin, että ihminen oppii sosiaalisia sääntöjä, oikeustajua ja muita elämäntaitoja lapsuudessa erilaisten pelien, leikkien ja urheilun kautta. Urheilu on nähty usein tärkeänä sosiaalistajana ympäröivään yhteiskuntaan ja erilaisiin

sosiaaliin rooleihin, sillä sen on katsottu heijastavan eri kulttuureissa yhteiskunnan tärkeinä pitämiä arvoja, normeja ja rooli-odotuksia. (Allison 1982; ks. myös esim. Wann ym. 2001, 184-186)

Urheiluun sosiaalistumisen kohdalla tutkimusta on tehty enimmäkseen psykologiassa ja eritoten niin sanotun mallioppimisen teorian puitteissa. Tässä on haluttu muun muassa selvittää esimerkiksi erilaisten urheiluun sosiaalistavien tekijöiden roolia urheiluun sosiaalistumisen prosessissa. Kulttuurintutkimuksellisesta näkökulmasta sosiaalistuminen urheilun maailmaan olisi kuitenkin hyvä nähdä mallioppimisen sijaan ennen kaikkea vastavuoroisena interaktiona sosiaalistavien agenttien ja ”tulokkaan” välillä. (Allison 1982) Kosken (2004) mukaan sosialisatioprosessissa keskeistä on, että kohtaamme ja merkityksellistämme esimerkiksi liikunnan sosiaalista maailmaa aktiivisesti kukin omasta näkökulmastamme, eikä näin ole perusteltua puhua suoraviivaisesta mallioppimisesta. Myös Bergerin ja Luckmannin (1994, 208-209) mukaan suhde yksilön subjektiivisen ja ympäröivän objektiivisen todellisuuden välillä on dialektinen.

Wannin ym. (2001, 24) mukaan ekstensiivisimmin urheilufaniksi sosiaalistumisen prosessia on tutkinut empiirisesti McPherson (1976). McPhersonin (1976) pitkälti aloittamassa penkkiurheilusosialisatiion tutkimuksessa urheilun katseluun sosiaalistaviksi päätekijöiksi on katsottu neljä tekijää: perhe, vertaisryhmät, koulu sekä paikallisyhteisö (Wann 2001, 24). Neljään sosialisatioagenttiin perustuvaa mallia on hyödynnetty 2000- ja 2010-luvuilla lukuisissa tutkimuksissa (ks. esim. Theodorakis ym. 2017; Parry, Jones & Wann 2014; Melnick & Wann 2011). Muiden muassa Lehmuskallio (2007, 22-26) laskee edellä mainittujen sosialisatioagenttien lisäksi tärkeiksi liikuntaan sosiaalistaviksi tekijöiksi joukkotiedotusvälineet ja liikuntaseurat. Näiden vaikutus myös penkkiurheiluun sosiaalistumisessa on myös ilmeinen.

4 SALIBANDY OSANA POHJOISMAISTA URHEILUN LAJIKIRJOJA

Salibandytutkimusta on tehty liikuntasosiologiassa vielä verrattain vähän. Tervon ja Nordströmin (2014) systemaattisessa kirjallisuuskatsauksessa todettiin englanninkielisiä vertaisarvioituja salibandyaiheisia artikkeleita olleen yhteensä 19, joista lähes jokainen oli tehty joko liikuntafysiologian tai liikuntavammaepidemiologian alalla. Heinonen (2005) mainitsee salibandyaiheisessa liikuntasosiologian pro gradu -tutkielmassaan, että tutkimuksen vähyys selittyy lajin uutuudella varsinkin kilpaurheilumuotona. Lajin synty jäljitetään sen historiaa käsittelevissä teksteissä usein vain 1970-luvulle ja kilpailutoiminnan aloittaminen 1980-luvun lopulle (Järvinen & Sipilä 1997; Arponen & Hilska 2015).

Heinosen (2005) pro gradu lienee ainoita tarkoituksellisesti salibandyn kehitystä suomalaisessa kontekstissa käsitteleviä tutkimuksia. Salibandy voidaan kytkeä suomalaisen liikuntakulttuurin ilmiöistä muun muassa liikuntakulttuurin eriytymiseen (Heinonen 2005). Salibandyn esimuodosta sählystä on ehditty kirjoittaa omana tutkimuskohteenaan ja sitä on pidetty yhtenä opiskelijaliikuntakulttuuria 1980- ja 90-luvuilla vahvasti leimanneista ilmiöistä (ks. esim. Veijola 1988). Kuten mainittua, valmennukseen, terveystieteisiin ja liikuntabiologiaan liittyvää tutkimusta on ehditty tehdä salibandynkin alueella jo jonkin verran (Heinonen 2005; Tervo & Nordström 2014). Liiketaloustieteellisten oppialojen viitekehyksistä salibandya ovat lähestyneet ainakin Lai (1999) ja Gabrielsson (2017).

4.1 Globalisaatio ja liikuntakulttuurin eriytyminen

Globalisaation on katsottu vaikuttavan urheilukulttuuriin kahdella vastakkaisella tavalla. Yhtäältä urheilun muodot, organisoiminen ja representaatiot ovat alkaneet yhdenmukaistumaan maailmanlaajuisesti eritoten urheilumedian sisällöissä. Toisaalta esimerkiksi tietyt lajit ovat levitessään uusiin kulttuuriin ympäristöihin muuntuneet alkuperäisestä muodostaan, minkä seurauksena voidaan katsoa tapahtuneen myös eriytymistä. Urheilun kontekstissa globalisaation voidaan katsoa siis johtaneen sekä ”kontrastien haalenemiseen” että ”valikoiman lisääntymiseen”. (Maguire 1994) Urheilulajien lajikirjon lisääntymisessä ja eriytyemisessä on huomatta-

vissa muun muassa seuraava kehityssuunta: ulkona pelattavista perinteisistä lajeista syntyy jatkuvasti sisällä pelattavia perheystävällisiä versioita (Crawford 2004, 10). Muottiin sopii myös omalla tavallaan salibandyn synty urheilulajina.

Liikuntakulttuuri voidaan katsoa Suomessa vahvasti eriytyneeksi. Eli toisin sanoen nykyistä suomalaista liikunnan kulttuurista maisemaa ei voi missään nimessä kuvata ainakaan yhtenäiskulttuurin käsitteellä, vaan se koostuu muun muassa enemmän tai vähemmän itsenäisistä lajimaailmoista. Itkonen (1996) katsoo liikuntakulttuurin jakautuvan liikunnan kansalaistoiminnan näkökulmasta historiallisesti 1900-luvun alusta neljään kauteen: järjestökulttuurin kauteen 1900-1930, harrastuksellis-kilpailulliseen kauteen 1930-1960, kilpailullis-valmennukselliseen kauteen 1960-1980 sekä eriytyneeseen kauteen 1980-luvulta eteenpäin. Jossain määrin yhtenäinen liikuntakulttuuri on pirstaloitunut siis viimeistään 1980-luvulle tultaessa.

Heinonen (2005) avaa liikuntakulttuurin eriytymisen käsitettä tukeutuen muun muassa Heinemannin, Kempakseen, Itkoseen, Eichbergiin ja Siroseen. Eriytyminen tarkoittaa käytännön tasolla muun muassa lajikirjon lisääntymistä, liikunnan demografisen harrastajapohjan laajenemista, intressien ja arvomaailmojen kirjavoitumista sekä koventunutta kilpailua resursseista. Taustalla vaikuttavia sosiologisia ja yhteiskunnallisia käsitteitä on nähty olevan muun muassa yksilöllistyminen ja globalisaatio sekä näistä osittain polveutuvina käsitteinä elämäntyyli ja refleksiivisyys. (Heinonen 2005) Eriytyneestä liikuntakulttuurista voitaneen siis kaiketi puhua jälkimodernin yhteiskunnan liikuntakulttuurina. Salibandyn historia urheilulajina sijoittuu kokonaisuudessaan tämän eriytyneen liikuntakulttuurin kaudelle (Heinonen 2005). Salibandy ei siis muiden suosittujen palloilulajien tapaan ole käynyt läpi liikuntakulttuurin ja liikunnan organisoitumisen muutoksia.

4.2 Salibandyn syntyhistoria

Salibandyn katsotaan kilpaurheilumuotona olevan eritoten ruotsalainen ja Ruotsista peräisin oleva laji (ks. esim. Gabrielsson 2017; Lai 1999; Shove & Pantzar 2007). Lajia on kuvattu sen alkuvaiheessa kuivalla maalla pelattavaksi jääkiekon viitepeliksi. Eritoten salibandyn syntymi-

seen on katsottu vaikuttaneen Pohjois-Amerikassa 1960-luvulla kuivalla maalla pelattaviin jääkiekkopeleihin kehitetty muovimaila, joka levisi samaisella vuosikymmenellä Euroopan maihin. Muovimailoin pelattava ja jääkiekkoa muistuttava sisäpeli siirtyi Ruotsiin ensimmäisenä opiskelijamaailman välityksellä ilmeisesti Hollannista. (Czitrom 1996; Arponen & Hilska 2015) Tästä jääkiekkoversiosta kehittyi nykyisen salibandyn kaltainen laji ensimmäisenä Ruotsissa (Czitrom 1996; Järvinen & Sipilä 1997; Arponen & Hilska 2015). Kehityksestä voidaan erottaa Crawfordin (2004, 10) urheilulajien globaaliin leviämiseen liittyvä malli: ulkona pelattavista perinteisistä lajeista syntyy uusissa kulttuurisissa ympäristöissä usein sisällä pelattavia perheystävällisiä versioita.

Ruotsissa mailapeli haki muotoaan pääasiassa opiskelija-, koulu- ja työpaikkapeleissä 1970-luvulla. Siitä tuli nopeasti melko suosittua. Suurena virstanpylväänä lajin varhaisessa kehityksessä olivat ruotsalaisen Unihoc -tuotemerkin markkinoille tuomat peliin entistä paremmin soveltuvat mailat. Ennen pitkää pelin nimeksi alkoi vakiintua Ruotsissa ”innebandy”. Suomeen sisämailapeli oli ehtinyt siirtyä opiskelijapiirien kautta jo 1970-luvulla, ennen kuin innebandy järjestäytyi vuonna 1980 lajiliiton perustamisen myötä virallisesti kilpaurheilulajiksi Ruotsissa. Lajin nimeksi vakiintui Suomessa ensin sähly. Merkittävässä osassa pelin leviämisessä Ruotsista Suomeen oli niin ikään ruotsalaiset pelivälineet, jotka olivat edellä mainittuja Unihocin valmistamia varhaisia sählymailoja (Arponen & Hilska 2015). Eritoten salibandyn lajikulttuurin kehittymisessä ja sen vaikutusalueen laajenemisessa kaupallisten välinevalmistajien merkitys on ollut huomattavan suuri: urheilun kaupalliset toimijat eivät ainoastaan tarjoa tuotteillaan harrastusmahdollisuuksia, vaan ovat mukana tuottamassa laji-innovaatioita ja parhaimmillaan saattavat vaikuttaa erilaisten osakulttuurien kehittymiseen lajin sisällä. Niillä on selkeä liiketoiminnallinen intressi edistää resursseillaan lajikulttuurin leviämistä lähes kaikin mahdollisin tavoin. (Gabrielsson 2017)

Sählyä pelattiin Suomessa paljolti leikkimielisyyttä ja solidaarisuutta vaalivana pelinä, jossa distinktioita ei haluttu tehdä sen enempää sukupuolten kuin voittajien tai häviäjienkään välillä (Arponen & Hilska 2015). 1980-luvulla sähly oli muun muassa Jyväskylän yliopiston yliopistoliikunnassa selvästi suosituin laji ja sen menestykseen vaikutti keskeisellä tavalla se, että sitä pelattiin yleensä sekajoukkuein (Veijola 1988). Sähly oli siis aluksi monessa mielessä normi-

tetun, perinteisen ja vakavan urheilun vastakulttuurista: siis alakulttuurista hegemoniseen ”kilpaurheilun malliin” tukeutuvaan urheilun valtakulttuurin nähden. Veijolan (1988) mukaan sählylle ja sen suosiolle muodostui 1980-luvun yliopistomaailmassa myös liikunnan ja urheilun maailmasta jokseenkin erillinen poliittinen merkitys: uutta liikunnallista ja politiikasta kiinnostumatonta opiskelijasukupolvea alettiin kutsua ehkä vähän pilkallisestikin ”sählyasukupolveksi” muotilajin mukaan.

Vaikka sähly oli alussa vastakulttuurista, tuli siitä ennen pitkää normitettua urheilua, jossa naiset ja miehet pelasivat omissa sarjoissaan, ja jossa maaleilla, pisteillä ja voitoilla oli merkitystä (Veijola 1988). Vuonna 1985 Suomeen perustettiin Salibandyliitto organisoimaan Ruotsissa kehitettyä sählyn kilpamuotoa. Säännöt eivät kuitenkaan vielä tässä vaiheessa olleet täysin samat maissa, joissa pelattiin salibandya. Ensimmäinen salibandyn miesten SM-sarja pelattiin Suomessa kaudella 1986-87 kymmenen joukkueen voimin. Seuraavaksi tärkeäksi virstanpääväksi salibandyn lajikehityksessä voitaneen laskea kansainvälisen salibandyliiton IFF:n perustaminen vuonna 1986 Ruotsin, Suomen ja Sveitsin liittojen voimin. Kansainvälisessä liitossa päätettiin vuonna 1988 salibandyn sääntöjen kansainvälisestä vakioimisesta, jolloin voitiin alkaa viimeistään puhua todellisesta itsenäisestä urheilulajista. (Järvinen & Sipilä 1997) Kansainvälisellä tasolla pelattiin salibandyssä ensimmäisen kerran seurajoukkueiden Eurooppa Cupin merkeissä vuonna 1992. Vuosina 1994 ja 1996 kansainväliset kilpailut etenivät maajoukkue-tasolle, jolloin pelattiin ensimmäiset miesten EM- ja MM-kilpailut. Naisten sarjatoimintaa alettiin Suomessa järjestää vuonna 1988. Ensimmäinen junioriturnaus pelattiin Suomessa taas vuonna 1990. (Heinonen 2005)

4.3 Salibandy Suomessa ja maailmalla

Vaikka vuonna 2020 salibandyn kansainvälisellä lajiliitolla IFF:llä on 74 jäsenmaata, lienee edelleenkin liioiteltua puhua aidosti kansainvälisestä lajista. Kansainvälisen salibandyliiton jäsenliitoistaan saamista, ja vuosilta 1996-2018 saatavilla olevista, tilastoista voidaan huomata, että rekisteröidyistä 360 000 pelaajasta maailmassa noin 60 % koostuu liiton kolmen perustajajäsenen, Ruotsin, Suomen ja Sveitsin pelaajista vuonna 2018. Edelleen kaikista rekisteröidyistä pelaajista kolmannes on Ruotsista ja 17 % Suomesta, eli yhteensä noin puolet. (IFF

2020a) Johtopäätös salibandyistä leimallisen pohjoismaalaisena lajina voitaneen siis tehdä. Keski-Euroopan maista Sveitsin lisäksi Tšekki erottuu myös selvästi maana, jossa on elinvoimainen salibandykulttuuri. Nykyisellään Tšekki päihittää jopa Sveitsin rekisteröityjen pelaajien määrien vertailussa. Salibandyn ei-kilpailullisten harrastajien yhteenlaskettu määrä on Kansainvälisen salibandyliiton mukaan vuonna 2018 koko maailmassa noin 3 500 000 henkilöä. Tämän lukeman tarkkuuteen lienee syytä suhtautua kuitenkin kriittisesti, sillä joidenkin jäsenmaiden vuosittaisissa tiedoissa on epä johdonmukaisuuksia harrastepelaajista ilmoitettujen tietojen kohdalla. (IFF 2020a)

Salibandyn kansainvälistä tilaa voitaneen jossain määrin arvioida myös arvokisamitalien ja niiden jakautumisen perusteella Kansainvälisen salibandyliiton jäsenmaiden välillä. Mitalitilasto kertoo vielä harrastajamääriä selkeämmin lajin pohjoismaalaisuudesta: kaikissa vuodesta 1996 järjestetyissä kaksissatoista miesten maailmanmestaruuskisoissa kultamitalin on voittanut Ruotsi tai Suomi sekä pronssimitalinkin on onnistunut nappaamaan Suomen, Ruotsin, Sveitsin ja Tšekin ulkopuolelta ainoastaan Norja kertaalleen. Naisissa yksientoista järjestettyjen MM-kisojen mitalitilastot eivät eroa miehistä merkittävällä tavalla. (IFF 2020b)

Salibandylla on Suomessa vain hieman yli 30 vuoden historia. Salibandyn suosion kasvua on kuvattu monissa lähteissä todella nopeaksi (ks. esim. Arponen & Hilska 2015, 14; Heinonen 2005). Suomen Salibandyliitto ilmoittaa verkkosivuillaan tietoja liiton järjestelmään rekisteröityjen pelaajien määrästä vuodesta 1988, eli 31 vuoden ajalta. Vuoden 1988 709 pelaajasta määrä nousi ensimmäisen kymmenen vuoden aikana 25 330 pelaajaan. Vuonna 2008 pelaajia oli jo 40 948, josta luku on parhaimmillaan noussut vuonna 2018 69 080 pelaajaan. Vuosi 2019 edustaa Salibandyliiton ilmoittamien tietojen mukaan ensimmäistä merkittävää pudotusta rekisteröityjen pelaajien määrässä (65 806). (Salibandyliitto 2019a) Rekisteröityjen pelaajien määrällä mitattuna Salibandyliitto sijoittuu palloilulajien vertailussa Suomessa kolmen suurimman lajiliiton joukkoon. Vuonna 2019 Jääkiekkoliitto ilmoittaa verkkosivuillaan rekisteröityjen pelaajien määräksi 70 256, Palloliitto noin 140 000 ja Salibandyliitto 65 806. (Jääkiekkoliitto 2019; Palloliitto 2019; Salibandyliitto 2019a) Salibandy houkuttelee siis nykyisellään suunnilleen yhtä paljon harrastajia kuin jääkiekko.

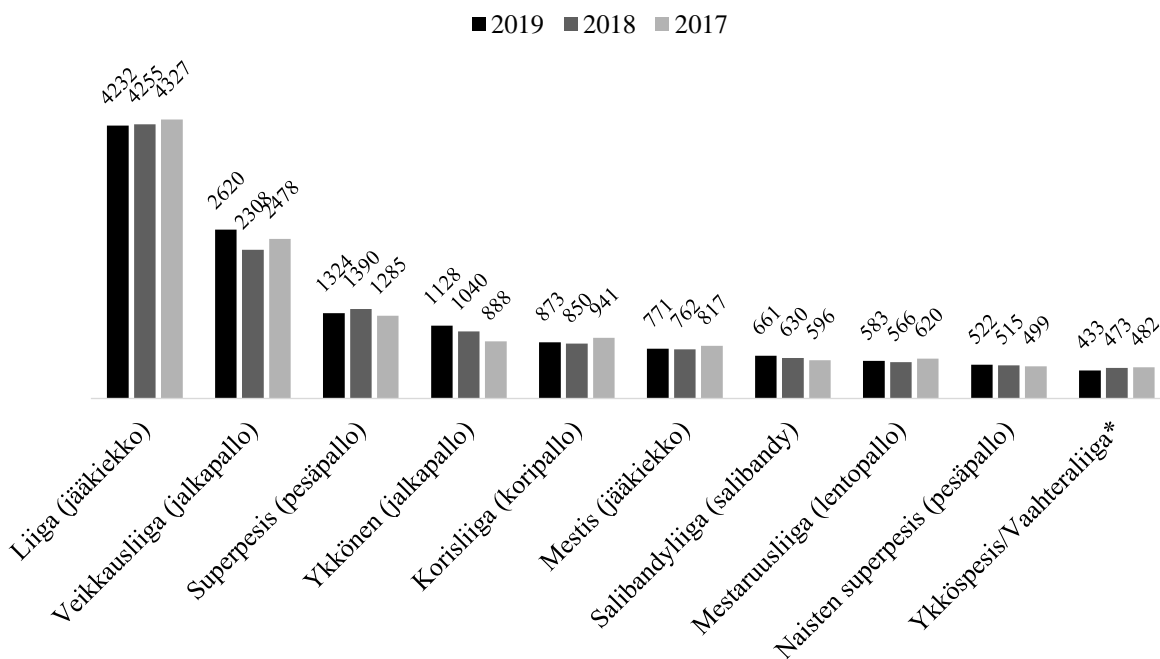
Eri liikuntalajien suosiota voidaan tarkastella myös tilastolliseen otantaan perustuvien liikuntaselvitysten avulla. Näistä viimeisimmät ovat Aikuisväestön liikunnan harrastaminen, vapaaehtoistyö ja osallistuminen 2018, Lasten ja nuorten liikuntakäyttäytyminen Suomessa 2018 (LIITU) sekä kansallinen liikuntatutkimus 2009-10. Kun tarkastellaan vuosien 2009-10 kansallisen liikuntatutkimuksen tietoja suomalaisten liikunnan harrastamisesta, salibandy oli noin kymmenen vuotta sitten lapsissa ja nuorissa kolmanneksi suosituin palloilulaji. Salibandya vähintään kerran viikossa urheiluseurassa harrastavien määrä (38 000) oli 3-18 vuotiaissa kaikista lajeista neljänneksi suurin jalkapallon (104 000), voimistelun (59 000) ja jääkiekon (51 000) jälkeen. (Nuori Suomi 2010) Vuonna 2018 kerättyssä LIITU-tutkimuksen aineistossa (9-15-vuotiaat) salibandy oli jo urheiluseuroissa harrastettavista palloilulajeista toiseksi suosituin, eli jääkiekkoakin suosituimpi (Blomqvist, Mononen, Koski & Kokko 2019). Vuosien 2009-10 kansallisessa liikuntatutkimuksessa 19-65 vuotiaissa eli aikuisissa salibandy (34 000) oli seuraharrastajissa samoin neljänneksi suurin voimistelun (89 000), jalkapallon (64 000) ja jääkiekon (37 000) jälkeen. Salibandysta katsottuna seuraavaksi suosituimmalla palloilulajilla lentopallolla oli hiukan enemmän seuraharrastajia aikuisissa (29 000) kuin lapsissa ja nuorissa (18 000). (Nuori Suomi 2010; Kuntoliikuntaliitto 2009)

Kilpaurheilun ja seurojen järjestämän harrastetoiminnan ulkopuolella salibandyn merkitys liikuntakulttuurissa lienee kilpaurheilupuoltakin suurempi: vuosien 2009-10 kansallisessa liikuntatutkimuksessa 3-18 vuotiaissa salibandy oli 144 000 harrastajallaan kaiken kaikkiaan toiseksi harrastetuin joukkueurheilulaji ja 19-65 vuotiaissa 210 000 harrastajallaan harrastetuin joukkueurheilulaji Suomessa (Nuori Suomi 2010; Kuntoliikuntaliitto 2009). Vuonna 2018 teetetyn selvityksen mukaan salibandyn tai sählyn harrastajamäärät näyttäisivät pudonneen aikuisissa jonkin verran noin kymmenen vuoden takaisesta. Vuositasolla salibandya tai sählyä harrastaneita oli aikuisissa (15-74-vuotiaat) enää 166 000. (Mononen ym. 2019) Kyseisen Kilpa- ja huippu-urheilun tutkimuskeskuksen teettämän selvityksen tulokset eivät kuitenkaan ole täysin vertailtavissa 2009-10 kansalliseen liikuntatutkimukseen sekä aineiston että metodologian poikkeavuuksien vuoksi (Mäkinen 2019). On myös muistettava, että kaikki mainittujen väestötason tutkimusten harrastajamäärät perustuvat otantaan, joten ne voivat olla korkeintaan suuntaa antavia.

4.4 Salibandy yleisölajina

Vaikka lajin ja lajikulttuurin olemassaolon perustana ovatkin sen harrastajat, kuuluu kulttuurisesti rakentuvaan lajimaailmaan myös lajia seuraavat katsojat (Koski 2004). Urheilun seuraajat, eli salibandy maailmaan katsojan roolissa osallistuvat, ovat tämän tutkimuksen kiinnostuksen kohteena. Salibandy ei suhteellisen laajasta ja vielä viime vuosiin kasvussa olleesta harrastajapohjastaan huolimatta kerää merkittäviä yleisömääriä.

*Vuonna 2019 Ykköspesis ohitti Vaahteraliigan (amerikkalainen jalkapallo) yleisökeskiarvossa.



KUVIO 3. Kymmenen suosituinta palloilusarjaa Suomessa yleisökeskiarvolla mitattuna vuosina 2018 ja 2017 päättyneillä kausilla. Play-off- tai muita vastaavia otteluita ei laskettu mukaan. (Ainoa mittari 2019, 2018 & 2017).

Urheilun eri lajien yleisökeskiarvoja Suomessa on koonnut tilastoiksi muun muassa Ainoa mit-tari -internetblogi. Salibandy sijoittui vuoden 2019 aikana päättyneet sarjakaudet yhteen vetä-vässä tilastossa kaikista palloilusarjoista seitsemänneksi runkosarjojen yleisökeskiarvoilla mi-tattuna. Salibandyn edelle sijoittui jääkiekon Liiga ja Mestis, jalkapallon Veikkausliiga ja Yk-könen, pesäpallon Superperis sekä koripallon Korisliiga. Salibandyn yleisökeskiarvo nousi vuonna 2018 edellisen kauden kahdeksannelta tilalta ohi lentopallon Mestaruusliigan ja on säi-lynyt seitsemännellä tilalla sen jälkeen. (ks. kuvio 3)

Verrattaessa yleisökeskiarvotilastoa ja salibandyn harrastajamääriä voitaneen väittää, ettei sa-libandy ole täyttänyt vielä harrastajapohjansa luomaa potentiaalia yleisölajina. Tiedetään, että liikunnan harrastamisen tapaan myös penkkiurheilu on eriytynyt: on olemassa pikemminkin eri lajien seuraajakuntia, kuin yksi yhtenäinen urheilusta kiinnostunut yleisö (Heinonen 2004; Heinilä 1985). Lajimaailmaan osallistumiseen kuuluu Kosken (2004) liikuntasuhde-mallin mu-kaan luontaisella tavalla myös lajin seuraaminen, tapahtui se missä muodossa tahansa. Muun muassa Heinilän (1985) mukaan omakohtainen urheilu ennustaa osallistumista penkkiurheiluun samassa lajissa ja niiden kohdalla voidaan puhua jopa hyvin pitkälle samasta sosialisatiopro-cessista. Esimerkiksi Aution (2018) pro gradussaan tutkimassa, sitoutunutta jalkapallofaniutta harjoittavassa Vaasan Palloseuran Giiserit-faniryhmässä tärkeäksi taustavaikuttajaksi ryhmän jäseniksi päätyneeseen muodostui suurimmalla osalla haastatelluista omakohtainen jalkapallo-harrastus nuorempana.

Jääkiekon rekisteröityjen pelaajien määrä oli Jääkiekkoliiton mukaan vuonna 2019 70 256 pe-laajaa, kun taas salibandyn vastaava määrä oli 65 806 pelaajaa (Jääkiekkoliitto 2019; Saliban-dyliitto 2019a). Jääkiekolla on siis vain noin 7 % enemmän rekisteröityjä pelaajia salibandyyn nähden. Katsojia jääkiekon pääsarjalla on kuitenkin kuusi kertaa enemmän (ks. kuvio 3). On siis selvää, ettei harrastajamäärä takaa suoralta kädeltä laajaa yleisökiinnostusta. Yksinkertaisin selitys jääkiekon ja salibandyn väliselle mainitulle epäsuhdalle on se, että kulttuuristen ilmiöi-den vakiintuminen vie aikaa. Jääkiekon aseman suositumpana yleisölajina on taannut sen sali-bandya yli puolet pidempi historia Suomessa. Tiedetään että urheiluharrastus jatkuu usein nuo-ruusvuosien jälkeen penkkiurheiluna (Heinilä 1985). Liikuntasuhdemallia mukailleen suuria yleisömääriä houkutellakseen urheilulajilla täytyy siis olla tarpeeksi pitkät perinteet tietyssä

kulttuurisessa ympäristössä, jotta tarpeeksi suuri osa lajia nuorena harrastaneista on ehtinyt kasvaa aikuiseksi ja siirtyä lajimaailmassa penkkiurheilijan rooliin. Vaikka salibandyn harrastajia onkin tällä hetkellä jääkiekkoilijoihin verrattuna suunnilleen saman verran, on jääkiekkoa joskus harrastaneita todennäköisesti edelleen enemmän. Jääkiekon sosiaalisen maailman voidaan katsoa siis tässä mielessä olevan salibandyn vastaavaa suurempi. Senkin perusteella, mitä esim. Crawford (2004) väittää erilaisten välitettyjen penkkiurheilumuotojen, kuten videopelien, merkityksestä lajikulttuureille, on salibandy selvästi jäljessä serkkuaan jääkiekkoa.

Sekä yksittäiset urheilijat, seurat ja joukkueet, että kokonaiset lajit kilpailevat seuraajista osittain kilpailullisen menestyksen perusteella. Voittaminen kohottaa joukkueeseen tai urheilijaan samaistuneen katsojan itsetuntoa ja sosiaalista statusta sijaismenestymisen ilmiön kautta, mikä lisää suoraan katsojien kiinnostusta (ks. esim. Holt 1995, Doyle ym. 2017). Mikäli kansakunta menestyy kansainvälisillä kentillä esimerkiksi voittamalla arvoturnauksia tai tuottamalla pelaajia lajin terävimmälle huipulle, nousee lajin kiinnostavuus kotimaassa. Kansainvälisen menestyksen puutetta on pidetty esimerkiksi jalkapallossa perinteisenä selityksenä alhaisiin yleisömääriin Suomessa (Koski & Latonen 1999, 57). Toisaalta kansainvälisellä menestyksellä on perusteltu usein jääkiekon suosiota Suomessa.

Pelkästään lajin globaali levittäytyminen ei kuitenkaan ole yleisökiinnostavuuden edellytys itessään kansallisista liigoista puhuttaessa. Kuvioista 2 nähdään, että pesäpallo on huolimatta katsojakeskiarvojen putoamisesta 1990-luvun huippuvuosista edelleen kolmanneksi suosituinta yleisöurheilua Suomessa. Heinilän (1985) mukaan pesäpallo on todiste siitä, että ainakin joukkueurheilussa yleisön kiinnostus voidaan herättää myös pelkällä ”kansallisella menestyksellä”. Pesäpallon miesten Superpesisotteluiden katsojakeskiarvo oli 1990-luvulla parhaimmillaan jopa yli 2 000 (Heimonen 2018). Muita esimerkkejä vahvasti kansallisesta perinteestä ammentavista ja pääosin vain omassa maassaan suosituista yleisölajeista voidaan löytää maailmalla ainakin australialaisesta jalkapallosta (Melnick & Wann 2011).

4.5 Happeeko tyypillinen salibandyseura?

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan suomalaista salibandy-yleisöä. Suhteellisen tutkimattomana ilmiönä tarkastelu on perusteltua kohdistaa yhden salibandyseuran yleisöön ja siten tehdä tapaustudkimusta (Laine ym. 2007). Tapaukseksi valittiin jyvaskyläläisen miesten salibandyliiga-seura Happeen yleisö. Happeeta on tutkittu aikaisemmin tapaustudkimusluonteisesti jo mainitussa Heinosen (2005) pro gradu -tutkielmassa. Siinä Happeen tapausesimerkin avulla pyritään selvittämään tiivistetyimmillään salibandyn kehitystä lajina ja sen asemaa suomalaisessa liikuntakulttuurissa. Heinonen (2005) perusteli Happeen valintaa tutkimuskohteeksi tutkimusekonomian lisäksi seuran silloisella kohtuullisen pitkällä yli kymmenvuotisella historialla, jonka avulla sitä voitiin hyödyntää ymmärryksen lisäämisessä salibandyn kehityksestä yleensä. Happeen oli todettu salibandyliiton sisäisessä selvityksessä olevan tyypillinen liiton jäsenseura: se oli salibandyn erikoisseura, joka pyöri vapaaehtoisvoimin ja jolla oli yli 200 jäsentä (Heinonen 2005).

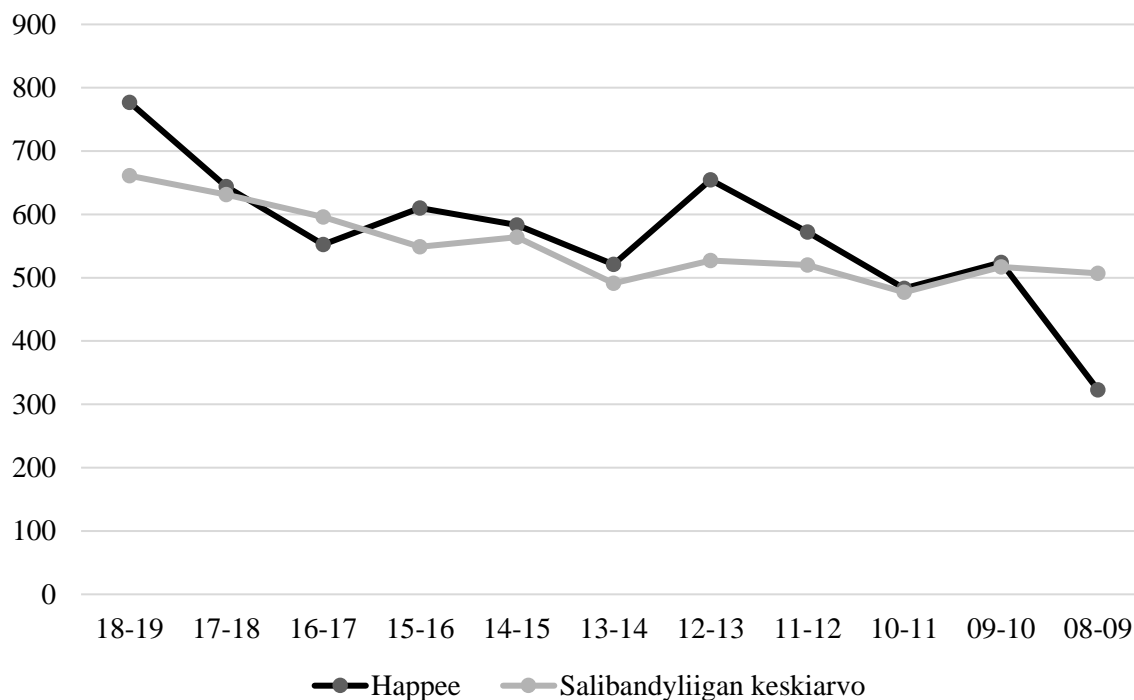
Happee rekisteröitiin yhdistykseksi vuonna 1989 eli muutama vuosi salibandyliiton syntymisen jälkeen. Seuran perustivat joukko Jyväskylästä lähtöisin olleita opiskelijoita, jotka olivat sosiaalistuneet sählyn pelaamiseen kouluaikoinaan, ja jotka päättivät perustaa oman salibandyseuran, kun tieto salibandyliiton perustamisesta tuli heidän tietoonsa. Vaikka Happee ei ollut ensimmäinen jyvaskyläläinen salibandyseura, lunasti se suhteellisen nopeasti paikan Jyväskylän seudun suurimpana salibandyseurana. II-divisioonasta aloittanut Happeen miesten joukkue nousi kahden kauden jälkeen SM-sarjaan. Muutaman ensimmäisen vuoden aikana seuran toiminta laajeni myös naisiin ja junioreihin. 1990-loppuun mennessä seura oli kasvanut 300 jäseniseksi ja nielaissut sisäänsä monta Jyväskylän kilpailevaa salibandyseuraa. (Heinonen 2005)

Itkosen (1996) seuratypologiaa hyödyntäen Heinonen (2005) kuvasi Happeeta 2000-luvun puolivälissä kilpailullis-kasvatukselliseksi urheiluseuraksi, jonka miesten edustusjoukkueella oli koko ajan enenevissä määrin julkisuus-markkinallisen seuratyypin piirteitä. Julkisuus-markkinallisuus merkitsee urheiluseuran tapauksessa muun muassa julkisuutta toiminnan edellytyksenä, talouden keskeisyyttä, markkina-alueen optimointia, sopimusperustaisuutta, tuotteistumista ja kilpailun totaalistumista (Itkonen 1996, 231-232). Heinosen (2005) mukaan kaudelle

2005-2006 tultaessa Happeen toiminnassa oli alkanut näkyä julkisuus-markkinallisuuden piirteitä muun muassa seuraavien asioiden kautta: median kasvava kiinnostus, kasvaneet yleisökeskiarvot, järjestelmällinen markkinointi ja ottelutapahtumien tuotteistaminen, pelaajien pienet rahapalkkiot, kannatuksen alueellinen leviäminen sekä kasvaneet sponsorieurot.

Kaudella 2018-2019 Happee pelaa 28. peräkkäistä kauttaan miesten salibandyn pääsarjatasolla. Sillä on kaikista salibandyliigassa pelanneista seuroista pääsarjakausia eniten. Miesten edustusjoukkueen menestyneisyyttä voitaneen arvioida helpoiten katsomalla tilastointia pääsarjan mitalista: Happee sijoittuu menestyneimpien liigaseurojen tilastossa mitalien määrällä mitattuna kaikkien aikojen jaetulle viidennelle tilalle seitsemällä mitalilla. Huomattavaa on, että neljä mitalista on tullut 2010-luvulla mukaan lukien ainoa mestaruus kaudella 2013-2014. (Salibandyliitto 2020) Yleisön kiinnostusta lisäävä kilpailumenestys on ollut siten Happeessa viime vuosina hyvällä tasolla. Positiivisesti yleisökiinnostukseen lienee vaikuttanut 2010-luvulla myös maajoukkueen menestyminen maailmanmestaruuskisoissa.

Katsottaessa salibandyliigan runkosarjan yleisökeskiarvoja kymmenen viimeisen kauden ajalta, voidaan huomata yleisökiinnostuksen tasaisen kasvun lisäksi Happeen yleisömäärien tuplaantuminen 2010-luvun aikana. Happeen yleisökeskiarvo on tuona aikana ollut keskimäärin hiekan liigan keskiarvon yläpuolella. (ks kuvio 4) Happeen yleisömäärien kasvuun viimeisen noin kymmenen vuoden aikana on seuran sisällä katsottu menestyksen lisäksi vaikuttaneen myös tietoinen edustusjoukkueen markkinoinnin ja brändin kehittäminen. Markkinoinnin keskiössä on ollut hirvibrändi, jota lähdettiin kehittelemään seuran hirvilogosta. Happee on pyrkinyt luomaan paikallista tunnettuutta muun muassa järjestämällä normaalin kotiareena Monitoimitalon lisäksi otteluita Jyväskylän jäähallissa, kehittämällä digitaalisen markkinoinnin sisältöjä, olemalla aktiivinen sosiaalisen median kanavissa sekä parantamalla tunnelmaa katsomoissa rekrytoimalla ”faneja” jääkiekon liigaseura JYP:n kannattajaryhmästä. Sosiaalisessa mediassa Happee on todettu muun muassa Sponsor Insightin selvityksessä ”maailman seuratuimmaksi salibandyseuraksi”. (Hirvimedia 2016)



KUVIO 4. Yleisökeskiarvot kymmeneltä edelliseltä kaudelta (Ainoa mittari 2019; Salibandyliitto 2020b).

Yleisökiinnostuksen kasvussa ei voitane sivuuttaa vuosikymmenen aikana saavutetun menestyksen merkitystä. Silti, palaten Heinosen (2005) huomioon Itkosen (1996, 231-232) julkisuusmarkkinallisuuden piirteistä Happeen miesten edustusjoukkueen toiminnassa voitaneen kuitenkin sanoa, että lisäaskelia kohti julkisuusmarkkinallisuutta on 2010-luvulla Happeen toiminnassa edelleen otettu.¹ Julkisuusmarkkinallisen toimintaperiaatteen vaikutukset eivät ole kuitenkaan olleet pelkästään positiivisia: seuran raportoitiin kärsineen talousvaikeuksista siinä määrin, että se oli kauden 2015-2016 jälkeen lähes konkurssissa (Pitkänen 2016).

¹ Julkisuusmarkkinallisuuden piirteet: julkisuusmarkkinallisuus toiminnan edellytyksenä, toiminta liikeyrityksen tavoin, talouden keskeisyys, markkinointialueen optimointi, sopimusperusteisuus, tuotteistaminen, kilpailun totaalistuminen ja siihen liittyvä kontrolli, yksilöllistyminen sekä organisatorinen muokkaus (Itkonen 1996, 231-232).

5 TUTKIMUSASETELMA

Tämän tutkimuksen tehtävänä oli selvittää, millainen suomalainen salibandy-yleisö on. Tutkimuskohteeksi rajattiin teoreettisen viitekehyksen ohjaamana salibandyn kaikenlaiset seuraajat ja paikanpäällisen seuraamisen lisäksi myös seuraamisen mediavälitteiset muodot. Tutkimusstrategia oli tapaustutkimuksellinen, sillä tutkimuksen kohteeksi otettiin yhden joukkueen seuraajajoukko, joka oli jyvaskyläläisen miesten salibandyliigaseura Happeen seuraajat. Tapaustutkimusote oli perusteltu valinta, sillä tapaustutkimuksen yksi pääasiallisista funktioista on valaista asioita ja ilmiöitä, joista ei tiedetä paljoa tai joita ei ole tutkittu paljoa (Laine ym. 2007). Vaikka urheiluyleisöjä on tutkittu jonkin verran, voidaan salibandy-yleisöt katsoa suhteellisen tutkimattomaksi ilmiöksi. Tutkimuksen tavoitteena ei ole yleistää aineistosta tehtyjä havaintoja salibandyn seuraajiin yleensä, vaan sen avulla voitaneen tunnistaa joitakin salibandy-yleisön erityispiirteitä ja näin ohjata tulevan salibandyn yleisötutkimuksen kysymyksenasetteluja (Laine ym. 2007). Tiedonintressi on siinä mielessä praktinen, että vaikka tieto ei olekaan yleistettävää, voidaan Happeen yleisöstä saatavaa yksityiskohtaista kuvausta käyttää hyväksi sekä Happeen että muiden salibandyliigaseurojen markkinoinnissa, jonka onnistuminen edellyttää salibandyn seuraajien ja kuluttajien tuntemista. Tutkimusta ei siis tehty ainoastaan ihmisryhmästä, vaan myös ihmisryhmää varten (Kuusisto-Arponen 2007).

Tapauksesta voidaan tehdä johtopäätöksiä sen perusteella, miten se määrittyy suhteessa tutkitavaan ilmiöön. Tapaus voi olla muun muassa luonteeltaan kriittinen, äärimmäinen, ainutlaatuinen, tyypillinen, paljastava, tulevaisuudesta kertova tai pitkittäisotokseen perustuva. (Laine ym. 2007) Käsitän Happeen seuraajien muodostavan tyypillisen tapauksen suomalaisten salibandy-yleisöjen joukossa. Happeen yleisökeskiarvo on keikkunut 2010-luvulla vain hiukan Salibandyliigan yleisökeskiarvon yläpuolella. Se on lisäksi maakuntakeskuksessa pelaava joukkue, jolla on paikallisella tasolla paljon yleisön kiinnostuksesta kilpailevia joukkueita eri lajeissa. Salibandyn harrastuksen on havaittu keskittyneen enimmäkseen suuriin kaupunkeihin (Heinonen 2005).

5.1 Tutkimustehtävät

Tutkimustehtävä jaettiin kolmeen osatehtävään. Tarkastelemalla sitä, mitkä merkitykset toistuvat seuraajajoukossa päästään kiinni siihen, mitä tämä yhteisö pitää toiminnassaan tärkeänä. Merkityspohdintojen perustana on oletamus, että kulttuuriteollisuuden tekstejä voidaan tulkita ja merkityksellistää useammalla kuin yhdellä tavalla (Heinonen 2004). Semiotiikassa tekstin ulos- ja sisäänkoodaajien välillä ei ole itseasiassa merkittävää eroa, vaan uloskoodaus voidaan katsoa yhtä aktiiviseksi ja luovaksi toiminnaksi kuin sisäänkoodauskin (Fiske 1992, 65). Toistuvat merkitykset edustavat salibandyn seuraajien jaettua kulttuurista koodia. Ne kertovat siitä, mistä salibandyn seuraamisessa on oikeastaan kyse. Liikuntatutkimuksessa miksi-kysymyksiin on yleensä vastattu selvittämällä motiiveja. Vain harvoin näkökulmaa on laajennettu kulttuuristen merkitysten ja merkityksellistämisen suuntaan. (Lehmuskallio 2007, 38)

Kun määritellään urheilun seuraajaryhmät yhteisen kulttuurin ympärille rakentuneiksi sosiaalisiksi maailmoiksi, myös näihin maailmoihin sosiaalistavat tekijät muodostuvat mielenkiintoisiksi. Heinilän (1986, 11) mukaan sosialisatioprosessin merkitys on yleisökiinnostuksen syntymisen kannalta erityisen suuri säännöiltään kompleksisten lajien kohdalla, jollaiseksi salibandy voitaneen laskea: kompleksisten lajien monimutkaisiakin koodeja täytyy jossain määrin oppia ymmärtämään, jotta lajeista voi tulla kiinnostavia. Sosiaalistavat tekijät tai sosialisatioagentit ovat mielenkiintoisia myös urheilun tuottajien näkökulmasta, sillä urheilun kuluttamiseen sosiaalistamisestahan markkinoinnissa on tietystä mielessä kyse. Kuinka ihmiset tulevat osaksi jotain kulttuuria ja mitä kulttuuriin kuuluvat elementit merkitsevät sen jäsenille ovat kulttuurintutkimuksen keskeisiä teemoja (Longhurst 2017, 7-9).

Niin ikään urheilun tuottajaosapuolen näkökulmasta mielenkiintoista on tutkimuksen keinoin selvittää, kuka urheilun katsoja tai kuluttaja oikein on (Horne 2006, 36). Kuluttajakuvan luomisessa tarvitaan tietoa sekä yleisön demografisista ja muista olennaisista taustatiedoista, että kulutuskäyttäytymisestä ja -määristä. Valitusta teoreettisesta viitekehystä käsin myös suhde kyseessä olevaan kulttuuriseen maailmaan asettuu mielenkiintoiseksi. Näihin kolmeen teemaan pohjautuen empiiriselle aineistolle asetettava tutkimustehtävä eriteltiin kolmeen osatehtävään:

- 1) Millaisia katsojia Hapteen kotiotteluiden katsomossa käy?
- 2) Kuinka Hapteen seuraajaksi sosiaalistutaan?
- 3) Millaisia merkityksiä Hapteen seuraamisella on katsojille?

5.2 Aineiston keruu

Tutkimuksen kohdejoukon muodosti Hapteen koko seuraajajoukko erottelematta tutkimuksen kohteeksi mitään yksittäistä osaa tästä. Koko tutkimusjoukon tavoittamisen varmistamiseksi päädyttiin aineistonkeruussa survey-metodin käyttöön ja siten määrällisen aineiston keräämiseen tutkittavista. Teoreettisen viitekehyksen puitteissa Hapteen kuluttamiseksi tuli nähdä koti- ja vieraspeleissä käymisen lisäksi pelien mediavälitteinen seuraaminen sekä muun muassa Haptee-aiheisen uutisoinnin seuraaminen sanomalehdistä, internetin uutissivustoilla ja foorumeilla. Happeeta ainoastaan tai pääosin mediavälitteisesti seuraavat olisivat olleet käytännössä liian hankalaa tavoittaa, joten kysely toteutettiin Hapteen kotiotteluiden yhteydessä. Katsomokysely on urheiluyhteisöjen tutkimuksessa testattu metodi, jolla yleisöstä on onnistuttu saamaan tietoa lukuisissa aikaisemmissa tutkimuksissa (ks. esim. Crawford 2001; Heinilä 1986; Heimonen 2018; Anttila & Ruonavaara 2001; Mähönen 2008; Rasila & Salasuo 2002).

Tutkimuksessa haluttiin saada tietoa kuitenkin myös välitetystä penkkiurheilusta. Lomakkeeseen sisällytettiin siten sekä vastaajien paikan päälläistä seuraamista, että Haptee-aiheisten mediatekstien kuluttamista koskevia kysymyksiä. Näin pyrittiin muodostamaan kokonaiskuva vastaajien kulutustottumuksista. Tutkimusjoukon ulkopuolelle jäi väistämättä paljon sellaisia Hapteen seuraajia, joiden kulutustottumuksiin ei kuulu otteluiden seuraaminen paikan päällä. Paikan päällä yleisöissä olleiden välitetyistä penkkiurheilutottumuksista uskottiin kuitenkin pystyttävän saamaan riittävän luotettavasti tietoa myös seuraajien mediavälitteisistä kulutustottumuksista.

5.2.1 Lomakkeen laadinta ja tutkimustehtävien operationalisointi

Kyselylomakkeen laadinnassa tärkeänä reunaehtona oli lomakkeen tiiveys. Lomake tuli pystyä täyttämään ottelutapahtuman aikana haittaamatta tapahtumaan katsojana osallistumista, eikä

sen täyttämisen tullut lannistaa ensivaikutelmallaan vastaajia. Vallin ja Aarnoksen (2018, 81) mukaan kyselylomakkeen laatimisessa tulee olla erityisen huolellinen, koska virheitä kysymyksissä ei ole mahdollista enää korjata aineistonkeruutilanteessa. Kyselylomakkeessa tulee muistaa kysyä myös kaikki olennainen, sillä tarkentavia tai täydentäviä kysymyksiä ei ole yleensä mahdollista esittää jälkeenkään (Valli & Aarnos 2018, 81). Kyselylomakkeen muodostaminen osoittautui siis verrattain haastavaksi. Aineistonkeruussa käytetty lopullinen kyselylomake on liitteessä 1.

Kyselylomaketta rakennettaessa tutkija törmää usein tilanteeseen, jossa kaikkia mitattavia ilmiöitä varten ei ole saatavilla valmista testattua mittaria. Mittarin luomiseksi käsitteet tulee osata pilkkoa mitattaviin rakenneosiinsa, eli operationalisoida, relevanttiin tutkimuskirjallisuuden perustuen. (Valli & Aarnos 2018, 118-119) Tässä tutkimuksessa valmista mittaria pystyttiin hyödyntämään ainoastaan osittain sosialisatioagenttien kohdalla, joten muut mittarit jouduttiin rakentamaan enemmän tai vähemmän omatoimisesti.

Tutkimuksen ensimmäiseen osatehtävään pyrittiin etsimään vastausta yleisön demografisia tietoja, salibandysuhteen rakentumista sekä salibandyyn ja Happeeseen liittyvää seuraamista mitattavien kysymysten avulla. Aikaisempaa tutkimusta käytettiin hyväksi kysymysten laadinnassa (Heimonen 2018; Mähönen 2008; Rasila & Salasuo 2002; Crawford 2001). Seuraamisen mitaamisessa käytetty likert-mittari perustui pääosin Mähösen (2008) käyttämään väitelauseita sisältävään likert-asteikkoon. Välittömän ja välitetyn seuraamisen määrien lisäksi lomakkeessa kysyttiin laajalti myös vastaajien affektiivisesta suhteesta Happeeseen sekä salibandy maailman tiedollisten koodien ymmärtämisestä. Seuraamisen pilkkominen näihin kolmeen osa-alueeseen perustui McPhersonin (1976) näkemykseen urheilukuluttamisen osa-alueista, jotka ovat käytöksellinen, affektiivinen ja kognitiivinen.

Mitattaessa määrällistä koti- ja vierasotteluiden sekä internet- ja TV-lähetysten seuraamista päädyttiin kysymään arvioiduista vastaajien edellisen kauden määristä. Vastaajilta kysyttiin myös muun muassa näiden omistamien Happeen fanituotteiden lukumäärästä sekä muissa ur-

heilutapahtumissa käymisestä yleensä vuositason, jos salibandya ei lasketa. Koti- ja vierasotteluita oli kaudella 2017-18 molempia tasan 19.² Internet- tai TV-lähetyksiä Happeen otteluista oli pudotuspelit mukaan lukien 32, joista superfinaalin lisäksi 16 oli vieras- ja 15 kotiotteluita (Grassmark 2020). Kuluvasta kaudesta ei tiedonkeruun ajankohdan vuoksi haluttu kysyä, sillä salibandykausi 2018-19 oli marras-joulukuussa 2018 vasta vähän alle puolessavälissä.

Happeen välitetyn seuraamisen määristä kysyttiin laajemmin kyselylomakkeen likert-asteikkoa hyödyntäneen kysymyspatteriston osiossa ”Painetun ja digitaalisen median sisällöt”.³ Kysymysten sisällöllinen laajuus ulottui tässä osiossa Happeen seuraamisesta laajempaan salibandyisällön kuluttamiseen. Erilaisia salibandy maailmaan liittyviä tuottavan kuluttamisen tapoja selvitettiin patteristossa salibandykeskusteluun osallistumisen osalta sekä sosiaalisen median palveluissa että internetkeskustelufoorumeilla. Tämän lisäksi kysyttiin juttujen kirjoittamisesta salibandyaiheisilla internetsivuilla ja salibandyn seuraamisesta vedonlyönnin näkökulmasta. Vedonlyönti sinällään ei kuulu tuottavaan kuluttamiseen siinä mielessä kuin edellä mainitut tavat. Se on kuitenkin merkittävä urheilun kuluttamisen tapa, jolla on eräässä mielessä myös tuottava luonne, joten se sisällytettiin tähän patteristoon. Osiossa pyydettiin arvioimaan annettulla yksisuuntaisella ja viisiportaisella likert-asteikolla⁴, kuinka hyvin annettu väite kuvaa vastaajaa. Affektiivista suhdetta Happeeseen ja salibandy maailman kulttuuristen koodien tunte-
musta mitattiin niin ikään samassa likert-patteristossa. Väittämät liittyivät kulttuuristen koodien osalta sekä peliin liittyvien yleis- ja syväkoodien hallintaan, että laajempaan salibandy maailman kulttuuriseen ymmärtämiseen.

² Kaudella 2017-2018 Happee pelasi 13 koti- ja vierasottelua runkosarjassa sekä 6 playoff-koti ja 5 playoff-vierasottelua ennen Helsingissä pelattua Superfinaali-ottelua. Todellinen ottelumäärä jäi edellisellä kaudella siis potentiaalisesta 41 ottelusta kolme ottelua ja oli siten 38 ottelua, joista koti- ja vierasotteluita oli finaali mukaan lukien molempia tasan 19. Salibandyliigan pudotuspeleissä pelataan kaksi playoff-ottelusarjaa paras 7:stä järjestelmällä ennen finaalia. Salibandyliigan ja naisten salibandyliigan finaalit pelataan yksittäisen Superfinaali-pelin sijasta vanhaan tapaan sarjamuotoisena kaudesta 2018-2019 eteenpäin.

³ Myös TV- ja internetlähetyksen katselu on Happeen välitettyä seuraamista. Välitetystä seuraamisesta puhuttaessa tarkoitetaan seuraavissa luvuissa pääsääntöisesti kuitenkin vain tässä patteristossa kysytyjä seuraamisen muotoja.

⁴ Asteikko: 1=En osaa sanoa, 2=En osaa sanoa, 3=En osaa sanoa, 4=Kuvaa jonkin verran, 5=Kuvaa melko hyvin, 6=Kuvaa hyvin, 7=Kuvaa täydellisesti.

Vastaajien salibandytaustaa selvitettiin ensinnäkin kysymällä sekä omaehtoisesta että kilpailullisesta lajiharrastuksesta. Lomakkeessa käytettiin termiä omaehtoinen harrastaminen kuvaamaan salibandyharrastusta, joka eroaa osallistumisesta kilpaurheiluun urheiluseuroissa. Näihin muotoihin voi kuulua esimerkiksi pelaaminen yksin, porukoissa tai esimerkiksi puulaakisarjassa. Omaehtoisesta harrastamisesta katsottiin suhteellisen yksiselitteisenä käsitteenä kattavan muun muassa nämä salibandyharrastuksen muodot. Kilpailullisesta lajiharrastuksesta kysyttiin jatkokysymyksenä myös korkeinta sarjatasoa, jolla vastaaja oli pelannut. Tässä käytettiin jaoteltua alueellisiin (VI-II divisioonat) ja valtakunnallisiin (I-divisioona ja SM) sarjoihin. Osallistumista lajimaailmaan selvitettiin pelaamisen lisäksi muun muassa kysymällä osallistumisesta erilaisiin vapaaehtois- tai niihin vertautuviin tehtäviin, jotka edustivat liikunnan tuottamistointaan osallistumista. Muista kilpailullisista lajiharrastuksista kysyttiin salibandykysymysten lisäksi avoimella kysymyksellä.

Vastaajien sosiaalistumista tarkasteltiin sosialisatioagentteja koskevien kysymysten avulla. Ne tarkoittavat käytännössä sosiaalisia toimijoita (yksilöitä tai yhteisöjä), joilla on merkittävä rooli yksilön sosiaalistumisessa kulttuurisiin käytäntöihin (Wann ym. 2001, 24-28). Tässä hyödynnettiin McPhersonin (1976) sosialisatioagenttimittaria ja tämän määrittelemiä urheilufaniuteen yleensä sosiaalistavia agentteja: perhe, vertaisryhmät, koulu ja yhteisö. Nämä katsottiin paremmin ymmärrettäviksi muodossa: perhe, kaverit, koulu ja paikallinen kulttuuri. Myöhäismodernissa ajassa perinteiset sosiaaliset kollektiivit, joita edellä mainitut agentit pääosin edustavat, ovat kuitenkin menettäneet merkitystään liikuntaan sosiaalistavina agentteina. Näiden rinnalle ovat tulleet muiden muassa kulttuuriteollisuuden tuotteet. Ainakin lapsissa ja nuorissa merkittävimpiin liikuntaan sosiaalistaviin agentteihin kuuluvat edellä mainittujen lisäksi media ja liikuntaseurat. (Lehmuskallio 2007, 22-26) Kyselyssä päädyttiin siis kysymään perheen, koulun, kavereiden, paikallisen kulttuurin, tiedotusvälineiden ja salibandyharrastuksen vaikutuksesta Happeen seuraajaksi sosiaalistumisessa.

McPhersonin (1976) sosialisatioagenttien nelijakoon perustuvissa myöhemmissä tutkimuksissa ”perhe” on korvautunut ”vanhemmilla” (ks. esim. Parry ym. 2014; Melnick & Wann 2011). Perhe katsottiin tässä tapauksessa kuitenkin soveltuvammaksi käsitteeksi, sillä hyödyntämällä vanhempia, tarkastelun ulkopuolelle olisivat jääneet sosiaalistavina tekijöinä sisarusket ja etenkin lapset. Sosialisatioagenttien vaikutusta Happeen katsojaksi päätymiseen kysyttiin

edellä mainittujen tutkimusten käyttämää 8-portaista asteikkoa hyödyntäen.⁵ Sosialisatio-agenttipatteriston lisäksi vastaajilta kysyttiin Hapteen katsojaksi päätymiseen eniten vaikuttanutta yksittäistä henkilöä tai asiaa hyödyntäen avointa kysymystä.

Kulttuurisia merkityksiä mittaavat kysymykset luotiin Lehmuskallion (2007, 147) ohjetta noudattaen käyttämällä aikaisempaa tutkimusta esitutkimuksena. Penkkiurheilemiseen yleisesti liitettäviä merkityksiä poimittiin useasta kotimaisesta ja ulkomaisesta tutkimuksesta (Lehmuskallio 2007; Crawford 2001; Koski & Latonen 1999; Heinilä 1986; Holt 1995; Duncan 1986). Edellä mainittujen tutkimusten havaintojen pohjalta luotiin merkityskategoriat, joita oli seitsemän. Apuna tässä käytettiin yksinkertaista teemoittelua. Merkityskategoriat olivat sosiaalinen ajanviete, erottautuminen, eskapismi, katharsis, huumori sekä tiedollinen voimistelu. Merkityksien tärkeyttä vastaajalle mitattiin 11 väitelauseella, joihin vastattiin samalla likert-asteikolla, jota käytettiin rakennetarkasteluissa hyödynnettävissä kysymyksissä. Joitakin merkityksiä mitattiin usean väitteen avulla.

5.2.2 Kyselyn toteutus

Kysely toteutettiin marras-joulukuussa 2018 kolmessa erillisessä Hapteen runkosarjakotiottelussa Jyväskylän Monitoimitalolla. Ennen ensimmäistä aineistonkeruuta kyselylomake pilotoitiin Pro gradu -seminaarilaisilla. Pilotoinnin tuloksena lomaketta korjattiin vielä alkuperäisestä muodostaan muutaman kohdan selkeyttämiseksi. Otteluista ensimmäinen pelattiin 14.11.2018 Turun Palloseuraa (TPS) sekä kaksi jälkimmäistä joulun välipäivinä 28.12.2018 Tampereen Classicia ja 30.12.2018 Vantaalla pelaavia EräViikinkejä (ErVi) vastaan. Otteluiden keskimääräinen ilmoitettu katsojaluku oli 933, eli lähes kolmanneksen Salibandyliigan koko runkosarjan keskiarvoa enemmän. Myös Hapteen oma koko runkosarjan katsojakeskiarvo (777) ylittyi peleissä reilusti TPS-peliä lukuun ottamatta (Salibandyliitto 2020b). Pelien katsojaluvut on koottu taulukon 1 toiseen sarakkeeseen.

⁵ 1= ei ollut mitään vaikutusta...8= oli todella suuri vaikutus

Verrattain suuria katsojamääriä Classic- ja EräViikingit-peleissä selittäneen molempien kohdalla ainakin hyvä ajankohta joulun välipäivinä, nimekkäät vastustajajoukkueet sekä eittämättä myös Suomen maajoukkueen joulukuun MM-kisoissa voittama maailmanmestaruus. Etenkin Classic-ottelussa 28.12.2018 maailmanmestaruutta käytettiin hyväksi ottelutapahtuman sisällöllisenä elementtinä. Tapahtumassa nähtävillä olevan mestaruuspokaalin lisäksi Happee järjesti muun muassa omassa joukkueessaan pelaavien maailmanmestarien nimikirjoitustenjakotilaisuuden ottelun jälkeen. Runsaiden yleisömäärien puolesta ottelut tarjosivat siis hyvän mahdollisuuden tavoittaa Happeeta seuraavia ihmisiä mahdollisimman monipuolisesti.

Vastaajien rekrytointi suoritettiin pelien aikana pyytämällä kasvotusten katsojia vastaamaan lomakkeeseen. Käytännössä tämä tarkoitti vastaajien rekrytointia sisäänkäynnin yhteydessä ennen ottelua sekä erätauoilla katsomoissa. Ensimmäisessä ottelussa rekrytointia suoritti kaksi henkilöä, jolloin oli mahdollista rekrytoida ennen ottelua molempien sisäänkäyntien edessä⁶ ja erätauoilla sekä katsomossa että salin ja sisäänkäynnin väliin jäävässä sisääntuloaulassa. Katsojat, joilta lomakkeen täyttämistä pyydettiin, pyrittiin valitsemaan mahdollisimman sattumanvaraisesti. Toisaalta mitään demografista ryhmää ei pyritty aktiivisesti suosimaan, vaikka voitiin olettaa, että jotkin ryhmät suhtautuisivat todennäköisesti avoimemmin kyselyyn vastaamiseen kuin toiset.

Jälkimmäisillä kerroilla sattumanvaraisuutta pyrittiin ylläpitämään muun muassa valitsemalla eri sisäänkäynnit ennen peliä ja kiertämällä erätauoilla mahdollisimman kattavasti eri katsomoissa. Näin pyrittiin varmistamaan mahdollisimman monipuolinen otanta paikalla olleesta yleisöstä. Erien aikana ja pelien jälkeen katsojia ei häiritty. Tosin muutama vastaaja täytti lomakkeen omasta tahdostaan vasta pelin jälkeen. Aktiivisen rekrytoimisen lisäksi aulaan järjestettiin vastauspöytä, jossa oli lomakkeita, kyniä ja palautuslaatikko. Lomake annettiin täytettäväksi omatoimisesti ottelutapahtuman aikana, eikä lomakkeen täyttöä valvottu. Tutkimuksesta kerrottiin ottelukuulutuksissa, joissa ohjeistettiin myös täyttämään lomake esimerkiksi erätauon

⁶ Kausikortti/ennakkolippusisäänkäynti ja lipunmyynti

aikana. Takaisin lomakkeita kerättiin palautuslaatikon lisäksi suoraan vastaajilta. Taulukossa 1 on yhteenveto aineistonkeruusta.

TAULUKKO 1. Yhteenveto aineistonkeruusta.

Ottelu	Katso- jia		Varatut lo- makkeet	Jaetut lo- makkeet	Palautet- tuja	Hylätty	n
Happee-TPS*	712	14.11.18	140	140	111	5	106
Happee-Classic	999	28.12.18	500	105	92	7	85
Happee-ErVi	1090	30.12.18	395	91	77	3	74
YHTEENSÄ				336	280	15	265

*Aineistonkeruu kahden ihmisen voimin.

Rekrytoimalla vastaajia aineistonkeruutilanteissa aktiivisesti päästiin melko hyvään vastausprosenttiin. Jaetuista tai vastauspöydältä noukituista lomakkeista 83 % palautui ja 79 % oli täytetty asianmukaisesti. Kun lomake pyydetään täyttämään kasvokkain, päästään usein selvästi parempaan vastausprosenttiin, kuin esimerkiksi postikyselyssä (Valli 2018, 45). Rajoittavaksi tekijäksi aineiston keruussa muodostui rekrytoinnissa tarvittujen tutkimusavustajien puute. Vain yhden tutkimusavustajan voimin olisi todennäköisesti pystytty kasvattamaan vastanneiden määrää jälkimmäisissä otteluissa ainakin jonkin verran. Vastanneiden määrä ilmoitettuun yleisömäärään nähden oli 14.11. 20 %, 28.12. 9 % ja 30.12. 7 %. Tiedonkeruuseen osallistuneiden henkilöiden vähyyttä pystyttiin kuitenkin kompensoimaan tässä tapauksessa juuri useammalla aineistonkeruukerralla. Kuva 1 on viimeiseltä aineistonkeruukerralla uudenvuoden aattona 2018.



KUVA 1. Happee-EräViikingit 30.12.2018 Jyväskylän monitoimitalolla.

5.3 Aineiston analyysi

Lomakeaineisto koodattiin SPSS Statistics -tilasto-ohjelmaa hyväksikäyttäen tilastoaineistoksi määrällistä analyysiä varten. Erilliseen Excel-tiedostoon tallennettiin lomakkeen avoimiin kysymyksiin annetut vastaukset luokittelua varten. Luokittelut toteutettiin aineistolähtöisesti. Myös valmiisiin luokkiin koodatut avoimet vastaukset tallennettiin kyseiseen Excel-tiedostoon. Siihen koottiin myös kohdat, joissa oli epäselvän tai epäjohdonmukaisen vastauksen johdosta tehty varsinaisista merkinnöistä poikkeavia tulkintoja. Tällaisesta esimerkkinä havainnot, joissa elämäntilanne-kysymykseen oli vastattu sekä työssä että opiskelija. Kyseisessä tilanteessa ratkaisuperiaatteena oli kyseisten henkilöiden tulkitseminen opiskelijoiksi.

Hapteen seuraajaksi päätymiseen eniten vaikuttanutta henkilöä tai asiaa koskeneen avoimen kysymyksen luokittelu tuotti ensimmäisessä vaiheessa 22 samansisältöistä luokkaa, jotka luotiin aineistolähtöisesti. Luokkiin sisällytettyjen vastausten lukumäärän vaihteluväli näissä luokissa oli kuitenkin 1-52, joten luokat yhdisteltiin vielä seitsemään luokkaan. Näissä toisen vaiheen seitsemässä luokassa vaihteluväli oli 11-86. Näistä luokittelun tasoista puhutaan luvussa 6.2. järjestyksessä luokkina ja alaluokkina. Moni vastaaja oli listannut kohtaan useamman henkilön tai asian, vaikka siinä kysyttiin ainoastaan yhtä. Koodausvaiheessa useamman henkilön tai asian sisältäneistä vastauksista havaintomatriisiin poimittiin ensimmäisenä mainittu henkilö tai asia. Ensimmäisenä mainitsemisen katsottiin merkitsevän sitä, että sosiaalistaja on mainituista tärkein.

Aineiston analyysissä käytettiin muuttujien yhteyksien tutkimisessa enimmäkseen korrelaatiokertoimia ja ristiintaulukoita. Tilastollisessa merkitsevyydestä käytettiin ainoastaan ei-parametrisia testejä, sillä normaalijakautuneisuutta ei esiintynyt aineiston muuttujissa. En osaa sanoa -vaihtoehdon katsottiin analyysissä tarkoittavan kykenemättömyyttä ymmärtää väitettä tai sen kuvaamaa ilmiötä, joten se koodattiin siten, että se oli havaintona 1-vaihtoehtoa ”heikompi”.

Vertailuaineistoina yleisön rakenteeseen liittyvissä pohdinnoissa käytettiin Heimosen (2018) pesäpalloon, Mähösen (2008) yleisurheiluun sekä Rasilan ja Salasuon (2002) jalkapalloon liittyviä tutkimuksia. Yleisöprofiilien vertailun avulla voitiin saada vihiä mahdollisista salibandyyleisön erityispiirteistä muiden lajien yleisöihin nähden, mikä liittyi tutkimuksen ensimmäiseen osatehtävään. Erityisesti Heimosen (2018) Jyväskylän Kirittärien Naisten Superpesiksen kotiottelusta tekemä tutkimus oli tässä mielessä erinomainen, sillä sen avulla voitiin vertailla saman kaupungin kahden eri lajin pääsarjajoukkueiden yleisöjä tarkalleen samansuuruisella aineistolla (n=265).

6 TULOKSET

Tutkimustehtäviin pyritään vastaamaan tulokset -osion alaluvuissa osatehtävä kerrallaan. Ensin selvitetään aineiston perusteella millaisia katsojia Happeen peleissä käy tarkastelemalla yleisön rakennetta sekä luomalla rakennetarkastelujen perusteella tyyppitely yleisöstä. Toiseksi pyritään vastaamaan siihen, kuinka Happeen katsojaksi sosiaalistutaan tarkastelemalla sosialisatio-agentteja ja tärkeintä sosiaalistavaa tekijää. Lopuksi tarkastellaan, miten Happeen katsojat merkityksellistävät salibandyottelutapahtumaa katsomalla mitä merkityksiä vastaajat pitävät salibandyyn seuraamisessa tärkeinä. Sosialisatioagenttien ja merkitysten tarkastelu rakennetarkastelujen tuottamissa katsojatyypiryhmissä täydentää luotua kuvaa yleisöstä.

6.1 Happeen yleisön rakenne

Vastattaessa tutkimuskysymykseen ”millaisia katsojia Happeen kotiotteluiden katsomoissa käy?” luodaan ikään kuin Happeen yleisöprofiili. Ensiksi tarkastellaan vastaajien demografisia tietoja ja vertaillaan niitä suomalaisista urheiluyleisöistä tehtyihin yleisöprofiileihin. Tarkasteltavat demografiset tiedot ovat vastaajien ikä, sukupuoli, kotikunta, koulutus ja elämäntilanne. Sitten tarkastellaan vastaajien suhdetta salibandy maailmaan omakohtaisen salibandyharrastuksen ja muiden lajimaailmaan osallistumisen tapojen kautta. Happeen seuraamisen tarkastelussa käytetään McPhersonin (1976) määritelmää kolmesta urheilukuluttamisen osa-alueesta, jotka ovat sovellettuna seuraamisen tavat ja määrä, affektiivinen suhde seuraamisen kohteeseen sekä seuratun lajimaailman tuntemus. Lopuksi pyritään näiden rakennetarkastelujen pohjalta tyyppitelemään Happeen yleisöä erilaisiin tyyppikatsojiin.

6.1.1 Ikä, sukupuoli ja kotikunta

Vastaajista tasan puolet olivat miehiä ja puolet naisia lukuun ottamatta yhtä vastaajaa, joka ilmoitti muu-sukupuolisuudesta. Iän suhteen vastaajat jaettiin analyysivaiheessa ikäkategorioiden. Vastaajista nuorin oli 9- ja vanhin 80-vuotias. Lähes puolet vastaajista sijoittui 20-40 ikävuoden välille. Suurin osa katsojista oli siis aineistossa alle keski-ikäisiä, eli vastaajajoukko oli

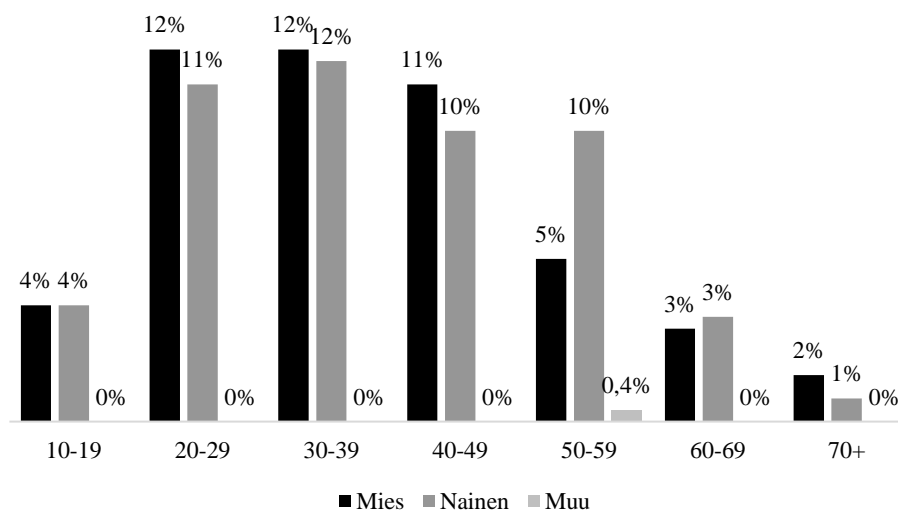
verrattain nuori. Taulukointi vastaajien iän, sukupuolen ja kotikunnan jakaumista on taulukossa 2.

TAULUKKO 2. Ikä, sukupuoli ja kotikunta (n=265).

Muuttuja	Frekvenssi	%
Ikä		
10-19	21	8
20-29	61	23
30-39	63	24
40-49	54	20
50-59	40	15
60-69	17	6
70+	6	2
Puuttuu	3	1
Sukupuoli		
Mies	131	49
Nainen	131	49
Muu	1	0
Puuttuu	2	1
Asuinkunta		
Jyväskylä	188	71
Keski-Suomi	40	15
Turku & lähiseutu	2	1
Tampere & lähiseutu	3	1
Vantaa & PK-seutu	5	2
Muu	20	8
Puuttuu	7	3

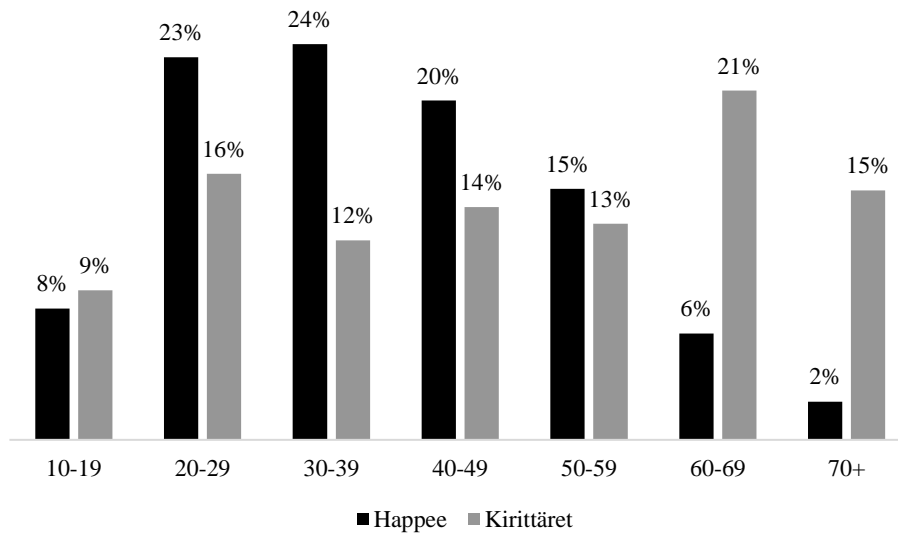
Sukupuolen ja ikäluokkien yhteyttä tarkasteltaessa käy ilmi, että suurimmassa osassa ikäluokista oli suunnilleen saman verran miehiä ja naisia. Huomattavan suuruinen ero ikäluokkien

sukupuolijakaumassa oli ainoastaan 50-59 vuotiaissa, joissa naisia oli 4 prosenttiyksikköä miehiä enemmän. Sukupuolieron merkitsevyyttä tarkasteltiin khiin neliö -testisuureen avulla, jota varten ikäluokkia tiivistettiin 60-69- ja yli 70-vuotiaiden osalta ja sukupuolen muu-kategoria jätettiin tarkastelusta pois. P-arvon (0,61) perusteella Happeen katsojien ikäkategorioiden sukupuolieroilla ei ollut tilastollista merkitsevyyttä. Molempien sukupuolten voidaan siis katsoa olleen hyvin edustettuina suurimmassa osassa ikäluokista. Sukupuolen ja iän vertailu löytyy kuviosta 5.



KUVIO 5. Katsojien ikä sukupuolen mukaan (n=261).

Heimosen (2018) tutkimukseen osallistuneiden pesäpallon seuraajien ja tämän tutkimuksen vastaajien sukupuolijakaumat olivat jotakuinkin samanlaiset. Miesten todettiin olevan pesäpallolyeisössä kuitenkin keskimäärin naisia vanhempia tilastollisesti erittäin merkitsevästi ($p=0,000$). Salibandy-yleisö oli myös yleisesti ottaen huomattavasti nuorempaa kuin pesäpallolyeisö: Kirittärien yleisöstä noin puolet (49 %) oli yli 50-vuotiaita. (Heimonen 2018) Aineistojen ikäjakaumat on asetettu vertailtavaksi kuviossa 6. Myös yleisurheilulyeisössä miehet olivat naisia keskimäärin vanhempia (Mähönen 2008). Jalkapallon Suomen Cupin finaalissa 2001 naisten lukumäärä jäi sen sijaan ylipäätään minimaaliseksi miehiin verrattuna (Rasila & Salasuo 2002).



KUVIO 6. Yleisön ikävertailu Happeen (n=262) ja Kirittärien (n=261) välillä (Heimonen 2018).

Vain 12 % vastaajista ilmoitti asuvansa muualla kuin Jyväskylässä tai jossain Keski-Suomen kunnassa. Näistä vastaajista puolet oli elämäntilanteeltaan opiskelijoita, jotka saattoivat pitää kotipaikkaansa muualla, vaikka opiskelivatkin Jyväskylässä. Lisäksi vastaajista vain todella pieni muutaman prosentin vähemmistö oli kotoisin vierasjoukkueiden paikkakunnilta tai näitä ympäröivältä seudulta. Kyselyyn vastanneiden mahdollisten vierasjoukkueen kannattajien määrän voidaan katsoa olleen siis kaiken kaikkiaan melko maltillinen. Verrattaessa vastaajien ilmoittamaa kotikuntaa Heimosen (2018) tutkimukseen voidaan sanoa Happeen yleisössä olleen jonkin verran vähemmän jyväskyläläisiä kuin Kirittärien yleisössä: Kirittäriillä jyväskyläläisiä oli 81 %, kun taas Happeella näitä oli 71 %. Jyväskylän (188) jälkeen Laukaasta (16) ja Muuramesta (8) oli aineistossa eniten vastaajia.

6.1.2 Koulutus ja elämäntilanne

Yleisön sosioekonomista asemaa kartoitettiin kysymällä vastaajilta näiden elämäntilanteesta ja ylimmästä käydystä koulutusasteesta. Vastaajista suurin osa oli palkkatyössä (60 %). Niin sanottuun työllisten ryhmään (67 %) voitiin laskea aineistossa palkkatyössä olevien lisäksi myös

yrittäjät. Työllisten osuus oli pesäpalloyleisöön (47 %) verrattuna selvästi suurempi ja yleisurheiluy-leisöön (64 %) verrattuna hieman suurempi (Heimonen 2018; Mähönen 2008). Pesäpallo- (31 %) ja yleisurheiluy-leisöissä (14 %) eläkeläisten osuudet olivat salibandyyn verrattuna huomattavasti suuremmat. Opiskelijoiden osuus oli noin 20 % sekä Happeen yleisössä että mainituissa vertailututkimuksissa (Heimonen 2018; Mähönen 2008). Opiskelijoiden osuus vastasi kuta kuinkin tarkalleen alle 25-vuotiaiden osuutta aineistossa. Opiskelijoiden ryhmässä oli myös todennäköisesti huomattava määrä peruskoululaisia ja toisen asteen opiskelijoita, sillä 10-19-vuotiaat käsittivät opiskelijoista tasan kolmanneksen (33 %). Sukupuolieroja vastaajien elämäntilanteessa ei ollut. Elämäntilanne- ja ylin koulutusaste -muuttujien frekvenssit on esitetty taulukossa 3.

TAULUKKO 3. Elämäntilanne ja ylin koulutusaste (n=265).

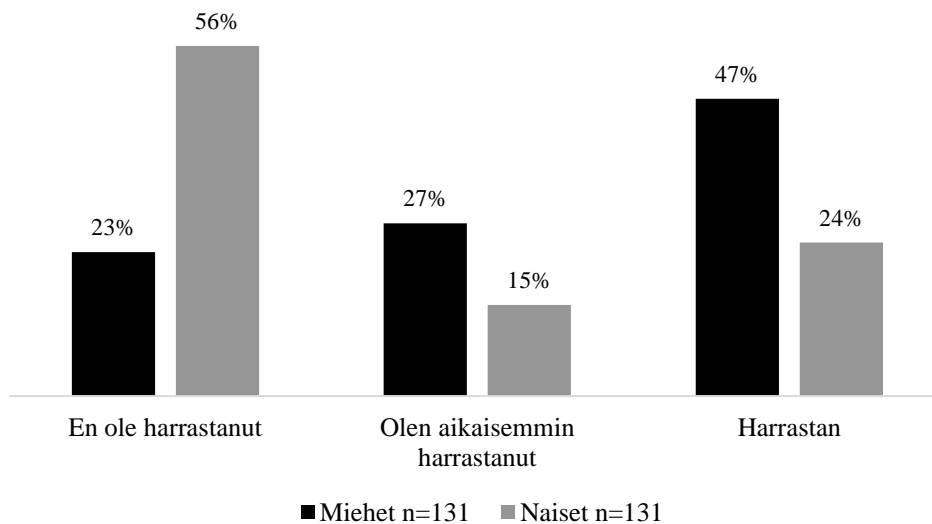
Muuttuja	Frekvenssi	%
Elämäntilanne		
Työssä	160	60
Yrittäjä	18	7
Työtön	11	4
Opiskelija/koululainen	59	22
Eläkeläinen	15	6
Varusmies	2	1
Ylin koulutusaste		
Peruskoulu/kansakoulu/keskikoulu	16	6
Ammattikoulu/amatillinen koulutus	48	18
Lukio/ylioppilastutkinto	28	11
Ammattikorkeakoulu/opisto	75	28
Korkeakoulu	95	36
Puuttuu	3	1

Happeen yleisö oli suhteellisen korkeasti koulutettua. Kolmannes (36 %) vastaajista ilmoitti korkeimmaksi koulutusasteekseen korkeakoulun, jolla tässä tapauksessa viitattiin yksinomaan

yliopistoon. Ammattikorkeakoulu ja opistotason koulutukset kattoivat yliopiston kanssa aineistosta noin kaksi kolmannesta (64 %). Vastaajien viidennes (18 %) oli käynyt korkeimpana koulutusasteenaan ammattikoulun. Sukupuolieroja vastaajien koulutusasteessa ei ollut. Vertailu pesäpallo-, jalkapallo- sekä yleisurheiluyhteisöprofiileihin ei ollut luotettavalla tavalla tämän muutujan kohdalla mahdollista.

6.1.3 Harrastus- ja salibandytausta

Omaehtoisesti salibandya harrasti aktiivisesti vastaajista noin kolmannes (36 %). Sen sijaan joko aiemmin tai nykyisellään salibandya omaehtoisesti harrastaneita oli 57 % vastaajista. Salibandytausta omaehtoisen harrastuksen osalta näyttää aineistossa lisäksi vahvasti sukupuolituneelta: naisissa joko nykyisellään tai aiemmin harrastaneiden yhteenlaskettu osuus oli vain 39 %, kun taas miehissä sama oli 75 %. Sukupuoliero salibandyn omaehtoisessa harrastamisessa oli tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p=0,000$). Omaehtoinen salibandyharrastus sukupuolen suhteen on havainnollistettu kuviossa 7.



KUVIO 7. Omaehtoinen salibandyharrastus ja sukupuoli ilman muu-kategoriaa (n=265, 13 puuttuvaa havaintoa).

Viidennes (20 %) vastaajista ilmoitti harrastavansa salibandya kilpailullisesti, kun taas joko aiemmin tai nykyisellään kilpailullisesti harrastaneita oli hieman yli kolmannes (38 %). Kilpaharrastus oli omaehtoisen harrastuksen tapaan riippuvainen vastaajan sukupuolesta: vähintään joskus kilpailullisesti harrastaneita miehiä oli 50 % ja naisia vain 24 %. Ero oli niin ikään tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p=0,000$).

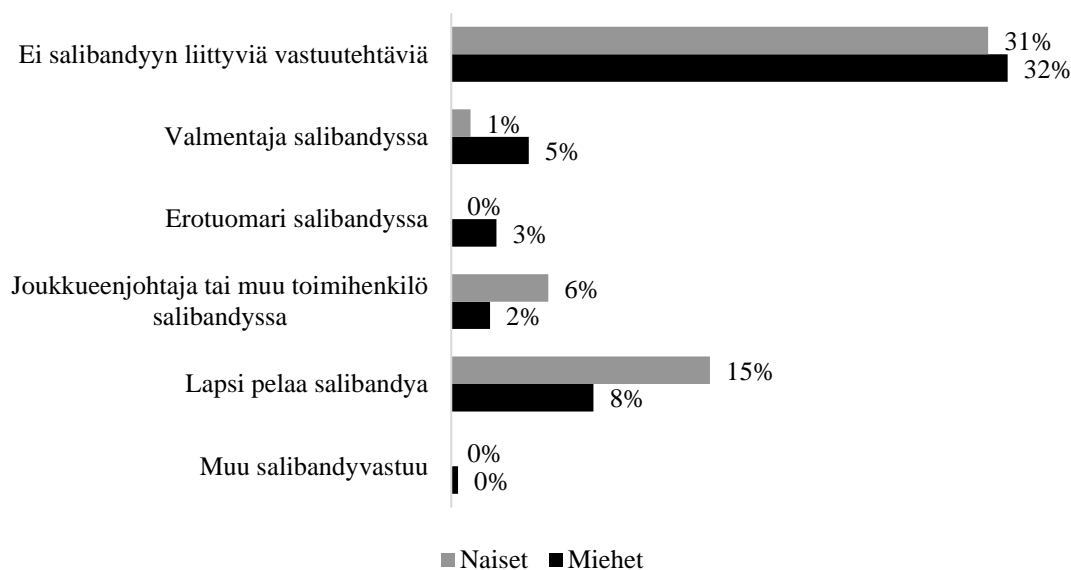
Kokonaisuudessaan vastaajista 33 % ilmoitti korkeimmasta sarjatasosta, jolla oli pelannut salibandya kilpailullisesti. Pieni osuus kilpailullisesti harrastaneista jätti vastaamatta kohtaan. Sen lisäksi vastaukset sarjataso-kysymykseen hylättiin koodausvaiheessa, mikäli edelliseen kysymykseen kilpailullisesta harrastuksesta oli vastattu kieltävästi. Näissä muutamassa tapauksessa vastaaja varmaankin tulkitse kohdassa tarkoitettavan mitä tahansa lajia. Kolmannes (37 %) sarjatason ilmoittaneista oli pelannut tai pelasi valtakunnallisessa sarjassa ja loput (63 %) korkeintaan jossakin alueellisista sarjoista. Naiset olivat miehiä paremmin edustettuina valtakunnallisissa sarjoissa pelanneissa, mutta tämä johtuneen naisten pienemmistä harrastajamääristä ja sen tähden pienemmistä sarjatasojen lukumäärästä naisissa (Salibandyliitto 2020c).

Salibandy omakohtainen harrastaminen oli vahvasti riippuvainen vastaajan iästä. Kun ikää tarkasteltiin kolmen ikäluokan kesken, huomattiin että 24-vuotiaat ja nuoremmat olivat selvästi aktiivisimpia nykyharrastajia sekä omaehtoisesti että kilpailullisesti, sitten tulivat 25-49-vuotiaat ja viimeisenä yli 50-vuotiaat. Alle 25-vuotiaat olivat parhaiten edustettuna myös, mikäli mukaan tarkasteluun otettiin aikaisemmin harrastaneet: kilpailullisesti vähintään joskus harrastaneita oli ikäluokassa 55 % ja omaehtoisesti 67 %. Vastaavasti 25-49-vuotiaissa vähintään joskus harrastaneita oli enää ainoastaan 41 % ja 63 %. Kilpailullisen salibandyharrastuksen yhteys ($C=0,33$, $p=0,000$) oli kolmen ikäluokan kanssa jonkin verran suurempi kuin omaehtoisen harrastuksen ($C=0,28$, $p=0,000$). Kuitenkin sekä kilpaharrastajat että omaehtoiset harrastajat näyttävät siis olleen yleisössä todennäköisemmin nuoria kuin vanhoja.

Aineistossa kahdella kolmesta (63 %) ei ollut minkäänlaista taustaroolia salibandyssä.⁷ Sen sijaan yleisimpiä ilmoitettuja rooleja oli lapsi pelaa (23 %), joukkueenjohtaja tai muu toimihenkilö (8 %) sekä valmentaja (6 %). Jopa lähes neljänneksellä vastaajista oli siis salibandyä harrastava lapsi. Vastaajista 4 % oli jättänyt rastimatta osiossa kaikki roolit, joten näiden osalta muuttujiin jätettiin puuttuva tieto. Vastaukset, joissa oli rastittu sekä ”lapsi pelaa” että ”ei ole” tulkittiin koodausvaiheessa siten, että ei ole -kohdan kyllä-vastaus jätettiin huomioimatta. Näissä vastaajat kokivat varmaankin, ettei heillä ollut varsinaista salibandyroolia, vaikka olivatkin salibandyvanhempia. Lapsi pelaa -kohdassa hyväksyttiin myös vastaukset, joissa asiaa oli selvennetty kirjoittamalla kohtaan lapsen lapsi. Tämä joukko sisälsi vanhempien lisäksi siis joitakin isovanhempia.

Kuten kuvio 8 osoittaa, salibandy maailman tuottajaryhmässä näyttäisi vallitsevan jonkinasteinen sukupuolijako aineiston perusteella. Lähes kaksi kolmesta niistä, joiden lapsi pelasi salibandyä, oli naisia. Khiin neliö -testin perusteella ($p=0,01$) sukupuoliero oli lapsen pelaamisessa tilastollisesti merkitsevä. Happeen katsomossa oli siis reilusti enemmän salibandyäitejä, kuin salibandyisiä. Tosin salibandyisiäkin oli kaikista vastaajista 8 %, eli sinällään huomattava määrä. Kaksi kolmesta (68 %) joukkueenjohtajasta tai muusta toimihenkilöstä oli niin ikään naisia, mikä oli tilastollisesti melkein merkitsevä havainto ($p=0,04$). Neljä viidestä valmentajasta (80 %) oli sen sijaan miehiä, mikä osoittautui myös tilastollisesti melkein merkitseväksi ($p=0,02$). Salibandy maailmaan ainoastaan penkkiurheilijana osallistuvien määrää voitiin arvioida yhdistelemällä omaehtoisen ja kilpaharrastuksen muuttajat sekä ei salibandyvastuita -muuttuja. Vastaajista tarkalleen neljännes (25 %) oli näin arvioituna niin sanotusti pelkkää penkkiurheilijoita salibandy maailmassa.

⁷ Valittavissa olleet salibandyroolit (6): ei ole, valmentaja, erotuomari, joukkueenjohtaja tai muu toimihenkilö, lapsi pelaa, muu salibandyvastuu. Vastaajaa ohjattiin ympyröivän kaikki itseään kuvaavat roolit.



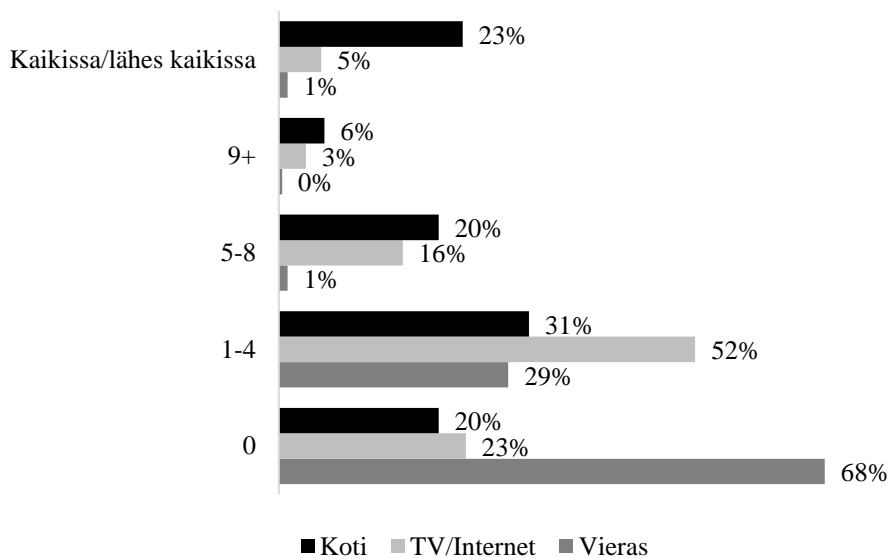
KUVIO 8. Salibandyyn liittyvät vastuutehtävät ja sukupuoli (% koko aineistosta, n=265, 14 puuttuvaa havaintoa).

Yksi viidestä (19 %) vastaajasta ilmoitti harrastavansa kilpaurheilua jossain muussa liikuntalajissa. Hieman suurempi osa muiden lajien kilpaurheilijoista oli miehiä naisiin verrattuna. Avoin kysymykseen annetut vastaukset koodattiin kansallisessa liikuntatutkimuksessa 2009-10 käytettyä lajiluokitusta hyväksikäyttäen. Luokitus koostui kestävyys-, voima-, taito- ja palloilulajien kategorioista. Eniten vastaajissa oli muiden palloilulajien harrastajia (13%). Huomionarvoista luokittelussa oli muun muassa, että yleisurheilu laskettiin kategoriaan taitolajit ja siten samaan kategoriaan esimerkiksi ratsastuksen ja enduron kanssa. Luokittelun olisi voinut tehdä siis monella muullakin tavalla, tosin käytetty luokittelu koettiin tässä riittäväksi. Useamman lajin ilmoittaneiden kohdalla muuttujan arvoksi annettiin ensimmäisenä mainitun lajin luokitus. Tällä kompromissilla ei ollut kuitenkaan käytännön merkitystä, sillä vain yhden vastaajan ilmoittamat lajit olisivat jakaantuneet kahteen eri luokkaan. Yksittäisistä lajeista eniten harrastajia oli vastaajissa jalkapallolla (10), jääkiekolla (7) sekä lentopallolla (4). Havainnoissa ei siis muiden lajien osalta ole juurikaan mitään yllättävää: kaikki kolme vastaajien eniten harrastamaa lajia kuuluvat seuraharrastajien määrällä mitattuna harrastetuimpien lajien joukkoon (Blomqvist ym. 2019; Nuori Suomi 2010; Kuntoliikuntaliitto 2009).

Salibandy-yleisössä jonkin verran pienemmällä osalla oli joko omaehtoinen tai kilpailullinen lajitausta pelaajana (57 %) kuin yleisurheiluyhteisössä (68 %). Jalkapallon Suomen Cupin finaalissa 2001 nykyisiä tai entisiä pelaajia oli yhteensä 62 %. Sen sijaan pesäpalloyleisössä lajia harrastaneita oli vain 41 %. (Mähönen 2008; Rasila & Salasuo 2002; Heimonen 2018) Tapaus- tutkimukset antavat siis viitteitä pienistä eroista lajitaustaisten osuuksissa eri lajien seuraajakunnissa.

6.1.4 Hapteen seuraaminen

Vastaajista vain hieman alle kolmannes kävi edellisellä kaudella vähintään puolessa kotiotteluista (29 %). Jopa puolet (51 %) vastaajista kävi korkeintaan keskimäärin noin joka viidennessä kotiottelussa. Sen sijaan hieman yllättävältäkin äkkiseltään näyttää, että vain kaksi kolmesta (68 %) vastaajasta ei käynyt viime kaudella yhdessäkään vierasottelussa. Yllättävää siitä tekee se, että Jyväskylää lähinnä olevat vieraspelit kaudella 2017-18 olivat noin 2h ajomatkan päässä Tampereella, Kuopiossa ja Lahdessa. Vieraspelimatkaajien verrattain suureen määrään lienee vaikuttanut kuitenkin yksittäisenä pelinä paljon huhtikuussa Helsingin Hartwall-Areenalla pelattu superfinaali. Vastaajien 1-4 vieraspelissä käyneessä kolmanneksessa (29 %) on siis syytä olettaa olevan monta ainoastaan superfinaalissa käynyttä. Etenkin kun viidessä tai useammassa vierasottelussa kävi vastaajista vain muutama prosentti. Edelliskauden kotiottelukäyntien, vierasottelukäyntien ja katsottujen TV- tai internetlähetyksen määriä vertaillaan kuviossa 9.

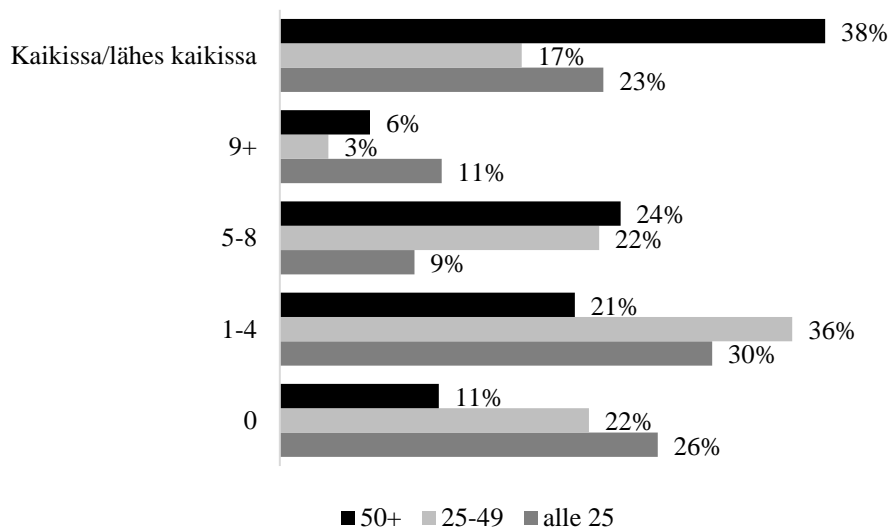


KUVIO 9. Käydyt koti- ja vierasottelut, sekä katsotut internet- tai TV-lähetykset edellisellä kaudella (n=264).

Vastaajissa oli siis noin kolmanneksen suuruinen aktiivinen seuraajajoukko (29 %), joka oli käynyt edellisellä kaudella katsomassa vähintään keskimäärin joka toisen kotiottelun. Vastaa- jien niukka enemmistö (51 %) oli toisaalta eri asteisia satunnaiskatsojia, joiden edellisellä kau- della käymien kotiotteluiden määrä oli jossain 1-8 välissä. Vastaajien viidennes (20 %) oli niin sanotusti kiinnostuneita ulkopuolisia, jotka eivät olleet käyneet edellisellä kaudella yhdessä- kään kotiottelussa. Otteluiden etäseuraaminen TV:n tai internetin välityksellä oli aineistossa selvästi kotiotteluiden paikanpäällistä seuraamista vähäisempää: vain noin 8 % vastaajista kat- soi noin joka toisen lähetyksen, jos laskuun otetaan ainoastaan lähetetyt vierasottelut ja super- finaali. Valtaosa aineistosta seuraa lähetyksiä siis satunnaisesti. Mikäli superfinaali selittää vie- raspeleihin edellisellä kaudella matkustaneiden määrää, niin on syytä olettaa, että vierasottelu- seuraaminen paikan päällä ei ole Hapteen seuraajissa kovin suosittua.

Tarkasteltaessa koti-, vieras- ja TV- tai internetseuraamisen välisiä korrelaatioita huomataan sekä kotiotteluiden ja vierasotteluiden ($r=0,43$, $p=0,000$), että kotiotteluiden ja TV- tai internet- seuraamisen ($r=0,53$, $p=0,000$) välillä tilastollisesti erittäin merkitsevät positiiviset korrelaatiot.

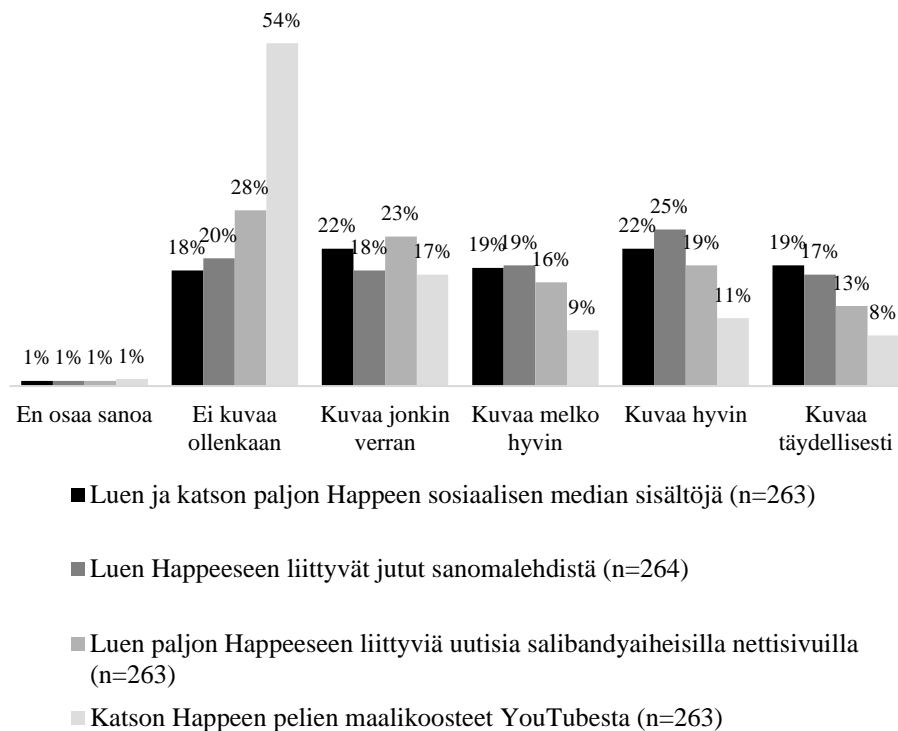
Eri seuraamismuodot siis ennustavat toisiaan: mitä enemmän vastaaja kävi seuraamassa Happeeta paikan päällä, sitä todennäköisemmin hän katsoi myös internet-lähetyksiä peleistä tai lähti katsomaan vieraspelejä. TV- tai internetlähetyksymyksessä problemaattiseksi osoittautui kaikista tai melkein kaikista -kategoria, sillä ristiintaulukointi paljasti esimerkiksi 11 vastaajan käyneen viime kaudella kaikissa kotiotteluissa ja silti katsoneen kaikki ottelut myös digitaalisesti. Vaikka älypuhelimet, suoratoistosovellukset ja nopeat mobiili-internetyhteydet mahdollistavat nykyään mediavälitteisen seuraamisen paikan päällä ottelussa, on ainakin osa vastaajista todennäköisesti tarkoittanut näissä tapauksissa kaikkia vierasotteluita, jolloin sopivampi vastaus olisi ollut todellisuudessa 9+. Näin oli yhdessä lomakkeessa vastausvaihtoehtojen viereen tarkennettukin. Kaikista tai melkein kaikista -vaihtoehdon uudelleenkodeaus osaksi 9+-vaihtoehtoa ei kuitenkaan muuta kotiotteluiden ja TV- tai internetlähetyksen välistä korrelaatiota.



KUVIO 10. Ikäluokat (3 luokkaa) ja kotiottelukäynnit edellisellä pelikaudella (n=264).

Sukupuolten osalta seuraaminen erosi tilastollisesti melkein merkitsevästi ($p=0,05$) TV- tai internetseuraamisessa, mutta muuten sukupuolten seuraaminen oli määrällisesti samankaltaista. Hieman suurempi osa miehistä (79 %) naisiin (75 %) verrattuna oli katsonut vähintään yhden ottelun etänä, mutta naisissa seuraaminen oli hieman miehiä tiheämpää. Ikä näyttää olleen yhteydessä eritoten kotiottelukäynteihin: selvästi aktiivisimmin Happeen kotiotteluissa olivat

edellisellä kaudella käyneet yli 50-vuotiaat. Kolmeen ikäluokkaan jaetuissa ikämuuttujaluokissa 24-vuotiaat ja nuoremmat olivat seuraamisaktiivisuudessaan niin ikään keskimmäistä ikäluokkaa aktiivisempia. Ikäluokkien ero oli kotiottelukäyntiaktiivisuudessa tilastollisesti merkitsevä ($C=0,29$, $p=0,01$). Affektiivisen sitoutumisen väittämät patteristossa 25-49-vuotiaat pitivät myös itseään selkeästi vähiten Happeen vakituisina seuraajina ($C=0,32$, $p=0,000$) tilastollisesti erittäin merkitsevästi, mikä tukee havaintoa siitä, että ikäluokka oli vähiten aktiivinen Happeen seuraamisessa. Iän ja kotiotteluseuraamisaktiivisuuden yhteys on esitetty kuviossa 10. Samanlainen trendi toistui myös iän ja TV- tai internetlähetyksen katselussa, mutta yhteys oli heikompi ja tilastollisesti ei-merkitsevä. Muiden lajien kilpailullinen harrastaminen ei näytä olleen yhteydessä kotiottelukäynteihin.



KUVIO 11. Välitetyn seuraamisen muotojen frekvenssit.

Likert-asteikolla mitatuista välitetyn seuraamisen muodoista Happeen sosiaalisen median sisältöjen ja Happee-aiheisen sanomalehtiutisoinnin seuraaminen oli suosituinta aineistossa (ks. kuvio 11). Nämä kaksi muotoa olivat suunnilleen yhtä suosittuja vastaajien keskuudessa. ”Luen

ja katson paljon Happeen sosiaalisen median sisältöjä” väite oli ainakin jonkin verran kuvaava 81 % vastaajista kohdalla. Niin ikään myös hyvin suuri osa (79 %) koki väitteen ”Luen Happeeseen liittyvät jutut sanomalehdistä” vähintään jonkin verran kuvaavaksi. Salibandysivustoilla tapahtuvan Happee-aiheisen uutisoinnin aktiivista seuraamista piti sen sijaan vähintään jonkin verran itseään kuvaavana 71 % vastaajista. Happeen maalikoosteiden katselun YouTube:ssa koki vähintään jonkin verran itseään kuvaavaksi taas ainoastaan 45 % vastaajista. Vähintään hyvin itseään kuvaavana aktiivista sosiaalisen median seuraamista piti 40 % ja sanomalehtiutisoinnin seuraamista 42 % vastaajista. Ainoastaan 31 % piti salibandysivustojen Happee-uutisoinnin seuraamista ja vain 19 % YouTube-maalikoosteiden katsomista vähintään hyvin kuvaavana.

Välitetyn seuraamisen muotojen kohdalla mielenkiintoiseksi muodostuu etenkin ikävertailu, koska iän ajatellaan määrittävän paljon erilaisten tiedotusvälineiden käyttöä. Iällä oli vastaajissa hieman vaikutusta siihen, millaiset välitetyn seuraamisen muodot olivat suosittuja. Ikäluokkien ja sosiaalisen median sisältöjen välinen korrelaatio oli aineistossa negatiivinen, mutta vahvuudeltaan vain melko heikko ($r = -0,18$, $p = 0,003$). Vastaavasti ikäluokat korreloivat sanomalehtiutisoinnin seuraamisen kanssa positiivisesti, mutta myös jokseenkin heikosti ($r = 0,25$, $p = 0,000$). Sanomalehtiutisoinnin kuluttaminen painottui siis vanhempien katsojien kohdalla hieman sosiaalisen median kanavien sisältöjen kustannuksella ja päinvastoin. Suurimmat erot muuttujissa paljastuivat ristiintaulukoinnissa esiintyvän sekä vanhimpien (60-69 ja 70+), että nuorimpien (10-19 ja 20-29) ikäluokkien kohdalla. Väliin jäivät ikäluokat (30-59) kuluttivat sekä sosiaalisen median sisältöjä että sanomalehtiutisointia. Sen sijaan Happeen maalikoosteiden katselun ja uutisten nettisivulukemisen kohdalla ikäerot olivat jokseenkin olemattomia.

Sukupuolieroja ei välitetystä seuraamisesta ollut lukuun ottamatta YouTube-koosteiden seuraamista: miehet katsoivat maalikoosteita naisia aktiivisemmin ($C = 0,30$, $p = 0,000$). Miehet olivat siis kiinnostuneempia otteluiden tapahtumista ja niiden uudelleenelämisestä videomuodossa otteluiden jälkeen. Tämä on sinällään mielenkiintoista, koska esimerkiksi salibandysivustojen Happee-uutisoinnissa vastaavaa sukupuolieroja ei ollut. Myös TV- tai internetseuraamisessa sukupuolieroja ei ollut juurikaan havaittavissa.

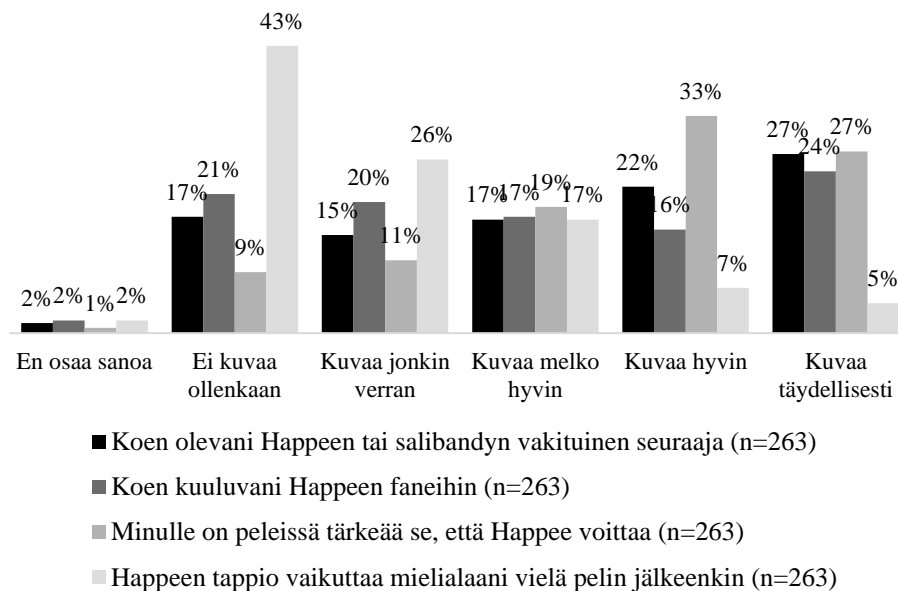
Otettaessa likert-asteikolla mitatut välitetyn seuraamisen muodot mukaan seuraamismuotojen väliseen korrelaatiotarkasteluun huomataan, että lähes kaikkien seuraamismuotojen välillä oli tilastollisesti erittäin merkitsevä positiivinen korrelaatio ($r=0,27-0,73$, $p=0,000$). Ei ollut siis niin, että esimerkiksi maalikoosteiden katselu internetissä olisi vähentänyt Happee-uutisoinnin seuraamista lehdistä, vaan seuraamissuhteen syveneminen kasvatti kuluttamisen määrää keskimäärin myös välitetyn seuraamisen osalta. Toki vahvimmat korrelaatiot esiintyivät esimerkiksi salibandysivustojen uutisoinnin ja sosiaalisen median sisältöjen ($r=0,73$, $p=0,000$) sekä muiden digitaalisten seuraamismuotojen välillä. Näin seuraaminen jossakin sähköisessä muodossa ennusti enemmän seuraamista muissa sähköisissä muodoissa, kuin esimerkiksi paikan päällä tai lehtiutisoinnin kautta. Liitteessä 2 on esitetty korrelaatiomatriisissa kaikkien seuraamismuotojen väliset korrelaatiokertoimet.

Mikään salibandy maailman yleisimmiksi tuottavan kuluttamisen muodoiksi tulkituista aktiviteeteista ei ollut kovin suosittua vastaajissa. Vedonlyönnin näkökulmasta salibandy katsomista piti vähintään jonkin verran itseään kuvaavana 22 % vastaajista, mikä tekee vedonlyönnistä näistä muodoista suosituinta. Vedonlyönnin näkökulmasta seuraamista piti kuitenkin itseään vähintään hyvin kuvaavana ainoastaan 6 % vastaajista. Mielenkiintoista sen sijaan internetin vuorovaikutteisen käytön alueella oli muun muassa, että kirjoittelu keskustelufoorumeilla oli twiittailua ja muuta somekeskusteluun osallistumista suosituempaa. Foorumeilla kirjoittelua piti itseään vähintään jonkin verran kuvaavana 19 % ja somekeskusteluihin osallistumista 15 % vastaajista. Kuitenkin vähintään hyvin kuvaavana piti foorumikirjoittelua ainoastaan 2 % ja twiittailua 4 %. Ero tässä oli varmaankin siis marginaalinen.

6.1.5 Affektiivinen suhde Happeeseen ja salibandy maailman tuntemus

79 % vastaajista ilmoitti Happeen suosikkijoukkueeseen. Tosin vain 40 % omisti yhden tai useamman Happeen fanituotteen. Väittämää ”Koen olevani Happeen tai salibandy vakituinen seuraaja” piti vähintään jonkin verran kuvaavana 80 % vastaajista. Kuulumista Happeen faneihin piti vähintään jonkin verran kuvaavana 77 %. Vähintään hyvin kuvaavana näitä piti järjestyksessä 49 % ja 40 % vastaajista. Väitteiden välinen korrelaatio oli verrattain korkea ($r=0,71$,

$p=0,000$). Suuri osa vakituksena seuraajana itseään pitäneistä piti itseään siis myös fanina. Fanius ei yhteyden perusteella näyttäisi kantavan Hapteen yleisössä erityisiä ekspressiiviseen ja distinktiiviseen fanikulttuuriin viittaavia merkityksiä. Faniuteen näyttäisi Hapteen seuraajissa liittyvän toisaalta vahvasti erilaisten seuratuksin varustettujen fanituotteiden kuluttaminen: omistettujen fanituotteiden määrä oli selvästi yhteydessä faniksi identifioitumiseen ($r=0,49$, $p=0,000$). Väittämää ”Minulle on peleissä tärkeää se, että Haptee voittaa” piti vähintään jonkin verran kuvaavana jopa 90% vastaajista ja vähintään hyvin kuvaavana 60%. Väittämien frekvenssejä on kuvattu kuviossa 12.



KUVIO 12. Affektiivista suhdetta kuvaavien väittämien frekvenssejä.

Urheilufaniuden tärkeimpiin tunnuspiirteisiin kuuluu vahva emotionaalinen investoiminen fanituksen kohteeseen, mistä seuraa sen voittojen ja tappioiden myötäeläminen (ks. esim. Heino-nen 2004). Erityisen hyvin sitoutumisen tasoa voidaan katsoa mittaavan juuri tappioihin samaistuminen, sillä urheilufaniuden keskeisiin koodeihin kuuluu kannattaminen niin sanotusti ”sekä myötä että vastamäissä” (Doyle ym. 2017). Väittämää ”Hapteen tappio vaikuttaa mieli-alaani vielä ottelun jälkeenkin” piti vähintään jonkin verran kuvaavana vastaajista 54 % ja vähintään hyvin kuvaavana 11 %. Vahvasti emotionaalisella tasolla Happeeseen oli vastaajista

sitoutunut siten noin kymmenyksen kokoinen vähemmistö. Hieman alle puolen kohdalla Hapteen otteet kentällä olivat sen sijaan siinä määrin yhdentekeviä, ettei hävitty ottelu vaikuttanut ollenkaan heidän mielentilaansa enää ottelun jälkeen.

Kaikista vähiten kuvaavana vastaajat pitivät affektiivista suhdetta mitanneessa patteristossa väitettä ”Häiritsen/ osoitan mieltäni vastapuolen pelaajille/ tuomarille usein”, jota piti vähintään jonkin verran kuvaavana ainoastaan 21 % ja vähintään hyvin kuvaavana vain 4 % vastaajista. Vähintään jonkin verran kuvaavana väitettä piti selvästi eniten alle 25-vuotiaat (34 % ikäluokasta), vaikka kaikista aktiivisimmissä ”huutelijoissa” oli eniten 25-49-vuotiaita (6 % ikäluokasta). Sukupuolisidonnaisuutta tällaisessa toiminnassa ei ollut havaittavissa. Kaiken kaikkiaan siis vain noin joka viides vastaaja oli purkanut suuttumustaan verbaalisesti otteluissa, eikä kovin moni sitä tehneistä tehnyt tätä usein. Vastustajille tai tuomarille huutelun ei näytä siis kuuluneen Hapteen yleisön tapoihin, etenkin yli 25-vuotiaiden joukossa. Mainitsemisen arvoista kuitenkin on, että affektiivista sitoutumista mittaavien väittämien välisessä korrelaatiomatriisissa vastustajille ja tuomarille huutelu korreloi vahvimmin juuri ”Hapteen tappio vaikuttaa mielialaani vielä ottelun jälkeenkin” -väitteen kanssa ($r=0,42$, $p=0,000$). Toiseksi vahvimmin se korreloi kannustamiseen osallistumisen laulamalla tai rummuttamalla kanssa ($r=0,38$, $p=0,000$).

Seuraamisen tiheyttä tarkasteltaessa todettiin 25-49-vuotiaiden käyvän tätä ikäluokkaa nuorempia ja vanhempia vastaajia vähemmän kotiotteluissa. Tämä heijastuu myös sitoutumista Hapeseen kuvaavissa väittämässä: vakituiseksi seuraajaksi identifioituminen oli vähäisempää 25-49-vuotiailla muihin verrattuna tilastollisesti merkitsevästi. Hienoinen ero oli myös havaittavissa muissa affektiivista suhdetta kuvaavissa väittämässä. Vähintään jonkin verran kuvaavana väitettä pitäviä oli suhteellisesti vähiten 25-49-vuotiaissa jo mainitun lisäksi väitteissä ”Hapteen tappio vaikuttaa mielialaani vielä pelin jälkeen”, ”Minulle on peleissä tärkeää se, että Haptee voittaa” sekä ”Minulla on suosikkipelaaja, jonka otteita seuraan peleissä erityisesti”. Lisäksi käänteisesti esitetyssä väittämässä ”En koe Happeeta erityisen tärkeäksi asiaksi elämäksäni” oli vähintään jonkin verran kuvaavana pitävissä vastaajissa suhteellisesti eniten 25-49-vuotiaita. Niissäkin väitteissä, joissa vähintään jonkin verran kuvaavana pitäviä ei ollut ikäluokassa suhteellisesti vähiten, oli ikäluokka kuitenkin suhteellisesti vähiten edustettuna vähintään hyvin kuvaavien joukossa. Näitä oli esimerkiksi ”Pidän itseäni Hapteen fanina” ja ”Osoitan

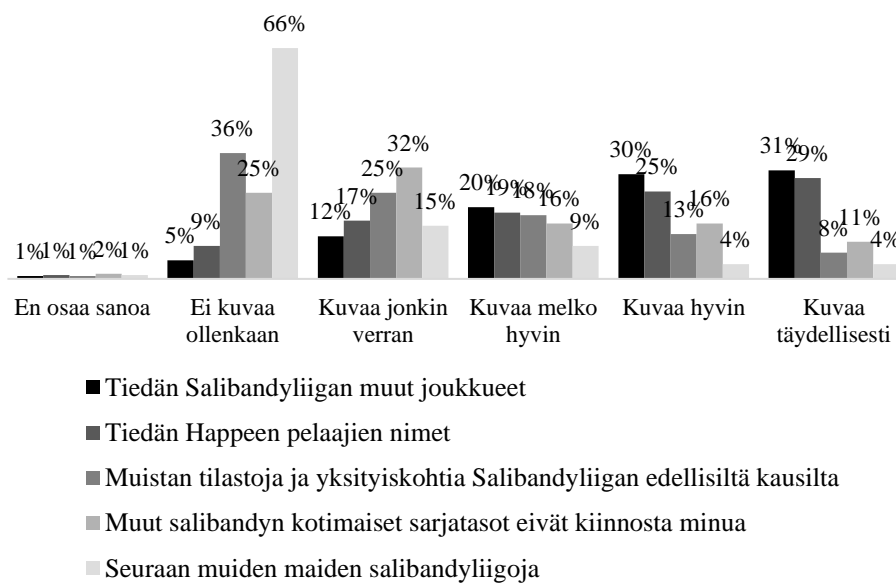
suosiotani kotijoukkueen onnistumisille usein”. Iän ja affektiivisen suhtautumisen välisestä yhteydestä voitaneen siis sanoa, että 25-49-vuotiailla affektiivinen suhde Happeeseen oli nuorempia ja vanhempia etäisempi.

Vastaajista 93 %:n mielestä sekä ”Osaan salibandyn säännöt mielestäni hyvin” että ”Ymmärrän salibandyn pelillisiä taktiikoita” olivat vähintään jonkin verran kuvaavia. Vähintään hyvin kuvaavia väitteet olivat sen sijaan sääntöjen osalta 57 %:n kohdalla ja taktiikoiden osalta 55 %:n kohdalla. Niin ikään ”En usein ymmärrä salibandyyn liittyviä sanoja tai termejä” oli korkeintaan ei ollenkaan kuvaava 57 %:n kohdalla. Salibandyn sääntöjen, taktiikoiden ja termien voisi siis sanoa olleen yleisöllä verrattain hyvin hallussa. Omaehtoinen harrastus oli suhteellisen vahvassa yhteydessä sekä sääntöjen ($C=0,40$, $p=0,000$) että taktiikoiden ($C=0,45$, $p=0,000$) osamiseen. Omaehtoinen harrastus oli tilastollisesti merkitsevästi yhteydessä ($C=0,32$, $p=0,000$) myös salibandytermien ymmärtämiseen. Harrastustaustalla näyttäisi siis olleen merkitystä siinä, kuinka syvällä lajikoodeissa ollaan. Lajikoodeihin liittyvien väittämien frekvenssit on koottu kuvioon 13.



KUVIO 13. Salibandymaailman ymmärrys. Lajikoodeihin liittyvien väittämien frekvenssit.

Yksi osion väittämistä koski salibandypelien seuraamista siten, että pelin tilanteita vertaillaan vastaaviin suorituksiin tai tilanteisiin muissa lajeissa. Tämän väitteen esittäminen perustui siihen Holtin (1995) esittämään huomioon, että sosiaalistuttaessa jonkin uuden lajin seuraajaksi pelin tulkitsemistapa liikkuu enenevässä määrin kohti lajimaailmalle spesifejä koodeja: lajimaailmaan vielä sosiaalistumattoman osalta tämä tarkoittaa sitä, että pelitilanteita tulkitaan käyttämällä omaa jo olemassa olevaa urheilun tulkitsemisen kehikkoa, eli käytännössä esimerkiksi verrataan erilaisia lajisuorituksia niiden lajien suorituksiin, jotka ovat tutumpia. Vähintään jonkin verran kuvaavana väitettä piti aineistossa 59 % ja vähintään hyvin kuvaavana 18 %. Havainto asettuu mielenkiintoiseksi, koska yleisön salibandyharrastuneisuudesta edellä todetun perusteella on selvää, että osa lajitaustaisistakin tulkitsi siten peliä käyttäen muista lajeista lainattuja tulkintamalleja. Itse asiassa tutkittaessa omaehtoisen lajiharrastuksen ja vertailuväittämän välistä suhdetta käy ilmi, että harrastustaustaiset tulkitsivat peliä jopa muita enemmän muiden lajien näkökulmista ($C=0,30$, $p=0,000$).



KUVIO 14. Salibandy maailman ymmärrys. Salibandy maailmaan yleisemmin liittyvien kysymysten frekvenssit.

Puhtaiden lajikoodien sijaan yleisempää salibandymaailman kulttuurista tuntemusta mitan-
neista väitteistä ”Tiedän Salibandyliigan muut joukkueet” (93 %) sekä ”Tiedän Happeen pelaajien nimet” (89 %) olivat eniten vähintään jonkin verran kuvaavia aineistossa (ks. kuvio 14). Vähintään hyvin edellinen kuvasi 61 % vastaajista ja jälkimmäinen 54 %. Vaikka katsojien viidennes (20 %) ei ollut käynyt edellisenä vuonna yhdessäkään kotiottelussa, oli ”täysien maalikkojen” osuus siis melko pieni, ainakin mitä tulee Happeeseen ja salibandyliigaan liittyvään tietämykseen. Nimituntemuksen perusteella voitaneen sanoa, että tämä täysin ulkopuolisten ryhmä oli noin kymmenyksen kokoinen, koska 11 % vastaajista vastasi Happeen pelaajien nimitietämysväittämään ”En osaa sanoa” tai ”Ei kuvaa ollenkaan”. Vähiten kuvaavia osion väittämistä oli aineistossa ”Muistan tilastoja ja yksityiskohtia Salibandyliigan edellisiltä kausilta” sekä ”Seuraan muiden maiden salibandyliigoja”. Näissä vähintään jonkin verran kuvaava väittämä oli ensimmäisessä 63 %:n ja toisessa 33 %:n kohdalla. Vähintään hyvin kuvaava väittämä oli ainoastaan 20 %:n kohdalla ensimmäisessä ja 8 %:n kohdalla toisessa. Kiinnostus salibandymaailmaan oli siis vastaajissa hyvin harvoin niin syvää, että se olisi johtanut myös muiden maiden salibandysarjojen aktiiviseen seuraamiseen.

Käänteistä väittämää ”Muut salibandyn kotimaiset sarjatasot eivät kiinnosta minua” piti vähintään jonkin verran kuvaavana ainoastaan 73 %. Noin 25 %:n kohdalla se ei kuvannut ollenkaan, joten aineistossa noin joka neljännen voidaan katsoa olleen todella kiinnostunut myös divarisaalibandyistä. Mikäli mukaan otetaan ”kuvaa jonkin verran” -vastaukset, oli alemmista sarjatasoista niin sanotusti ainakin jossain määrin kiinnostuneita jo 56 % vastaajista. Toisaalta muuhun kysymyspatteristoon verrattuna käänteisellä logiikalla esitettyjen väittämisen tuloksiin on syytä suhtautua varauksella, sillä niitä ei saateta ymmärtää välttämättä käänteisiksi, etenkin jos lomakkeeseen vastataan kiireessä.

Harrastustaustalla oli sääntöjen, taktiikoiden ja termien lisäksi merkittävä positiivinen yhteys myös salibandymaailman laajempaan ymmärrykseen. Tilastollisesti merkitseviä yhteyksiä omaehtoisella harrastuksella oli muiden salibandyliigajoukkueiden tietämisen ($C=0,34$, $p=0,000$), edellisten kausien yksityiskohtien muistamisen ($C=0,29$, $p=0,000$), muiden kotimaisten sarjatasojen seuraamisen ($C=0,19$, $p=0,04$) sekä muiden maiden salibandyliigojen seuraamisen ($C=0,33$, $p=0,000$) kanssa. Iällä näyttäisi olleen myös yhteys isoon osaan salibandytietoa mittaavista väittämistä siten, että kolmesta ikäluokasta 24-vuotiailla ja nuoremmilla tietämys

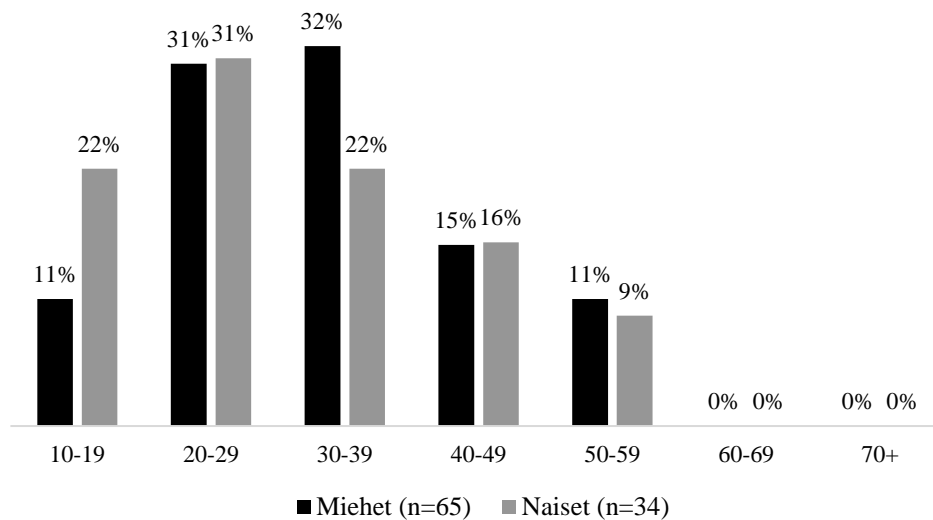
oli paras, 25-49-vuotiailla toiseksi paras ja yli 50-vuotiailla vähäisin. Oikeastaan ainoastaan pelin tulkitsemisessa muiden lajien näkökulmista nuorin ja keskimäinen ikäluokka olivat jokseenkin tasaväkisiä. Ikämuuttajan yhteys salibandytietämykseen ei kuitenkaan ollut yhtä vahva, kuin harrastuksen tai salibandytietämyksen. Tilastollisesti merkitsevät negatiiviset korrelaatiot ikäluokkamuuttujalla oli ainoastaan sääntöjen osaamisen ($r=-0,20$, $p=0,000$), taktiikoiden osaamisen ($r=-0,21$, $p=0,000$) sekä liigajoukkueiden tietämisen ($r=-0,18$, $p=0,004$) kanssa. Iän vaikutuksen voidaan katsoa liittyneen tässä kuitenkin selvästi nimenomaan salibandyharrastuneisuuteen: nuoremmat katsojat tunsivat salibandy maailmaa vanhempiaan paremmin, sillä he olivat harrastaneet salibandya keskimäärin vanhempia katsojia enemmän.

6.1.6 Katsojafiguurit

Tarkastelemalla vastaajien demografisia tietoja, suhteen rakentumista salibandyn sosiaaliseen maailmaan, Hapteen seuraamisen tapoja ja määrää, affektiivista suhdetta Happeeseen sekä salibandy maailman kulttuuristen koodien ymmärrystä on edellä luotu niin sanottu Hapteen yleisöprofiili. Yleisöprofiilissa on analyysin perusteella erotettavissa myös erilaisia katsojatyyppejä. Tyyppejä voisi kutsua myös katsojafiguureiksi. Käsite on oikeampi kuin esimerkiksi jaottelu, sillä tyypittely ei ole kokonaisuudessaan tyhjentävä, vaikka melko kattavan kuvauksen se vastaajista tarjoaakin. Tässä mielessä ryhmittely eroaa useimmista penkkiurheilututkimuksessa aiemmin luoduista katsojaluokitteluista (ks. esim. Crawford 2003; Giulianotti 2002). Se vastaa ehkä enemmän Heinilän (2000) urheiluyleisötyypittelyä, jossa ryhmät eivät lähtökohtaisesti ole toisiaan poissulkevia eikä tyypittely ole tyhjentävä. Tärkeimpänä teoreettisena viitekehystenä tyypittelyssä on kuitenkin Kosken (2004) määrittelemät liikunnan sosiaaliseen maailmaan osallistumisen tavat. Katsojafiguurien eli entisen tai nykyisen kilpaharrastajan, salibandyvanhemman ja pelkän penkkiurheilijan, voidaan katsoa tämän aineiston kontekstissa edustavan kolmea toisistaan eroavaa salibandysuhteen rakentumisen tapaa. Näiden voidaan katsoa vastaavan sovelletusti Kosken (2004) määrittelemiä liikuntasuhteen rakentumisen osa-alueita lukuun ottamatta sportisointia (ks kuvio 2).

Entinen tai nykyinen kilpaharrastaja. Joko nykyisellään tai aikaisemmin salibandya kilpailullisesti harrastavien ryhmä käsitti 38 % kaikista vastaajista. Kilpaharrastaja oli yleisössä puolet

suuremmalla todennäköisyydellä mies kuin nainen. Ryhmästä 67 % oli miehiä. Nykyisellään harrastavissa naisia oli suhteellisesti muutama prosentti aikaisemmin harrastaneita enemmän. Kilpaharrastajissa naiset olivat pelanneet miehiä suuremmalla todennäköisyydellä valtakunnallisessa sarjassa, mikä johtuneen pääasiassa eroista harrastajamäärissä ja sarjajärjestelmissä sukupuolten välillä. Kilpaharrastaminen korreloi iän kanssa negatiivisesti: mitä nuorempi Hapteen katsoja oli, sitä todennäköisemmin tämä harrasti tai oli harrastanut salibandya kilpailullisesti. Alle 10-19-vuotiaista vastaajista jopa 75 %:lla oli ollut tai oli kilpaharrastus ja se oli siten parhaiten harrastajissa edustettuna oleva ikäluokka. Myös korkein sarjataso oli riippuvainen kilpaharrastajan iästä: mitä nuorempi harrastaja oli, sitä todennäköisemmin tämä oli pelannut valtakunnallisessa sarjassa. Yhtäkään yli 60-vuotiasta kilpailullisesti harrastavaa tai joskus harrastanutta ei aineistossa ollut. Todennäköisimmin kilpaharrastaja oli aineistossa 20-29-vuotias (30 %). Miehet olivat kilpaharrastajien ryhmässä keskimäärin hieman naisia vanhempia, muttei tilastollisesti merkitsevästi. Ikäluokkien suhteelliset osuudet miesten ja naisten ryhmissä kilpaharrastajissa ovat esitetty kuviossa 15.



KUVIO 15. Miesten ja naisten suhteellinen ikäjakauma kilpaharrastajien ryhmässä (n=99).

Kilpaharrastaja tunsi keskimäärin muita katsojia paremmin salibandy maailmaa. Yhteydet salibandy maailman tiedollisen ymmärryksen väittämätöissä olivat kilpaharrastuksen kohdalla lähes kauttaaltaan omaehtoista harrastamistakin vahvempia. Yhteydet sääntöjen (C=0,47,

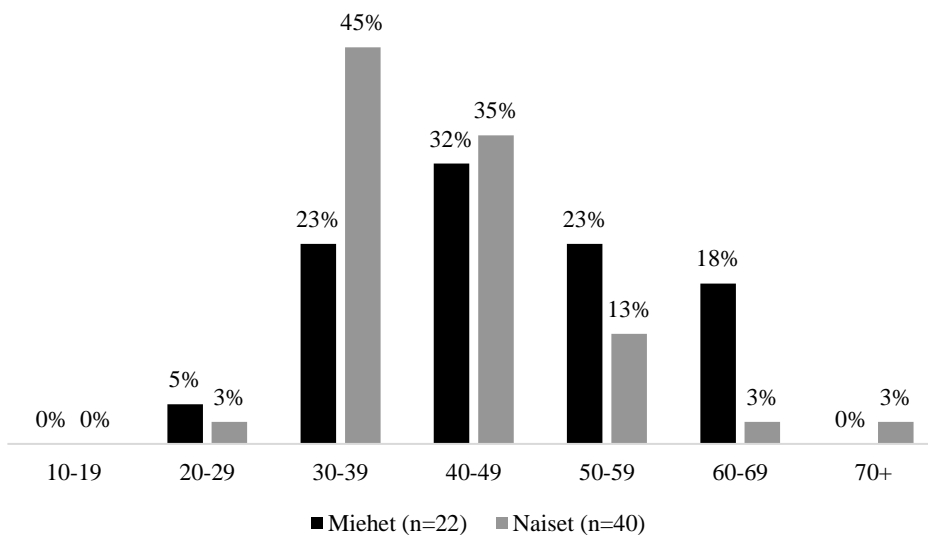
$p=0,000$), taktiikoiden ($C=0,46$, $p=0,000$) ja termien ($C=0,32$, $p=0,000$) itseraportoituun osamiseen olivat vahvoja. Myös yleinen salibandymaailman ymmärrys oli kilpaharrastajilla muita katsojia syvempää. Eniten kilpaharrastus vaikutti positiivisesti muiden liigajoukkueiden tietämiseen ($C=0,36$, $p=0,000$), edellisten kausien yksityiskohtien muistamiseen ($0,32$, $p=0,000$) sekä muiden maiden sarjojen seuraamiseen ($C=0,25$, $p=0,002$). Tilastollisesti ei-merkitseviä yhteyksiä kilpaharrastuksella ei salibandymaailman ymmärryksen väittämätöissä ollut.

Sen sijaan affektiiviseen suhtautumiseen Happeeseen kilpaharrastuksella ei näytä olleen positiivista vaikutusta. Itse asiassa kilpaharrastajat osallistuivat hieman muita vähemmän esimerkiksi tunnelman luomiseen peleissä, muttei tilastollisesti merkitsevästi. Toisaalta kilpaharrastajat pitivät itseään hieman enemmän Happeen vakituisina katsojina, muttei senkään osalta tosin tilastollisesti merkitsevästi. Yleisesti ottaen kilpaharrastajat eivät eronneet muista katsojista affektiivisessä sitoutumisessaan juurikaan. Tämä oli sinällään jopa hieman yllättävää, sillä salibandytiedon puolella kilpaharrastajilla oli muun muassa parempi tietämys Happeen pelaajien nimistä ($C=0,21$, $p=0,01$).

Kilpaharrastaja ei kuluttanut Happeeta muita enempää paikan päällä. TV- tai internetlähetysten seuraamiseen sekä omakohtainen että kilpailullinen harrastus näyttää sen sijaan olleen positiivisessa yhteydessä, mutta tosin, että ainoastaan omakohtaisen harrastuksen vaikutus oli tilastollisesti melkein merkitsevä ($C=0,18$, $p=0,04$). Itse asiassa kilpaharrastajien kulutusmäärät digitaalisissa medioissa olivat muihin verrattuna suurempia kautta linjan: kilpaharrastajat näyttäisivät seuranneen muita enemmän Happeen sosiaalisen median sisältöjä ($C=0,23$, $p=0,007$) ja Happeeseen liittyviä uutisia salibandyaiheisilla sivustoilla ($0,20$, $p=0,03$) sekä etenkin katsoneiden enemmän maalikoosteita YouTubesta ($C=0,28$, $p=0,000$). Tuottavissa kuluttamisessa kilpaharrastajat olivat hieman muita paremmin edustettuna, mutta eivät kuitenkaan tilastollisesti merkitsevästi.

Salibandyvanhempi. Vastaajista 23 % ilmoitti olevansa salibandya pelaavan lapsen vanhempi. Salibandyvanhempi oli aineistossa noin puolet todennäköisemmin äiti (65 %) isään verrattuna (35 %). Valtaosa salibandyvanhemmista (74 %) oli 25-49-vuotiaita. Tosin yli 50-vuotiaat olivat

ryhmässä vain hieman alle 50-vuotiaita huonommin edustettuina. Salibandyisät olivat keskimäärin hieman salibandyäitejä vanhempia, muttei tilastollisesti merkitsevästi. Miesten ja naisten ikäjakauma salibandyvanhempien ryhmässä löytyy kuviosta 16. Salibandyvanhemmuus yhdistyi aineistossa melko usein vapaaehtoistehtäviin salibandyn parissa: salibandyvanhemmista 32 % oli valmentajia tai joukkueenjohtajia. Myös suurin osa kyseisissä vapaaehtoisrooleissa toimivista oli aineistossa salibandyvanhempia (56 %). Mainitsemisen arvoista salibandyvanhempien lajisuhteessa oli, että vain noin joka viidennellä (19 %) oli taustalla salibandyn kilpaharrastus. Verrattuna muihin (46 %) salibandyvanhempi oli harrastanut itse salibandya kilpailullisesti paljon epätodennäköisemmin aineistossa.

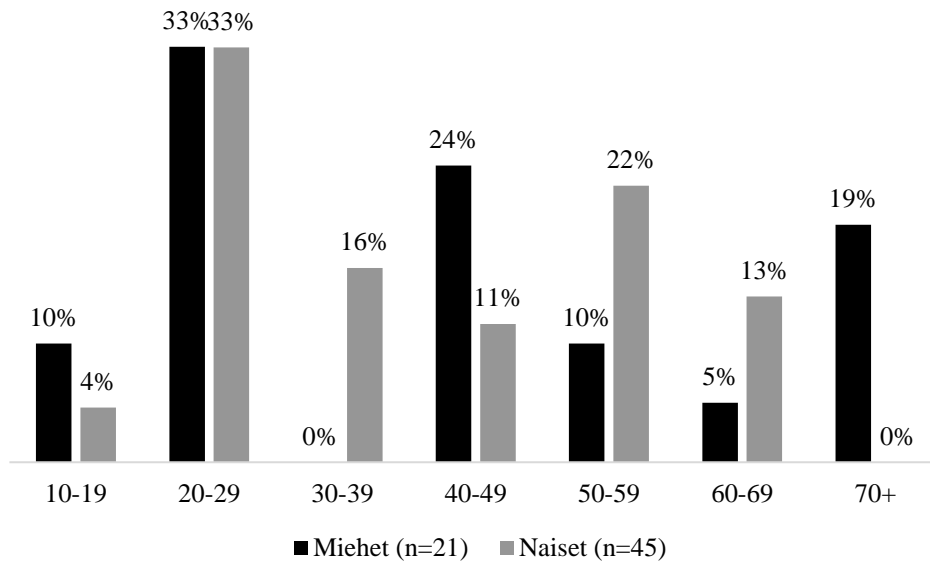


KUVIO 16. Miesten ja naisten suhteellinen ikäjakauma salibandyvanhemmissa (n=62).

Salibandyvanhemmat vierailivat kotiotteluissa ja lukivat Happeeseen liittyviä uutisia salibandyaiheisilla sivustoilla hieman muita aktiivisemmin, muttei tilastollisesti merkitsevästi. Ainoa kulutusmuoto, jossa vanhemmat erottuivat selkeästi muista katsojista, oli fanituotteet: he omistivat keskimäärin selvästi lukumääräisesti muita enemmän Happeen fanituotteita ($C=0,25$, $p=0,000$). Toisaalta mikäli vapaaehtoisena toimivasta vanhempien kolmanneksesta (32%) moni laski joukkueensa kautta hankitut seuratekstiilit fanituotteiksi, ei tästä yhteydestä ei liene paljoa tulkittavissa. Happee-utisoinnin hieman normaalia aktiivisempi nettisivuseuraaminenkin voi

olla selitettävissä joukkueenjohtajien ja valmentajien suurella osuudella vanhemmissa. Näihin päätelmiin viittaa etenkin se, että affektiivisen suhtautumisen alueella vanhemmat eivät näyttäisi olleen muita sitoutuneempia Happeeseen. Esimerkiksi happeen faniksi vanhempi ei keskimäärin identifioitunut muita vahvemmin. Salibandymaailman tiedolliseen hallitsemiseen salibandyvanhemmuus ei näyttäisi olleen yhteydessä. Ainoastaan kiinnostus muita salibandyn kotimaisia sarjatasoja kohtaan oli hieman muita suurempi, muttei tilastollisesti merkitsevästi. Tämä saattaa johtua siitä, että kysymyksessä muilla sarjatasoilla tulkittiin tarkoitettavan myös juniorien sarjoja, joissa suurimman osan lapsista voi aineistossa olettaa pelanneen.

Pelkät penkkiurheilijat. Salibandymaailmaan ainoastaan katsojan roolissa osallistuvia eli ”pelkkiä penkkiurheilijoita” oli vastaajissa 25 %. Pelkkien penkkiurheilijoiden ryhmässä ei otettu nimestä huolimatta huomioon harrastuksia muissa lajeissa, vaan kyse oli suhteen rakentumisesta nimenomaan salibandymaailmaan penkkiurheilijana. Kilpailullisesti jotain muuta lajia harrastavia ryhmässä oli 14 %. Kaksi kolmesta (68 %) pelkästä penkkiurheilijasta oli naisia. Sukupuoliero oli tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p=0,000$). Pelkkien penkkiurheilijoiden ikäjakauma osoittautui varsin mielenkiintoiseksi etenkin verrattuna muiden katsojien ikäjakamaan. Muun yleisön valtaosa (63 %) sijoittui kolmijakoisen ikäluokittelun keskimmäiseen 25-49-ikäluokkaan, kun taas pelkissä penkkiurheilijoissa tähän luokkaan kuului ainoastaan 39 %. Pelkissä penkkiurheilijoissa oli siis suhteellisesti paljon muita katsojia monipuolisemmin kaiken ikäisiä katsojia. Painopiste tässä ryhmässä oli kuitenkin nuorissa aikuisissa: pelkkä penkkiurheilija oli itse asiassa jopa 33 %:n todennäköisyydellä 20-29-vuotias ja 23 %:n todennäköisyydellä 20-29-vuotias nainen. Pelkkien penkkiurheilijoiden suhteellinen ikäjakauma sukupuoliryhmittäin on esitetty kuviossa 17.



KUVIO 17. Miesten ja naisten suhteellinen ikäjakauma pelkissä penkkiurheilijoissa (n=66).

Pelkät penkkiurheilijat eivät näyttäisi erottuneen muista katsojista tilastollisesti merkitsevästi sen suhteen, kuinka paljon nämä määrällisesti seurasivat Happeen otteluita. He seurasivat jonkin verran muita vähemmän TV- tai internetlähetyksiä Happeen peleistä, mutta tilastollisesti ei-merkitsevästi. Sen sijaan välitetyyn seuraamiseen muodoissa eroja oli enemmän. Pelkät penkkiurheilijat seurasivat Happeeta salibandyaiheisten sivustojen kautta muita vähemmän tilastollisesti melkein merkitsevästi ($C=0,19$, $p=0,05$). Maalikoosteita Happeen peleistä pelkät penkkiurheilijat katselivat muita vähemmän tilastollisesti erittäin merkitsevästi ($C=0,29$, $p=0,000$). Affektiivisessä suhtautumisessa Happeeseen pelkät penkkiurheilijat eivät eronneet juurikaan muusta yleisöstä: suhde Happeeseen oli kaikilla osa-alueilla suunnilleen yhtä vahva muihin katsojiin verrattuna.

Pelkät penkkiurheilijat ymmärsivät salibandy maailmaa sen sijaan huomattavasti muita katsojia vähemmän. He ymmärsivät salibandy sääntöjä ($C=0,31$, $p=0,000$), taktiikoita ($C=0,37$, $p=0,000$) ja termejä ($C=0,31$, $p=0,000$) muita selkeästi huonommin. He myös tiesivät salibandyliigan muut joukkueet muita huonommin ($C=0,24$, $p=0,003$) sekä seurasivat vähemmän maiden maiden salibandyliigoja ($C=0,26$, $p=0,001$). Sen sijaan tilastollista merkitsevyyttä ei ollut

eroilla muihin katsojiin Hapteen pelaajien nimien muistamisessa, liigan edellisten kausien tilastojen ja yksityiskohtien muistamisessa, pelin vertailemisessa muihin lajeihin sekä muiden kotimaisten sarjatasojen kiinnostavuudessa, vaikka kaikissa näissä muut katsojat olivatkin ”parempia”. Mielenkiintoista on edelleen muun muassa se, että pelkät penkkiurheilijat seurasivat peliä ainakin oman reflektointinsa mukaan muita vähemmän vertailemalla pelisuorituksia muiden lajien vastaaviin suorituksiin. Tosin tilastollista merkitsevyyttä ei tässä tapauksessa esiintynyt.

6.2 Sosiaalistuminen Hapteen seuraajaksi

Toisen tutkimuskysymyksen avulla haluttiin selvittää kuinka Hapteen katsojat ovat sosiaalistuneet seuraamaan Happeeta. Lomakkeessa kysyttiin urheilun seuraamiseen sosiaalistavien agenttien tärkeydestä vastaajilta, jonka lisäksi heitä pyydettiin nimeämään yksi yksittäinen henkilö tai asia, joka on vaikuttanut eniten Hapteen seuraajaksi päätymiseen omakohtaisesti. Sosialisatioagentteja koskevaan kohtaan vastasi kaikkiin vähintään 261 vastaajaa, mutta tärkeimmän henkilön tai asian ilmoitti ainoastaan 216 vastaajaa, mikä tarkoittaa, että lähes viidennes (19 %) jätti vastaamatta kohtaan.

6.2.1 Sosialisatioagentit

Agenteista eniten Hapteen seuraajaksi päätymiseen oli vaikuttanut selvästi perhe, jonka keskiarvo oli vastaajissa 6,44. Toiseksi ja kolmanneksi tärkeimmät agentit vastaajissa olivat salibandyharrastus (5,54) ja kaverit (5,51), jotka olivat olleet vastaajille lähestulkoon yhtä tärkeitä. Vähiten tärkeimpänä agenttina vastaajat pitivät koulua (3,29). Muuttujien frekvenssijakaumat ja keskiarvot eritellään taulukossa 4.

TAULUKKO 4. Sosialisatioagenttien jakaumat aineistossa (%) (n=265).

	Perhe	Kaverit	Koulu	Paikallinen kulttuuri	Salibandyharrastus	Tiedotusvälineet
KA	6,44	5,51	3,29	5,22	5,54	4,54
8	37	14	4	8	24	3
7	14	13	3	13	16	7
6	11	15	5	14	7	14
5	6	12	5	14	6	11
4	4	8	3	9	4	11
3	3	6	9	12	3	13
2	4	8	9	6	5	13
1	19	20	57	20	31	23
EOS	1	2	2	2	2	2
Puuttuu	2	3	3	3	2	4

Viiden prosentin riskitasolla tilastollisesti merkitsevä sukupuoliero löytyi perheen ($p=0,000$), salibandyharrastuksen ($p=0,01$) sekä tiedotusvälineiden ($p=0,03$) muuttujissa. Kahdessa jälkimmäisessä agentti oli keskimäärin tärkeämpi miesten kohdalla, mutta perhe sen sijaan näyttää olleen todella paljon tärkeämpi sosialisatioagentti naisille. Naisista jopa 54 % valitsi perheen kohdalla asteikon suurimman vaihtoehdon, eli kahdeksan. Miehistä kolme tärkeintä sosialisatioagenttia olivat salibandyharrastus (6,13), kaverit (5,67) ja perhe (5,57). Naisissa nämä olivat vastaavasti perhe (7,38), kaverit (5,36) ja paikallinen kulttuuri (5,32). Miesten ja naisten sosialisatioagenttien keskiarvovertailu esitetään taulukossa 5.

TAULUKKO 5. Sosialisatioagenttien keskiarvot ja sukupuolet.

	Kaikki	Miehet	Naiset
Perhe	6,44	5,57	7,38*
Kaverit	5,51	5,67	5,36
Koulu	3,29	3,53	3,06
Paikallinen kulttuuri	5,22	5,12	5,32
Salibandyharrastus	5,54	6,13*	4,94
Tiedotusvälineet	4,54	4,85*	4,21

*Tilastollisesti merkitsevät erot ($p < 0,05$).

Iän suhdetta sosialisatioagentteihin tarkasteltiin vertaamalla 24-vuotiaiden ja nuorempien, 25-49-vuotiaiden ja 50-vuotiaiden ikäluokkien jakaumia Kruskal-Wallis testin yksisuuntaista varianssianalyysiä hyödyntäen. Tilastollisesti merkitsevät erot ikäluokkien välillä löytyivät perheen ($p=0,002$), koulun ($p=0,000$) ja salibandyharrastuksen ($p=0,004$) agenteissa. Iän ja perheen välinen korrelaatio ($r=0,20$, $p=0,001$) oli positiivinen, mutta koulun ($r=-0,25$, $p=0,000$) ja salibandyharrastuksen ($r=-0,18$, $p=0,003$) korrelaatiot iän kanssa olivat sen sijaan negatiivisia. Iän positiivinen korrelaatio perheen sosialisatioagentin kanssa selittyi osittain sillä, että tärkeä perheagenttiin liittyvä sosiaalistaja 25-49- ja yli 50-vuotiaissa lienee salibandya pelaava lapsi. Lapsen pelaamisella oli niin ikään suhde perheen sosialisatioagentin kanssa ($C=0,33$, $p=0,000$).

6.2.2 Sosiaalistumiseen eniten vaikuttanut henkilö tai asia

Perheenjäsenten tärkeys Happeen katsojaksi sosiaalistumisen prosessissa ilmeni myös avoimen kysymyksen vastauksissa. Suurin luokka koko aineisto ($n=265$) huomioon ottaen oli perhe (33 %), johon kuului tärkeimpinä alaluokkina lapsen tai lapsenlapsen harrastus (14 %) sekä lapsi tai lapsenlapsi (9 %). Toisena selvästi loppuista erottuvana luokkana oli joukkueen pelaaja tai valmentaja (20 %)⁸. Tämä oli luokittelussa yksi alkuperäisistä luokista, eikä siihen yhdistynyt

⁸ Mainittujen nimien tunnistamisessa Happeen pelaajiksi tai valmentajiksi käytettiin apuna internetin Nhlfinns-tietokantaa (Nhlfinns 2019).

luokittelun toisella tasolla enää siihen liittyviä pienempiä luokkia, kuten esimerkiksi perheen luokassa. Loput viisi luokkaa olivat järjestyksessä salibandy maailman muut roolit (sisältää omakohtaisen harrastuksen) (8 %), Happeen markkinointi, menestys tai lajitekijät (6 %), paikallisuus (6 %), tuntematon henkilö (5 %) sekä ystävä tai seurustelukumppani (4 %). Luokkien ja alaluokkien frekvenssijakaumat ovat liitteessä 3.

Sukupuolierot luokissa olivat tilastollisesti erittäin merkitseviä ($C=0,32$ $p=0,000$). Perhe oli naisille (45 %) huomattavasti miehiä (21 %) tärkeämpi luokka. Perheen luokassa lapsen tai lapsenlapsen harrastaminen oli tärkein sosiaalistaja 20 %:n kohdalla naisissa ja 8 %:n kohdalla miehissä. Salibandy maailman muut roolit, joihin kuului muun muassa omakohtainen harrastus, oli miehille (11 %) selvästi naisia (5 %) tärkeämpi luokka. Havainnot perheen suhteellisesti suuremmasta merkityksestä naisille ja harrastuksen miehille olivat linjassa sosialisatioagenttien kohdalla havaittujen sukupuolierojen kanssa.

Myös joukkueen pelaaja tai valmentaja -luokka oli miehille (26 %) paljon naisia (12 %) tärkeämpi. Joku Happeen nykyinen tai entinen valmentaja tai pelaaja osoittautui siis viidennekselle kaikista vastaajista (20 %) ja neljännekselle aineiston miehistä tärkeimmäksi seuraajaksi päättymiseen vaikuttaneeksi tekijäksi. Miehille se oli siis omakohtaista salibandyharrastusta ja perhettäkin tärkeämpi yksittäinen tekijä. Havainto on sinällään yllättävä, kun puhutaan salibandyntä kaltaisesta nuoresta ja julkisuusarvoltaan melko pienestä lajista. Lajissa ei juurikaan ole vielä pelaajia tai muita hahmoja, joita tunnettaisiin laajalti julkisuudessa lajimaailman tai paikallisen kontekstin ulkopuolella.

Iän ja luokkien välisessä tarkastelussa merkittävimmät erot esiintyivät perheen sekä markkinointiansioiden, menestyksen tai lajitekijöiden luokissa. Perhe oli tärkein luokka yli 50-vuotiaista 46 %:lle, 25-49-vuotiaista 30 %:lle ja alle 25-vuotiaista 26 %:lle. Se oli siis yli 50-vuotiaille nuorempia huomattavasti tärkeämpi. Perheen luokassa vanhimpaan ikäluokkaan painottui alaluokista ainoastaan lapsi tai lapsenlapsi (17 %) sekä lapsen tai lapsenlapsen harrastus (24 %). Ne olivat siis eritoten yli 50-vuotiaisiin eniten vaikuttaneita tekijöitä. Salibandy maailman muut roolit olivat taas muita ikäluokkia tärkeämpi luokka alle 25-vuotiaissa (11 %), sillä se sisälsi salibandyharrastuksen alaluokan. Oma salibandyharrastus oli tärkein sosiaalistaja 9 %:n

kohdalla alle 25-vuotiaista, 5 %:n kohdalla 25-49-vuotiaissa ja 2 %:n kohdalla yli 50-vuotiaissa. Tässä näkyi selvästi alle 25-vuotiaiden suurin salibandyharrastuneisuus.

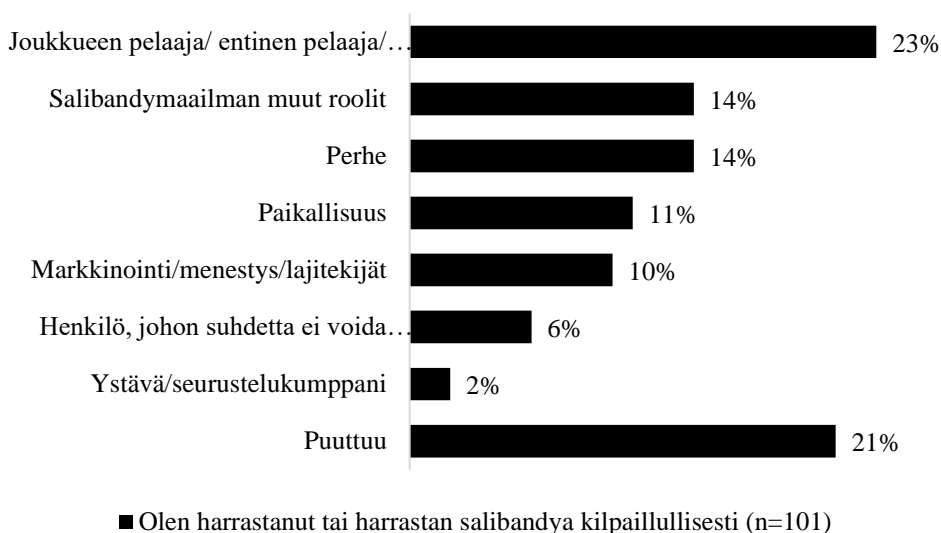
Muihin kiinnostaviin ikäeroihin lukeutui se, että markkinointi, menestys tai lajitekijät olivat jokseenkin tärkeä luokka oikeastaan ainoastaan 25-49-vuotiaille (9 %). Tässä luokassa seuran markkinointi (5 %) oli hieman lajin kiinnostavuutta (3 %) tärkeämpi alaluokka 25-49-vuotiaissa. Joukkueen pelaaja tai valmentaja oli sen sijaan vanhempia ikäluokkia tärkeämpi sosiaalistaja alle 25-vuotiaille: alle 25-vuotiaissa tärkeimpänä tätä piti 25 %, 25-49-vuotiaissa 18 % ja yli 50-vuotiaissa 19 %.

6.2.3 Katsojafiguurien sosialisatio

Kilpaharrastajan (38 %) sosialisatio. Kilpaharrastajan sosialisatioprosessi erosi merkittäväällä tavalla muusta yleisöstä. Kilpailullisesti harrastaneet erosivat Mann-Whitneyn U-testissä ei-harrastaneista sosialisatioagenteissa salibandyharrastuksen ($p=0,000$), perheen ($p=0,000$), kaverien ($p=0,001$) sekä tiedotusvälineiden ($p=0,002$) kohdalla. Kilpaharrastuksen yhteys agentteihin oli salibandyharrastuksen ($C=0,50$, $p=0,000$) ja perheen ($C=0,38$, $p=0,000$) kohdalla vahva sekä kaverien ($C=0,30$, $p=0,002$) ja tiedotusvälineiden kohdalla ($C=0,28$, $p=0,006$) kohtalainen. Kilpaharrastajia oli muita vahvemmin sosiaalistanut Happeen katsojaksi agenteista harrastus, kaverit ja tiedotusvälineet, kun taas perhe näyttäisi sosiaalistaneen heitä ei-harrastavia vähemmän. Perhe (5,48) jäi kilpaharrastajien ryhmässä sosialisatioagenteista ainoastaan neljänneksi tärkeimmäksi järjestyksessä harrastuksen (7,59), kaverien (6,21) ja paikallisen kulttuurin (5,49) jälkeen. Perheen vähäinen merkitys sosialisatioagenttina kilpaharrastajissa lienee yhteydessä perheen vähäiseen merkitykseen miesten ryhmässä, sillä kaksi kolmesta (67 %) kilpaharrastajasta oli aineistossa miehiä. Perhe sai kilpaharrastajienkin ryhmässä kuitenkin selvästi kaikkien agenttien keskimääräistä vastausta (5,09) korkeamman keskimääräisen arvon, eli vähäpätöisestä sosiaalistajasta ei kuitenkaan voida puhua.

Suhde kilpaharrastusmuuttujan ja luokkien välillä oli tärkeimmässä sosiaalistumiseen vaikuttaneessa tekijässä vahva ($C=0,40$, $p=0,000$), eli kilpaharrastajien sosiaalistuminen erosi siis selvästi muista katsojista. Suurin ero kilpaharrastajien ja muiden välillä oli perheen kohdalla.

Perhe oli tärkein 45 %:lle ei-harrastajista, mutta ainoastaan 14 %:lle harrastajista. Perheen luokassa tärkein sosiaalistaja kilpaharrastajissa oli lisäksi hyvin harvoin lapsi (2 %) tai lapsen harrastus (4 %). Ystävä tai seurustelukumppani oli niin ikään tärkein luokka useammin ei-harrastajissa (6 %) kilpaharrastajiin (3 %) verrattuna. Loput viisi luokkaa olivat sen sijaan selvästi kilpaharrastajille tärkeämpiä. Merkittävimpana yksittäisenä tekijänä oli joukkueen entinen pelaaja tai valmentaja. Salibandyharrastuksen ja kavereiden vaikutus heijastuneen osittain tähän: seuraamaan oli saattanut houkutella esimerkiksi edustusjoukkueessa pelaava vanha pelikaveri. Vastausten frekvenssijakauma kilpaharrastajien ryhmässä on esitetty kuviossa 18. Sukupuolten välisiä tilastollisesti merkitseviä eroja ei kilpaharrastajien ryhmän sosialisatiossa ollut ja ikäerotkin noudattelivat koko aineiston tasolla havaittuja ikäeroja.



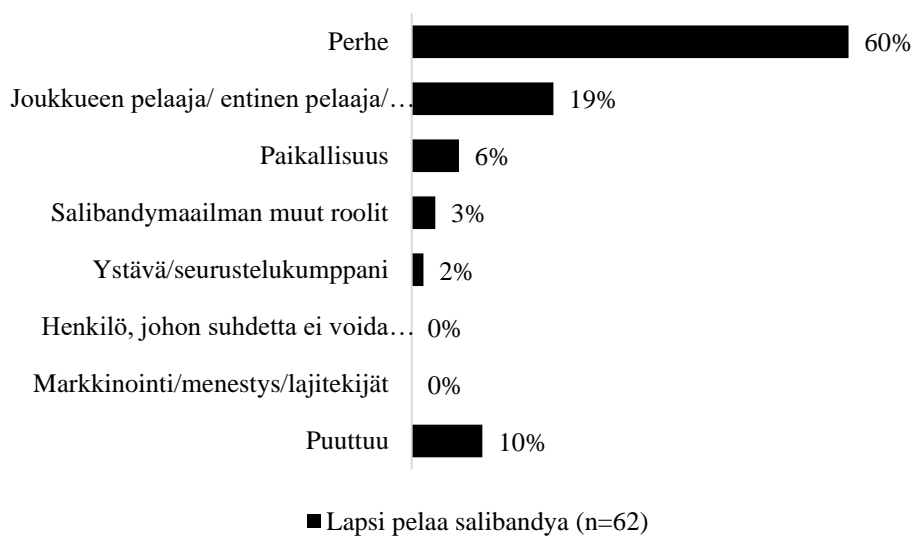
KUVIO 18. Tärkein salibandyyn sosiaalistanut tekijä (7 luokkaa) kilpaharrastajissa (n=80).

Salibandyvanhemman (23 %) sosialisatio. Salibandyvanhemmissa oli melko ilmeistä, että tärkeä sosiaalistaja Happeen seuraamiseen oli ollut salibandyä harrastava lapsi. Edellä todettiin iän korreloineen voimakkaasti perheen merkityksen kanssa sosialisatioagenttina ($r=0,20$, $p=0,000$). Naissukupuoli oli vielä voimakkaammin yhteydessä perheen sosialisatioagenttiin ($C=0,37$, $p=0,000$). Tilastollisesti merkitsevät keskiarvoerot Mann-Whitneyn U-testissä löytyivät salibandyvanhempien ja muiden välillä sosialisatioagenteista perheessä ($p=0,000$) ja salibandyharrastuksessa ($p=0,02$). Keskiarvoero oli kummassakin vanhempien eduksi. Koska iän

todettiin edellä korreloineen negatiivisesti ($r=-0,18$, $p=0,003$) salibandyharrastus-agentin kanssa ja vain yhden viidestä vanhemmasta olleen vanha tai nykyinen kilpaharrastaja (19 %), merkinneen salibandyharrastus salibandyvanhempien sosiaalistajana nimenomaan näiden lasten harrastusta. Salibandyvanhempien kolme keskimääräisesti tärkeintä sosialisatioagenttia olivat perhe (7,98), salibandyharrastus (6,27) ja kaverit (5,10). Perheen vaikutus agenttina näyttää korostuneen vielä erityisesti neljänneksen (26 %) suuruudessa yli 50-vuotiaiden osaryhmässä salibandyvanhemmissa.

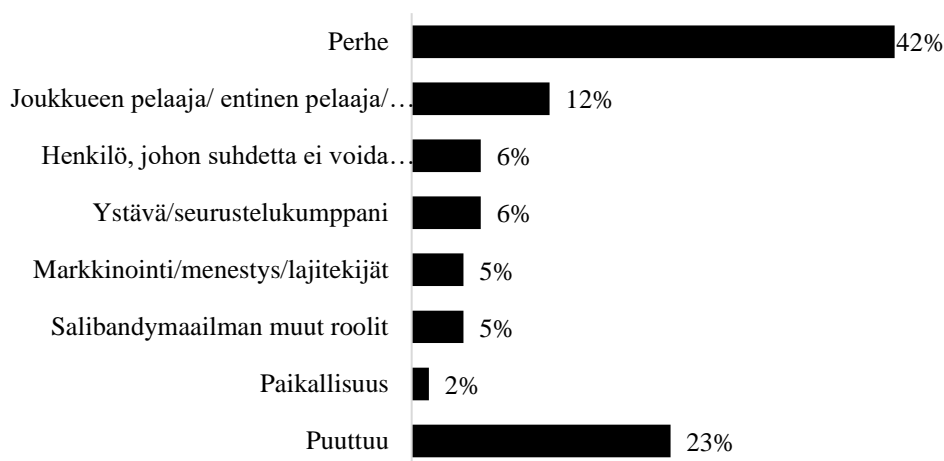
Sosialisaatioon eniten vaikuttaneen tekijän luokissa salibandyvanhempien ero muihin katsojiin oli tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p=0,000$). Kaikki muut luokat perhettä, joukkueen pelaajaa tai valmentajaa sekä paikallisuutta lukuun ottamatta olivat muille selkeästi tärkeämpiä sosiaalistajia. Perheen luokka oli tärkein 60 %:n osuudelle salibandyvanhemmista ja 23 %:n osuudelle muista. Perheen luokassa lapsi oli tärkein osaluokka 16 %:n ja lapsen harrastus 42 %:n kohdalla salibandyvanhemmissa. Joukkueen pelaajan tai valmentajan sekä paikallisuuden luokat olivat salibandyvanhemmille sen sijaan vain hieman muita tärkeämpiä.

Merkittäviä eroja salibandyäitien ja -isien välillä ei ollut löydettävissä niin agenttien kuin tärkeimmän sosiaalistumiseen vaikuttaneen tekijänkään osalta. Ainoa huomattava ero yksittäisessä sosiaalistajassa näyttäisi olleen joukkueen pelaaja tai valmentaja -luokassa, joka oli tärkein 32 %:lle isistä, mutta vain 13 %:lle äideistä. Tämä on mielenkiintoista, sillä kilpaharrastajia oli isissä äitejä vain marginaalisesti enemmän. Tässä pitää ottaa kuitenkin huomioon esimerkiksi se, että isät saattoivat merkata joukkueessa pelaavan poikansa kohtaan äitejä useammin tämän nimellä. Miesten herkempään erisnimien käyttöön viitannut osaltaan muun muassa se, että miehet (8 %) olivat kaikissa vastaajissa merkanneet kohtaan naisia (4 %) puolet todennäköisemmin tunnistamattomissa olevan henkilön erisnimeä käyttäen. Vastausten frekvenssijakauma salibandyvanhempien ryhmässä on esitetty kuviossa 19.



KUVIO 19. Tärkein salibandyyn sosiaalistanut tekijä (7 luokkaa) salibandyvanhemmissa (n=56).

Pelkän penkkiurheilijan (25 %) sosiaalisaatio. Pelkälle penkkiurheilijalle selvästi tärkein sosiaalisaatioagentti oli perhe (6,71), toiseksi tärkein kaverit (4,92) ja kolmanneksi tärkein paikallinen kulttuuri (4,73). Mann-Whitneyn U-testissä viiden prosentin riskitasolla tilastollisesti merkitsevä ero muihin katsojiin pelkillä penkkiurheilijoilla oli salibandyharrastuksen ($p=0,000$) ja tiedotusvälineiden ($p=0,001$) kohdalla. Salibandyharrastus ($C=0,53$, $p=0,000$) oli näistä selvemmin tärkeämpi agentti muille katsojille tiedotusvälineisiin ($C=0,20$, $p=0,02$) verrattuna. Perhe oli sen sijaan ainoana agenttina pelkille penkkiurheilijoille jonkin verran muita katsojia tärkeämpi. Ero oli kuitenkin perheen kohdalla tilastollisesti ei-merkitsevä. Tärkeimmässä sosiaalis-tavassa tekijässä erot pelkkien penkkiurheilijoiden hyväksi muihin katsojiin verrattuna löytyivät ainoastaan perheen sekä ystävän tai seurustelukumppanin luokista. Näistä merkittävä ero oli ainoastaan perheessä, joka oli tärkein luokka 42 %:lle pelkistä penkkiurheilijoista ja 30 %:lle muista katsojista. Perhe oli siten selvästi tärkeämpi pelkille penkkiurheilijoille kuin kilpaharrastajille, muttei kuitenkaan yhtä tärkeä kuin salibandyvanhemmille. Muuta aineistoa selvästi vähemmän tärkeitä luokkia pelkissä penkkiurheilijoissa olivat muut salibandyroolit, joukkueen pelaaja tai valmentaja sekä paikallisuus. Vastausten frekvenssijakauma pelkkien penkkiurheilijoiden ryhmässä on esitetty kuviossa 20.



■ Suhde salibandyyn vain penkkiurheilijana (n=66)

KUVIO 20. Tärkein salibandyyn sosiaalistanut tekijä (7 luokkaa) pelkissä penkkiurheilijoissa (n=66).

Sukupuolieroja ei pelkkien penkkiurheilijoiden ryhmässä ollut sosialisatioagenttien osalta lukuun ottamatta perhettä ($p=0,000$), joka oli naisille selvästi miehiä tärkeämpi agentti ryhmässä. Jopa 51 % pelkästään penkkiurheilevista naisista piti perhettä myös tärkeimpänä sosiaalistumiseen vaikuttaneena tekijänä, kun taas miehistä sitä piti tärkeimpänä ainoastaan 24 %. Pelkkien penkkiurheilijoiden ryhmän miehet pitivät perhettä jopa muuta yleisöä (30 %) jonkin verran vähemmän tärkeänä luokkana. Tärkeimpänä yksittäisenä sosiaalistajana naisille perheen luokassa oli perheenjäsenen (ei lapsi) tai sukulaisen harrastus (16 %), joskin lapsen tai lapsenlapsen harrastus oli sekin 11 %:lle tärkein. Ryhmään kuuluneen siis jokunen isovanhempi. Tärkeimmässä yksittäisessä sosiaalistajassa oli kuitenkin myös ero miesten eduksi joukkueen pelaajan tai valmentajan kohdalla. Miehistä luokka oli tärkein 24 %:n osuudelle ja naisista vain 7 %:n osuudelle.

Eri ikäryhmien (alle 25, 25-49 ja 50+) välillä ei ollut pelkissä penkkiurheilijoissa tilastollisesti merkitsevää eroa sosialisatioagenteissa. Erojen tilastollista merkitsevyyttä ei kuitenkaan syntynyt pelkkien penkkiurheilijoiden ryhmässä todennäköisesti siitä syystä, että ryhmän koko oli niin pieni (n=66). Ryhmässä oli erotettavissa ristiintaulukoinnin perusteella nimittäin koko ai-

neistoa hieman lievemmissä määrin samoja ikäryhmien välisiä eroja: perhe oli muihin ikäluokkiin verrattuna selvästi tärkeämpi yli 50-vuotiaille, paikallinen kulttuuri keskimmaiselle ikäluokalle (25-49) ja koulu nuorimmalle (alle 25-vuotiaat).

Ainoastaan salibandyharrastus oli koko aineistosta poiketen yhtä vähän tärkeä kaikille ikäluokille pelkkien penkkiurheilijoiden ryhmässä. Tärkeimmässä sosiaalistumiseen vaikuttaneessa tekijässä ikäryhmien väliset erot näyttivät ryhmässä jokseenkin samanlaisilta, kuin koko aineiston tasolla. Poikkeuksena oli kuitenkin joukkueen pelaajan tai valmentajan luokka, joka oli pelkkien penkkiurheilijoiden ryhmässä selvästi vähiten tärkeä nuorimmalle ryhmälle. Koko aineistossa se oli nuorimmalle ikäryhmälle juuri tärkein. Alle 25-vuotiaissa koko aineiston tasolla joukkueen pelaajaa tai valmentajaa piti tärkeimpänä luokkana jopa 30 % vastaajista, kun taas pelkkien penkkiurheilijoiden ryhmässä vain 6 %.

6.3 Hapteen seuraamisen kulttuuriset merkitykset

Koko aineiston tasolla kaikki väittämät käänteisesti kysytyä erottautumista lukuun ottamatta olivat vähintään jonkin verran kuvaavia (3-6) ainakin 80 %:n kohdalla vastaajista. Lähestulkoon kaikki vastaajat merkityksellistivät Hapteen seuraamista siis jokseenkin samalla tavalla, kuin penkkiurheilututkimuksessa on aikaisemmin tulkittu urheilun seuraamista merkityksellistettävän. Vastaajille niukasti tärkein merkitys näyttäisi olleen eskapismi. ”Pidän salibandyotteluita jännittävinä” (86 %) sekä ”Salibandyotteluissa on mielestäni hyvä tunnelma” (85 %) olivat kaikista eniten vähintään hyvin kuvaavia. Keskiarvot näissä väittämissä olivat myös järjestyksessä suurin (5,31) ja kolmanneksi suurin (5,21) kaikista väittämistä. Eskapismin merkitysalueella kuitenkin ”Salibandyotteluissa pystyn unohtamaan arjen huolet” oli ainoastaan 73 %:n kohdalla vähintään hyvin kuvaava ja sai keskiarvoksi 4,94.

Niukasti toiseksi tärkeimmäksi merkitykseksi aineistossa osoittautui sosiaalinen ajanviete. ”Mielestäni salibandyotteluun on mukavampi tulla ystävän tai kaveriporukan kanssa kuin yksin” -väitettä piti vähintään hyvin kuvaavana 81 % vastaajista ja keskiarvo siinä oli 5,23. ”Mielestäni salibandyotteluun on mukavampi tulla perheenjäsenen kanssa kuin yksin” oli sen sijaan

vähintään hyvin kuvaava 77 %:n kohdalla ja keskiarvo siinä oli 5,16. Vaikka perhe oli vastaajissa kavereita voimakkaampi sosiaalistaja, oli otteluiden katsominen kavereiden kanssa silti vastaajille keskimäärin hieman perheenjäsenen kanssa katsomista mielekkäämpää. Väittämät patteristo, tunnuslukuja sekä niiden mitaamat merkitysalueet ovat listattuna taulukkoon 6.

TAULUKKO 6. Merkitysalueet ja väitteiden jakaumat (n=265).

Merkitysalue	KA	5-6 (%)*	3-6 (%)**	Väite
Sosiaalisen ajanviete (2)	5,23	81	96	Mielestäni salibandyotteluun on mukavampitulla ystävän tai kaveriporukan kanssa kuin yksin
Eska-pismi (3)	5,16	77	95	Mielestäni salibandyotteluun on mukavampitulla perheenjäsenen kanssa kuin yksin***
	5,31	86	99	Pidän salibandyotteluita jännittävinä
	4,94	73	97	Salibandyotteluissa pystyn unohtamaan arjen huolet****
	5,21	85	98	Salibandyotteluissa on mielestäni hyvä tunnelma****
Katharsis	3,8	31	81	Salibandyotteluissa voin purkaa tunteita****
Huumori	5,05	77	98	Huumori kuuluu mielestäni hyvään ottelutapahtumaan keskeisesti
Tiedollinen voimistelu (2)	5,01	74	97	Salibandyn pelilliset yksityiskohdat ja niiden seuraaminen on minusta kiinnostavaa***
	5,1	80	98	Vähämaalinenkin ottelu voi olla minusta kiinnostava****
Erottautuminen	2,73	21	42	En pidä salibandyn seuraamista niin trendikkäänä kuin joidenkin muiden urheilulajien seuraamista
-	4,22	39	95	Hyvät oheispalvelut ovat minulle otteluissa tärkeitä****

*Vähintään hyvin kuvaava **Vähintään jonkin verran kuvaava ***n=263 ****n=264

Eskapismin ja sosiaalisen ajanvietteen jälkeen tärkeimpiä merkityksiä olivat tiedollinen voimistelu ja huumori. ”Salibandyn pelilliset yksityiskohdat ja niiden seuraaminen on minusta kiinnostavaa” oli vähintään hyvin kuvaava 74 %:n kohdalla ja sai keskiarvokseen 5,01. ”Vähämaalinenkin ottelu voi olla minusta kiinnostava” oli taas vähintään hyvin kuvaava 80 %:n kohdalla ja sai keskiarvokseen 5,1. ”Huumori kuuluu mielestäni hyvään ottelutapahtumaan keskeisesti” oli vähintään hyvin kuvaava 76 %:n kohdalla ja keskiarvo siinä oli 5,05.

Katharsikseksi nimetty merkitys, jolla tarkoitettiin tunnepatoumien vapautumista, jäi sen sijaan selvästi näitä vähemmän tärkeäksi: ”Salibandyotteluissa voin purkaa tunteita” oli vähintään jonkin verran kuvaava 81 %:n kohdalla, mutta hyvin kuvaava ainoastaan 31 %:n kohdalla, minkä lisäksi sen keskiarvo oli ainoastaan 3,8. Merkityspatteristossa esitettiin myös väite varsinaisten merkitysalueiden ulkopuolelta oheispalvelujen tärkeyteen liittyen. Vastaukset jakaantuivat sen osalta katharsiksen tavoin muita väitteitä tasaisemmin. Harva vastaajista piti oheispalveluja ehdottoman tärkeinä, mutta yhdentekeviä oheispalvelut eivät katsojille silti olleet.

Sosiaalisen erottautumisen merkitystä mitattiin käänteisellä väittämällä ”En pidä salibandyn seuraamista niin trendikkäänä kuin joidenkin muiden urheilulajien seuraamista”. Väitteen avulla voidaan luoda kuvaa siitä, kuinka arvokkaana vastaaja pitää salibandy maailman jäseneksi erottautumista populaarikulttuurin kentällä. Siten väite kertoneen myös siitä, merkityksellistääkö vastaaja seuraamistaan sosiaalisena erottautumisena. Väitettä piti aineistossa vähintään jonkin verran kuvaavana 42 % ja vähintään hyvin kuvaavana 21 %. Lähes puolet aineistosta ilmaisi siis ainakin epäilevänsä, että joidenkin lajien avulla saattaisi olla helpompi erottua edukseen sosiaalisesti. Jopa viidennes ilmaisi selkeästi, ettei pidä salibandya niin trendikkäänä kuin joitain muita lajeja. Vaikka erottautumisen merkitys lienee aineistossa yksi vähiten tärkeimmistä, on kuitenkin mainitsemisen arvoista, että silti yli puolet vastaajista piti salibandyn seuraamista omasta mielestään ehdottomasti yhtä trendikkäänä tai trendikkäämpänä kuin muiden lajien seuraamista.

Sukupuolten tavoissa merkityksellistää salibandyn seuraamista oli eroja. Mann-Whitneyn U-testissä viiden prosentin riskitasolla tilastollisesti merkitseviä sukupuolieroja oli havaittavissa sosiaalisen ajanvietteen, eskapismien ja erottautumisen väittämässä. Kaverien (C=0,20, p=0,03) ja perheen (C=0,22, p=0,01) kanssa seuraaminen oli tärkeämpää naisille kuin miehille. Eskapismiväittämät, kuten jännittävät pelit (C=0,24, p=0,004), arjen huolten unohtaminen (C=0,19, p=0,05) ja hyvä tunnelma (C=0,26, p=0,001), saivat myös keskimäärin suurempia arvoja naisissa. Naiset merkityksellistivät niin ikään salibandya erottautumisena miehiä enemmän, mutta khiin neliö -testissä yhteys jäi tilastollisesti ei-merkitseväksi (C=0,17, p=0,15). Tiedollinen voimistelun oli sen sijaan miehille tärkeämpi merkitys, muttei kummankaan väitteen osalta tilastollisesti merkitsevästi.

Iällä näyttäisi olevan suhde sosiaalisen ajanvietteen merkitykseen. Kruskal Wallisin yksisuuntaisessa varianssianalyysissä kavereiden kanssa katsomisen merkitys oli selvästi tärkein alle 25-vuotiaille, hieman vähemmän tärkeä 25-49-vuotiaille ja 50-vuotiaille vähiten tärkeä ($p=0,000$). Perheen kanssa katsominen oli yhteydessä ikään samalla tavalla, mutta ei-tilastollisesti merkitsevästi. Verrattaessa yli ja alle 40-vuotiaiden ryhmät sisältävää dikotomista ikämuuttujaa kavereiden kanssa katsomisen merkitykseen, suhde näiden välillä oli jopa melko vahva ($C=0,33$, $p=0,000$). Mitä nuorempi Happeen katsoja oli, sitä vahvemmin tämä siis merkityksellisesti salibandyn katsomista ajanvietämisen tapana kavereiden kanssa.

Kilpaharrastajan tapa merkityksellistää salibandyottelua erosi muusta yleisöstä ainoastaan tiedollisen voimistelun merkityksen osalta. Väitteet ”Salibandyn pelilliset yksityiskohdat ja niiden seuraaminen on minusta kiinnostavaa” ($p=0,000$) ja ”Vähämaalinenkin ottelu voi olla kiinnostava” ($p=0,03$) olivat kilpaharrastajien ryhmässä muita kuvaavampia tilastollisesti merkitsevästi viiden prosentin riskitasolla. Koko aineiston tasolla tilastollisesti ei-merkitsevä sukupuoliero tiedollisen voimistelun merkityksessä lienee perua siitä, että kilpaharrastajat olivat aineistossa suurelta osin miehiä. Molemmat tiedollisen voimistelun väittämät olivat naisharrastajissa hieman miesharrastajia kuvaavampia. Viiden prosentin riskitasolla ainoat tilastollisesti merkitsevät sukupuolierot kilpaharrastajissa löytyivät kuitenkin vain tunnelman väitteessä ($p=0,02$), jota naisharrastajat pitivät kuvaavampana ja oheispalvelujen väitteessä ($p=0,02$), jota miesharrastajat pitivät kuvaavampana.

Mielenkiintoista oli, ettei kilpaharrastajien ryhmä eronnut muista juurikaan siinä, kuinka trendikkäänä salibandyn seuraamista pidettiin. Kun tarkastellaan miesharrastajia, naisharrastajia ja muita, itse asiassa kilpaharrastajamiehet näyttäisivät pitäneen salibandyn seuraamista vähiten trendikkäänä, jonka jälkeen tulivat muut katsojat ja sitten naisharrastajat. Sukupuoliero oli tässä kohtaa kuitenkin varmaan marginaalinen, koska tilastollista merkitsevyyttä ei sukupuolierolla ollut.

Ikäryhmät näyttäisivät eronneen kilpaharrastajien ryhmässä ainoastaan kavereiden kanssa katsomisen väittämässä. Kruskal-Wallisn yksisuuntaisessa varianssianalyysissä viiden prosentin riskitasolla kavereiden väittäminen ($p=0,02$) sisälsi ainoan tilastollisesti merkitsevän eron. Ikäerot

kilpaharrastajissa näyttäisivät vastanneen väittämässä koko aineiston tasolla tehtyjä havaintoja. Tilastollisesti ei-merkitsevistä eroista kenties kiinnostavin oli erottautumisen väittämässä: kilpaharrastajissa vähiten trendikkäänä salibandyyn seuraamista näyttäisi pitäneen 25-49-vuotiaat, kun taas koko aineistossa sama päti alle 25-vuotiaisiin.

Salibandyvanhempi ei merkityksellistänyt salibandyottelua juurikaan muusta yleisöstä eroavasti. Tilastollisesti merkitseväksi eroksi osoittautui ainoastaan ero muiden eduksi väitteessä ”Vähämaalinenkin ottelu voi olla kiinnostava” ($p=0,01$). Pelillisten yksityiskohtien seuraaminen saattoi siis olla salibandyvanhemmille mahdollisesti hieman muita vähemmän tärkeää. Tilastollisesti ei-merkitseviä, mutta huomattavia eroja salibandyvanhempien ja muiden välillä oli kuitenkin myös kaverien kanssa katsomisen ja erottautumisen väittämässä: salibandyvanhemmat merkityksellistivät salibandya erottautumisena hieman muita enemmän ja ajanvietteenä kavereiden kanssa hieman muita vähemmän.

Sen sijaan salibandyäitien ja -isien väliltä eroja löytyi useammassa merkityksessä. Äidit merkityksellistivät seuraamista sosiaalisena ajanvietteenä isää enemmän tilastollisesti merkitsevästi ($p=0,01$). Äidit pitivät salibandyotteluita myös isää jännittävämpinä ($p=0,01$). Äidit näyttäisivät pitäneen salibandya myös hieman isää trendikkäämpänä, mutta ero tässä kohtaa oli kuitenkin tilastollisesti ei-merkitsevä. Ikäluokkien välisiä tilastollisesti merkitseviä eroja salibandyvanhemmissa ei merkityksellistämässä ollut.

Pelkkä penkkiurheilija merkityksellisti salibandyyn seuraamista muista vastaajista eroavasti tilastollisesti merkitsevällä tavalla ainoastaan tiedollisen voimistelun alueella: ”Salibandyyn pelilliset yksityiskohdat ja niiden seuraaminen on minusta kiinnostavaa” oli väitteenä muita katsojia enemmän kuvaava tilastollisesti erittäin merkitsevästi ($p=0,000$). Lisäksi sosiaalisen erottautumisen merkitys oli pelkille penkkiurheilijoille muita katsojia vähäisempi. Toisaalta pelkät penkkiurheilijat näyttäisivät merkityksellistäneen salibandyyn seuraamista muita enemmän varaventiilinä. Nämä erot pelkkien penkkiurheilijoiden ja muiden katsojien välillä olivat kuitenkin tilastollisesti ei-merkitseviä.

Sukupuolierot pelkkien penkkiurheilijoiden ryhmässä noudattelivat jotakuinkin sukupuolieroja koko aineistossa ja muissa katsojaryhmissä. Sekä sosiaalisen ajanvietteen että eskapismien merkitykset olivat siis tilastollisesti merkitsevästi tärkeämpiä naisille kuin miehille ryhmässä. Miehet pitivät pelkissä penkkiurheilijoissa niin ikään erottautumista koko aineiston tapaan naisia vähemmän tärkeänä, tosin muusta aineistosta poiketen viiden prosentin riskitasolla tilastollisesti merkitsevästi ($p=0,03$).

Sosiaalisen ajanvietteen merkitys näyttäisi olleen pelkkien penkkiurheilijoiden joukossa koko aineiston tapaan yhteydessä vastaajan ikään. Tilastollisesti merkitsevä ero löytyi ikäluokkien väliltä sekä kavereiden ($p=0,03$) että perheen ($p=0,03$) kanssa katsomisessa. Perheen kanssa katsomisen merkitys näyttäisi kuitenkin olleen tärkein 25-49-vuotiaissa ja kavereiden kanssa katsomisen merkitys alle 25-vuotiaissa. Kummatkin olivat selvästi vähiten tärkeitä yli 50-vuotiaille. Alle 25-vuotiaat pitivät pelkkien penkkiurheilijoiden ryhmässä niin ikään koko aineiston tapaan erottautumista vähiten tärkeänä. Ero oli ryhmässä koko aineistoon verrattuna suurempi, mutta edelleen tilastollisesti ei-merkitsevä.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Häikiö ja Niemenmaa (2007) kirjoittavat tapaustutkimuksesta seuraavasti: ”Tutkijan on tehtävä valinta: hän joko tarkastelee useita tapauksia ja niiden tiettyjä piirteitä, tai sitten hän valitsee yhden tapauksen ja tarkastelee sitä kokonaisuutena. Valinnan tulee olla sopusoinnussa tutkimuskysymysten ja tutkijan tiedonintressin kanssa”. Jälkimmäisen valinta oli tässä tutkimuksessa perusteltu siitä syystä, että tutkimuksen ensisijaisena tavoitteena oli lisätä ymmärrystä aikaisemmin tutkimattomasta ilmiöstä, jonka erityispiirteet eivät olleet vielä tiedossa. Yleistysten tekoon suomalaisista salibandy-yleisöistä tutkimusasetelma ei taivu. Peuhkurin (2007) mukaan tapaustutkimuksen tavoitteena onkin niin sanottujen teoreettisten yleistysten tekeminen, joka tarkoittaa empiiristen tulosten vertaamista aiempien tutkimusten tuloksiin ja niiden arviointia aiemmin esitetyistä teoreettisista näkökulmista. Tuotetun tiedon avulla voidaan muun muassa paljastaa jatkoa ajatellen niitä salibandy-yleisön erityispiirteitä, joihin Häikiön & Niemenmaan (2007) toinen tutkimuksellinen valinta viittaa. Peuhkurin (2007) mukaan teoreettinen yleistäminen voi tuottaa teoreettisia malleja, joiden pätevyyttä tapauksen edustamassa laajemmassa joukossa voidaan myöhemmin testata.

7.1 Harrastajamiehiä, salibandyäitejä ja pelkkiä penkkiurheilijoita

Naiset ja miehet olivat vastaajissa edustettuina täysin tasaväkisesti (50 %). Naisten ja miesten ikärakenne ei myöskään eronnut merkittävästi. Vastaajista 56 % oli alle 40-vuotiaita ja noin puolet sijoittui 20-40-ikävuoden väliin. Vastaajat olivat siis melko nuoria. Kaksi kolmesta (67 %) oli siten työllisiä. Opiskelijoiden osuus oli viidennes (20 %) ja eläkeläisten osuus hieman alle kymmenys (8 %). Eläkeläiset näyttäisivät sekä elämäntilanne- että ikätarkastelun perusteella jäävän salibandy-yleisössä selvästi marginaaliin. Yli 60-vuotiaiden osuus oli vain 6 % vastaajista. Monitoimitalon katsomot näyttäisivät Happeen peleissä täyttävän siis pääosin nuoret aikuiset ja työikäiset ilman merkittävää sukupuolipainotusta.

Happeen yleisössä muun kuin Jyväskylän kotikunnakseen ilmoittavia oli vähän alle kolmannes (71 %). Suurin osa näistä näytti tulleen Jyväskylän lähikunnista (15 %), joista eniten katsojia

oli Laukaasta. Julkisuus-markkinallisuuden periaatteisiin kuuluu niin sanottu markkinointialueen optimointi, joka tarkoittaa markkina-alueiden kasvamista alueellisiksi (Itkonen 1996, 232). Vieruspaikkakuntalaisten viidentoista prosentista osuus viitataan jo kyseisenlaiseen kehitykseen Happeen kohdalla. Heinosen (2005) mukaan Happeen toiminnassa oli julkisuus-markkinallisia piirteitä jo edellisellä vuosikymmenellä. Toisaalta Happeen suunnittelema hallihankkeesta ja mahdollisesta muutosta juuri Laukaan kunnan alueelle lähivuosina on raportoitu (Siltanen 2018a). On siis mahdollista, että nimenomaan laukaalaisten suuri määrä voi kieliä osittain Happeen tulevan kotipaikkakunnan asukkaiden kiinnostumisesta.

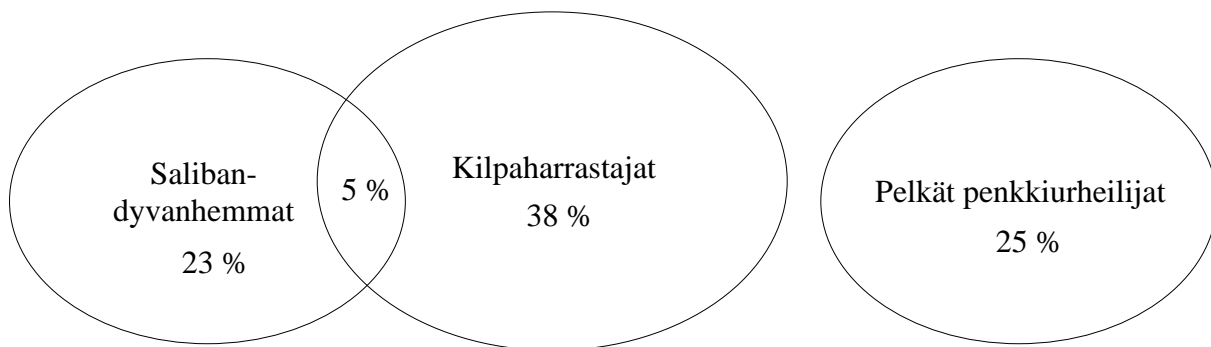
Vähintään joskus omaehtoisesti salibandya harrastaneita vastaajista oli noin kaksi kolmannesta (57 %). Noin kolmanneksella oli taustaa salibandyn pelaamisesta kilpailullisesti (38 %). Aktiiviharrastajia aineistossa oli molempien harrastusmuotojen osalta jonkin verran vähemmän. Aktiivikilpaharrastajia vastaajissa oli joka viides (20 %). Salibandyharrastuneisuudessa oli suuria eroja. Miehistä jopa kolmella neljästä (75 %) oli kokemusta vähintään omaehtoisesta salibandydystä, kun taas naisista kokemusta oli ainoastaan vähän yli yhdellä kolmesta (39 %). Kilpaharrastustaustaisissa oli niin ikään noin puolet vähemmän naisia.

Kilpaharrastajat muodostivat yhden aineistosta selkeästi erottuvista katsojafiguureista. Ryhmään voidaan lukea mukaan kaikki joko silloin tai aiemmin harrastaneet, jotka yhdessä muodostivat 38 % vastaajista. Ryhmä oli siis selvästi miespainotteinen ja muuta yleisöä keskimäärin nuorempi. Salibandyharrastuneisuus painottui sukupuolesta huolimatta nuorempiin ikäluokkiin, tosin naisissa vielä miehiä vahvemmin: kilpaharrastajanainen oli keskimäärin -miestä nuorempi. Nuorten suurin edustus kilpaharrastajissa kertoo varmaankin omalta osaltaan lajin harrastajamäärien edelleenkin suhteellisen nopeana pysyneestä kasvusta viime vuosina. Lukumääräisesti ryhmä oli katsojafiguureista suurin.

Vastaajista 35 % oli jokin salibandyn tuottajaryhmään kuuluva rooli salibandy maailmassa. Näistä yleisin oli salibandya harrastavan lapsen vanhemmuus (23 %). Joukkueenjohtajia tai muita toimihenkilöitä oli vastaajissa 8 % ja valmentajia 4 %. *Salibandyvanhemmat* muodostivat niin ikään yhden katsojafiguureista. Vain viidennes salibandyvanhemmista oli vanhoja tai nykyisiä kilpaharrastajia, joten neljänneksen (23 %) aineistosta käsittävänä katsojafiguurina se oli

suurimmaksi osaksi erillinen ryhmä kilpaharrastajiin nähden. Salibandyvanhemmat olivat enimmäkseen 25-49-vuotiaita (75 %), mutta yli 50-vuotiaat olivat silti paremmin edustettuna ryhmässä. Vanhempi oli suuremmalla todennäköisyydellä nainen (65 %) kuin mies (35 %). Salibandyäidit olivat keskimäärin myös -isiä nuorempia.

Vastaajista 25 %:lla ei ollut minkään muotoista salibandyharrastusta, salibandy maailmaan liittyvää vapaaehtoisroolia tai salibandya harrastavaa lasta, joten heidän suhteensa salibandy maailmaan voidaan katsoa rakentuneen ainoastaan penkkiurheilun kautta. **Pelkät penkkiurheilijat** muodostivat neljänneksen vastaajista käsittävän kolmannen katsojafiguurin kilpaharrastustausten ja salibandyvanhempien lisäksi. Sen lisäksi, että se oli vahvasti naispainotteinen (68 %), olivat naiset ryhmässä miehiä keskimäärin nuorempia tilastollisesti merkitsevästi. Ikää ja sukupuolta tarkasteltaessa suurimpina demografisina ryhminä erottuivat kilpaurheilijoissa 20-39-vuotiaat miehet ja salibandyvanhemmissa 30-49-vuotiaat naiset. Pelkissä penkkiurheilijoissa suurimpana yksittäisenä ryhmänä erottuivat sen sijaan 20-29-vuotiaat naiset. Pelkissä penkkiurheilijoissa oli toisaalta muita ryhmiä monipuolisemmin kaikenikäisiä. Se oli siis tässä suhteessa heterogeenisin katsojafiguuri. Kaiken kaikkiaan katsojafiguurit käsittivät 81 % vastaajista. Havaintokuva katsojafiguureista on kuviossa 21.



KUVIO 21. Hapteen yleisön katsojafiguurit (n=265).

Vastaajista hieman alle kolmannes (29 %) oli yli puolessa kotiotteluista edellisellä kaudella käyneitä aktiivisia Hapteen seuraajia. Noin puolet (51 %) oli sen sijaan korkeintaan kahdek-

sassa kotipelissä käyneitä satunnaiskatsojia ja viidennes (20 %) ei ollut käynyt edellisellä kaudella yhdessäkään kotiottelussa. Hapteen katsojissa paikan päällinen seuraaminen ja TV- tai internetlähetyksen seuraaminen ei näyttäisi kilpailevan katsojien ajankäytöstä, vaan niiden välillä oli vastaajissa vahva korrelaatio. Myös erilaiset välitetyn seuraamisen muodot korreloivat sekä paikan päällisen seuraamisen että toistensa kanssa. Kiinnostus Happeeseen näyttäisi siis ruokkivan monipuolista Hapteen tarjoamien tuotteiden kuluttamista, eikä yhden kuluttaminen näyttäisi olevan pois toisesta. Toki tässä kohtaa on muistettava tutkittavan joukon rajautuneen vain kotiotteluissa käyviin katsojiin.

Seuraamisaktiivisuus näyttäisi olleen jonkin verran riippuvainen katsojan iästä. Kotiotteluita paikan päällä seurasi alle 25-vuotiaat ja yli 50-vuotiaat 25-49-vuotiaita aktiivisemmin tilastollisesti merkitsevästi. Alhaisinta käyntiaktiivisuutta voisi selittää sillä, että tällä ikäluokalla on yksinkertaisesti vähiten erilaisiin vapaa-ajan aktiviteetteihin käytettävissä olevaa aikaa, sillä ikäluokassa oli suhteellisesti selvästi eniten työssäkäyviä ja yrittäjiä (85 %). Keskimäinen ikäluokka seurasi myös vähiten TV- ja internetlähetyksiä. Ero TV- ja internetlähetyksissä sekä muissa välitetyn seuraamisen muodoissa nuorempiin ja vanhempiin ei ollut kuitenkaan yhtä suuri kuin kotiotteluseuraamisessa. Keskimäinen ikäluokka suhtautui Happeeseen myös etäsimmin affektiivista suhtautumista mitanneiden väitteiden perusteella. Sukupuolten väliset erot Hapteen seuraamisen määrissä olivat koko aineistossa tilastollisesti ei-merkitseviä. Kotiottelutai TV- ja internetseuraaminen eivät eronneet merkittävästi katsojafiguureissakaan. Ainoastaan kilpaharrastajat katselivat TV- ja internetlähetyksiä hieman muita enemmän, mutta ei-tilastollisesti merkitsevästi.

Välitetyn kuluttamisen muodoista suosituimpia aineistossa olivat Hapteen sosiaalisen median sisältöjen sekä Happeesta kirjoitetun sanomalehti uutisoinnin seuraaminen. Ikä oli yhteydessä molempiin seuraamismuotoihin. Nuoremmat seurasivat Happeeta enemmän sosiaalisen median välityksellä ja vanhemmat sanomalehdistä. Noin 30-59 ikävuoden välissä Happeeta seurattiin kuitenkin yhtä paljon sekä sosiaalisen median että sanomalehtien välityksellä. Kolmanneksi suosituinta välitettyä seuraamista oli Happee-aiheisen uutisoinnin seuraaminen internetin salibandysivustoilla ja vähiten suosittua oli maalikoosteiden katselu YouTubesta. Kilpaharrastajat seurasivat muita enemmän ja pelkät penkkiurheilijat muita vähemmän molemmissa muodoissa

tilastollisesti merkitsevästi. Nämä seuraamisen muodot näyttäisivät puhuttelevan siis eniten ”lajimaailmassa sisällä olevia” ja niitä näyttäisi siten iän sijaan määrittävän sosiaalistuneisuus lajimaailmaan: salibandy maailman tuntemus oli niin ikään kilpaharrastajissa muita parempi ja pelkissä penkkiurheilijoissa muita huonompi tilastollisesti merkitsevästi. Lajimedia tuottaa usein ekstensiivisiä ja syväluotaavia tekstejä, joiden ymmärtämiseen tarvitaan kiinnostuksen lisäksi kulttuurisen maailman ymmärrystä. Maalikoosteiden luonne lienee tietyllä tavalla samanlainen. Kuluttaakseen salibandya maalikoosteiden muodossa täytyneen olla kiinnostunut pelin urheilullisista elementeistä tai tiedollisesta voimistelusta, mikä taas vaatii lajin perus- ja syväkoodien hallitsemista (Heinilä 1986, 11).

Kilpaharrastajat näyttivät seuraavan Happeeta muita aktiivisemmin käytännössä kaikissa digitaalissa medioissa, sillä he seurasivat muita enemmän tilastollisesti merkitsevästi myös sosiaalisen median sisältöjä. Toki tässä myös se, että kilpaharrastaja oli katsojafiguureista nuorin, saattoi vaikuttaa asiaan, sillä sosiaalisen median sisältöjen seuraaminen korreloi negatiivisesti vastaajan iän kanssa koko aineistossa. Salibandyvanhemmuus näkyi taas suurempana omistettujen Happeen fanituotteiden määränä ja nettisivuseuraamisaktiivisuutena. Se että kuluttaminen juuri näissä muodoissa oli muita aktiivisempaa viittaisi siihen, että kyse on ainoastaan salibandyvanhempien toimimisesta myös muissa salibandyn vastuurooleissa, kuten valmentajina ja joukkueenjohtajina, muuta yleisöä enemmän. Happeen edustusjoukkueen kuluttamisen osalta salibandyvanhemmat eivät siis välttämättä erottuneet juurikaan muista. Kaikki seuraamisen muodot huomioon ottaen kilpaharrastajat näyttäisivät siis katsojafiguureista seuraajien ydinjoukosta.

Vastaajia kiinnosti jonkin verran enemmän muut kotimaiset salibandysarjat ulkomaisiin sarjoihin verrattuna: vain noin 8 % seurasi aktiivisesti ulkomaalaisia salibandysarjoja, mutta jopa noin neljännes (25 %) vastaajista oli kiinnostunut muista kotimaisista sarjatasoista. Salibandyn kohdalla markkinoiden pienuus ja kaupallistuneisuuden alhainen aste merkinnevät sitä, ettei hyviä mahdollisuuksia seurata ulkomaisia sarjoja ole mahdollisesti edes vielä olemassa. Ulkomaisen tarjonnan puute tulee ottaa siis tämän tuloksen tulkinnassa huomioon.

Hapteen seuraamiseen ei näyttäisi yleisesti ottaen kuuluneen kovin vahva emotionaalinen investoiminen. Noin puolella vastaajista Hapteen häviäminen ei vaikuttanut mielentilaan pelin jälkeen ollenkaan ja vain kymmenyksen kohdalla se selvästi vaikutti. Vain noin viidenneksen suuruinen vähemmistö piti verbaaliseen kannustamiseen yhtymistä usein itseään vähintään hyvin kuvaavana. Suurin osa vastaajista piti itseään kuitenkin Hapteen vakituksena seuraajana ja fanina. Näiden välinen korrelaatio oli vahva, joten fanius ei näyttäisi Hapteen seuraajissa kantavan erilliseen fanikulttuuriin viittaavia merkityksiä. Sen sijaan todella harvoin vastaajat näyttäisivät osallistuvan vastustajajoukkueen pelaajille tai tuomarille protestoimiseen, mikä ei siten näyttäisi kuuluvan yleisiin sitoutuneen salibandy-yleisön tapoihin.

Vaikka kilpaharrastajat seurasivat kaikki seuraamismuodot huomioon ottaen Happeeta eniten, kilpaharrastajien affektiivinen sitoutuminen Happeeseen ei ollut muita syvempää. Mikäli kilpaharrastajat olivat pelanneet muissa seuroissa kuin Happeessa, sympatiat olivat jyvaskyläläistenkin harrastajien osalta saattaneet muodostua Hapteen sijasta esimerkiksi näihin kasvattajaseuroihin. Happee oli kilpaharrastajien ryhmässä (75 %) muihin (83 %) verrattuna hieman harvemmin suosikkijoukkue salibandyssa. Muutkaan katsojafiguurit eivät näyttäneet olleen juurikaan yhteydessä affektiiviseen suhtautumiseen. Sukupuolikaan ei ollut siihen yhteydessä. Affektiivista suhtautumista näyttäisi siis määrittävän ainoastaan jossain määrin ikä: 25-49-vuotiaat vaikuttivat suhtautuvan etäisimmin Happeeseen.

Hieman yli puolet vastaajista osasi hyvin salibandyn säännöt, taktiikat ja termit. Myös lajimaailman muut perustavanlaatuiset asiat, kuten Hapteen pelaajien nimet ja salibandyliigan muut joukkueet olivat yhtä suurella osalla hyvin hallussa. ”Täysien maallikkojen” eli sellaisten, jotka eivät tiedä ollenkaan edes Hapteen pelaajien nimiä, osuus vastaajista oli vain 11 %. Katsojafiguurit näyttäisivät eronneen selkeästi kulttuurisen maailman hallitsemisessa. Kilpaharrastajat tunsivat salibandy maailmaa parhaiten ja pelkät penkkiurheilijat huonoiten. Kilpaharrastus oli selvästi yksittäisenä tekijänä eniten salibandy maailman hallitsemiseen vaikuttanut tekijä. Havainnot näyttäisivät kaiken kaikkiaan siis tukeneen osittain Heinilän (1985) väitettä siitä, että lajimaailmojen entiset harrastajat muodostavat penkkiurheilun ydinjoukon ja sen asiantuntevimman eliitin. Salibandyvanhemmat olivat kulttuurisen maailman hallitsemisessa vastaajien keskitasoa.

Muiden lajien näkökulmista peliä näyttäisi tulkitsevan usein vastaajista hieman alle viidennes (18 %). Mielenkiintoista tässä on, että sekä omaehtoinen että kilpailullinen salibandyharrastus näyttäisi olevan vastoin Holtin (1995) havaintoja yhteydessä pelin tulkitsemiseen muiden lajien näkökulmasta. Lisäksi muiden lajien kilpailullisen aktiiviharrastuksen yhteys pelitapahtumien vertailemiseen muihin lajeihin jäi heikoksi ja pelkät penkkiurheilijat tulkitsivat peliä muita vähemmän muiden lajien näkökulmasta. Ei siis näyttäisi olevan niin, että sosiaalistuttaessa salibandy maailmaan siirryttäisiin vieraista tulkintamalleista tulkitsemaan peliä puhtaasti lajimaailman omien koodien avulla, vaan pikemminkin toisin päin. Varteenotettavana salibandykontekstiin liittyvänä selityksenä siihen, miksi lajitaustaiset tulkitsivat muita enemmän peliä muiden lajien näkökulmista, voisi olla salibandyn perinteisempien lajien lajielementejä yhdistelevä luonne ja rooli nimenomaan jääkiekosta erkaantuneena viitepelinä. Salibandyn syväkoodien muilta lajeilta lainatut elementit saattavat avautua vasta pitkälle lajimaailmaan sosiaalistuneelle. Vertaileminen muihin lajeihin saattaa siis kuulua lajimaailman omiin piirteisiin.

Verrattuna toiseen jyvaskyläläiseen pääsarjatason palloilujoukkueeseen, Naisten Superpesiksen Kirittäriin, Happeen yleisön demografinen rakenne oli iän ja sukupuolen osalta hyvin erilainen, vaikka sukupuolet olivat edustettuina melko tasaisesti molemmissa. Happeen yleisössä sukupuolten ikärakenteet eivät eronneet toisistaan, kun taas Kirittärien yleisössä miehet olivat naisia vanhempia tilastollisesti merkitsevästi. Katsojat olivat pesäpalloyleisössä myös keskimäärin huomattavasti salibandy-yleisöä vanhempia. Työssäkävien osuus oli Happeen yleisössä Kirittäriä ja yleisurheilun eliittikisojen yleisöä suurempi. Varsinkin pesäpalloyleisössä esiintynyt eläkeläismiesten kohderyhmä näyttäisi puuttuneen käytännössä salibandy-yleisöstä kokonaan. (Heimonen 2018; Mähönen 2008) Tosin pelkkien penkkiurheilijoiden katsojaryhmässä oli selvästi enemmän vanhempiin ikäluokkiin kuuluvia miehiä. Muissa lajeissa tehtyihin tapaustutkimuksiin verrattuna lajitaustaisia oli Happeen yleisössä kuitenkin vähän. Enemmän lajitaustaisia oli yleisurheilu- ja jalkapalloyleisöissä (Mähönen 2008; Rasila & Salasuo 2002). Lajivertailuista ei voida kuitenkaan suoraan yleistää eri lajien yleisöjen välisiä eroja, sillä kyse on tapaustutkimuksista.

7.2 Salibandyharrastus sosiaalisaation keskiössä

Vastaajia oli sosiaalistanut seuraamissuhteen syntyvaiheessa sosiaalisaatioagenteista selvästi eniten perhe. Yksittäisen tärkeimmän sosiaalistajan tarkastelu paljastaa, että perheestä lapsi ja eritoten tämän salibandyharrastus olivat useimmiten perheen kategoriassa tärkeimmät sosiaalistajat. Seuraavaksi tärkeimmät sosiaalisaatioagentit olivat järjestyksessä salibandyharrastus, kaverit ja paikallinen kulttuuri. Sukupuolten välisessä vertailussa paljastui, että miehiä oli sosiaalistanut eniten salibandyharrastus ja naisia perhe. Vastaavasti miespainotteisessa kilpaharrastajien ryhmässä tärkein sosiaalistaja oli salibandyharrastus ja naispainotteisessa salibandyvanhempien ryhmässä perhe, josta eritoten salibandya harrastavat lapset. Etenkin lasten omakohdaisen urheilu- ja liikuntaharrastuksen jossain lajissa on useissa tutkimuksissa todettu lisäävän useimpien vanhempien mielenkiintoa kyseisiin lajeihin (Hyatt, Kerwin, Hoerber & Sveinson 2018). Salibandyharrastuksen voidaan katsoa siis olleen sosiaalisaatioprosessin ytimessä kummassakin katsojafiguurissa, jotka yhdessä muodostivat jopa 61 % vastaajista. Harrastaminen näyttää sosiaalistaneen sekä harrastajia itseään että näiden vanhempia.

Näyttää myös siltä, että mitä enemmän vanhemmalla oli ikää, sitä todennäköisemmin lapsi tai tämän harrastus oli sosiaalistanut Happeen seuraajaksi. Tähän voi olla selityksenä, että yli 50-vuotiaissa salibandyvanhemmissa oli todennäköisesti 25-49-vuotiaita enemmän jo edustusjoukkueikään ehtineiden pelaajien vanhempia, millä saattoi olla merkitystä sosiaalistumisessa nimenomaan Happeen edustusjoukkueen seuraajaksi. Salibandyäidit ja -isät eivät eronneet sosiaalisaatioprosessissaan merkittävästi. Perhe, jossa yhtenä merkittävänä tekijänä oli muun perheenjäsenen tai sukulaisen kuin lapsen harrastus, oli tärkein myös pelkille penkkiurheilijoille.

Sosiaalisaatiossa annettiin kuitenkin painoarvoa ihmisten vaikutukselle asioiden sijaan siitäkin huolimatta, että salibandyharrastuksella oli niin tärkeä rooli suurimmalle osalle katsojista. Kaverit oli sosiaalisaatioagenteista kolmanneksi tärkein. Kilpaharrastajissa tärkein yksittäinen sosiaalistaja oli oman harrastuksen sijaan joukkueen pelaaja tai valmentaja. Vaikka joukkueen pelaaja liittyikin varmaankin useimpien kilpaharrastajien kohdalla harrastukseen jollain tavalla, esimerkiksi pelikavereiden otteiden seuraamisen kautta, kertoo havainto kuitenkin omalla tavallaan juuri ihmisille annetusta suuremmasta merkityksestä asioihin verrattuna. Suurempi osa

kilpaharrastajista oli nimennyt jonkun joukkueen pelaajan kuin oman salibandyharrastuksensa tärkeimmäksi yksittäiseksi tekijäksi. Muun muassa tiedotusvälineiden ja koulun vaikutukset Happeen seuraajaksi sosiaalistumisessa jäivät lisäksi kokonaisuudessaan marginaalisiksi. Myös Happeen markkinoinnille tai viimeaikaiselle menestykselle annettu painoarvo jäi kokonaisuudessaan todella pieneksi.

Eniten nämä olivat vaikuttaneet kuitenkin juuri kilpaharrastajiin. Myös paikallisen kulttuurin sosialisatioagentti oli tärkein kilpaharrastajille. Havainnot tukevat siis kuitenkin kaiken kaikkiaan aikaisemmassa urheilun sosialisatiotutkimuksessa muodostettua käsitystä sosiaalistumisesta urheilun katseluun: katsojaryhmistä miehet ja kaikista sosiaalistuneimmat antavat naisia ja vähemmän sosiaalistuneita vähemmän painoarvoa läheisille ihmisille reflektoidessaan urheilufaniksi päätymiseen vaikuttaneita tekijöitä. He painottavat sen sijaan itse urheiluun liittyviä tekijöitä ja korostavat itseoppineisuuttaan. (Crawford 2004, 47-48) Vastaajissa naissukupuoli ei näyttänyt kuitenkaan itsessään olevan ratkaiseva tekijä: kilpaharrastajanaiset eivät eronneet sosialisatiossaan suurimmilta osin kilpaharrastajamiehistä.

Tärkeimmistä yksittäisistä sosiaalistajista joukkueen pelaaja tai valmentaja ei ollut tärkeä sosiaalistava tekijä ainoastaan kilpaharrastajien ryhmässä, vaan siihen näyttää vaikuttaneen myös sukupuoli merkittävällä tavalla. Se oli miehille naisia tärkeämpi koko aineistossa ja kaikissa katsojafiguureissa. Ainakin omaan harrastukseen liittyvä henkilökohtainen suhde kentällä olevaan pelaajaan saattoi olla yksi selittävä tekijä, sillä kilpaharrastajien ryhmä oli vahvan miespainotteinen. Se ei kuitenkaan selitä pelaajan tai valmentajan merkitystä miehille myös muissa katsojafiguureissa, vaan harrastuksen sijaan miessukupuoli näytti olevan ratkaiseva tekijä juuri pelaajan tai valmentajan kohdalla. Joukkueen pelaajan tai valmentajan painoarvo sosialisatiossa kertoo toisaalta kaiken kaikkiaan myös ehkä jonkinasteisen tähtikultin olemassaolosta. Vaikkei salibandy maailman parhaat pelaajat olekaan julkisuuden henkilöitä sanan varsinaisessa merkityksessä, näyttäisi näiden asemalla salibandy maailman tähtinä olevan kuitenkin jo nykyisellään merkitystä. He ovat vastaajissa joidenkin mielestä eniten näiden seuraajaksi päätymiseen vaikuttaneita tekijöitä. Muun muassa maailman parhaisiin pelaajiin lukeutuneen useimmiten mainitun pelaajan nimi toistui vastauksissa jopa 16 kertaa, eli koko aineisto huomioon ottaen 6 %:n todennäköisyydellä.

Koulun vaikutus jäi sosialisatioagenteista vähäisimmäksi. Koulun vaikutuksen on todettu useissa tutkimuksissa olevan merkittävä urheilufaniksi sosiaalistumisessa korkeakouluopiskelijoista koostuneissa tutkimusjoukoissa (ks. esim. Theodorakis ym. 2017; Parry ym. 2014; Melnick & Wann 2011). Koulun merkityksen jääminen marginaaliin onkin tähän peilaten yllättävää, etenkin kun otetaan huomioon salibandyn suosio koululiikuntalajina. Ero aikaisempaan sosialisatioagenttitutkimukseen johtuneen kuitenkin suurimmaksi osaksi tutkittavien ryhmien demografisista eroista. Tämänkin tutkimuksen vastaajissa koulua piti selvästi muita tärkeämpänä sosialisatioagenttina opiskelijat ja koululaiset.

7.3 Hapteen seuraaminen itseisarvoista pakoa arjesta ja sosiaalista ajanvietettä

Vastaajat merkityksellistivät Hapteen seuraamista eniten eskapismina, eli ”pakona arjesta”. Vastaajat pitivät salibandyotteluiden tunnelmaa ja jännittävyyttä koskevia väittämiä kaikista kuvaavimpina merkitysväittämäpatteristossa. Sosiaalinen ajanviette oli lähes yhtä tärkeä merkitys kuin eskapismi. Kavereiden kanssa katselu näyttäisi olleen perheen kanssa katselua hieman suositumpaa, vaikka perhe oli toisaalta sosialisatioagenttina tärkeämpi kuin kaverit. Naiset näyttivät merkityksellistävän seuraamistaan sekä sosiaalisena ajanvietteenä että eskapismina miehiä enemmän. Myös ikä näyttää korreloineen negatiivisesti sosiaalisen ajanvietteen merkityksen kanssa: nuoremmat merkityksellistivät seuraamistaan vanhempia enemmän sosiaalisena ajanviettotapana sekä perheen että eritoten kavereiden kanssa.

Tiedollisen voimistelun ja huumorin merkitykset olivat merkityksistä kaiken kaikkiaan seuraavaksi tärkeimpiä. Heinilän (1986, 12) mukaan tiedolliselta rakenteeltaan kompleksisissa lajeissa, kuten joukkuepalloilulajeissa, tiedollisen rakenteen olemussisältö muodostaa yksinkertaisempia lajeja todennäköisemmin yleisökiinnostavuuden lähteen. Väite näyttäisi saavan tukea tästä aineistosta, sillä salibandy voitaneen laskea kuuluvaksi tiedolliselta rakenteeltaan kompleksisiin lajeihin. Tiedollinen voimistelu oli muita tärkeämpää kilpaharrastajille, jossa eritoten naisharrastajille. Tosin kaikki vastaajat huomioon ottaen miehet merkityksellistivät seuraamistaan hieman naisia enemmän tiedollisena voimisteluna. Pelkät penkkiurheilijat taas pitivät tiedollista voimistelua muuta yleisöä selvästi vähemmän tärkeänä, mikä antaa myös tukea Heini-

län (1986, 12) havainnoille urheilun koodeista ja kiinnostavuudesta: ”Maallikon ja tilapäiskatsojan on vaikea ’saada irti’ mitään kiinnostavaa esimerkiksi tapahtumaköyhästä painiottelusta, mutta asiantuntija sitä vastoin tuntiessaan kaikki ote- ja vastaotemahdollisuudet ja ottelijan erityisavut voi jo painijoitten otehapuilusta löytää kiinnostuksen aiheita”.

Tunteiden purkamista Happeen seuraaminen oli sen sijaan harvemmalle vastaajista. Vastausten jakauman perusteella seuraamisen jonkinasteinen merkityksellistäminen tunnepatoumien vapauttamisen kanavana vaikuttaa olleen kuitenkin melko yleistä, sillä väite ”Salibandyotteluissa voi purkaa tunteita” kuvasi vähintään jonkin verran 80 % vastaajista. Mielenkiintoista oli, että pelkät penkkiurheilijat pitivät tunteiden purkamista keskimäärin muuta yleisöä tärkeämpänä merkityksenä. Salibandya piti sosiaalisen erottautumisen välineenä niin ikään suurinta osaa merkityksistä pienempi osa vastaajista. Naiset merkityksellistivät seuraamista sosiaalisen erottautumisen välineenä miehiä enemmän kaikissa katsojajfigureissa, paitsi salibandyvanhemmissa. Salibandyvanhemmat pitivät sosiaalista erottautumista muutenkin kaikista katsojajfigureista tärkeimpänä. Erottautuminen oli siis tärkeämpää salibandyvanhemmille kuin kilpaharrastajille. Lisäksi Naisharrastajat näyttävät pitäneen seuraamista mieharrastajia trendikkäämpänä. Noin 79 % piti salibandyn seuraamista ainakin jokseenkin trendikkäänä muiden urheilulajien seuraamiseen nähden. Noin 21 % vastaajista ei ajatellut sen sijaan salibandyn seuraamisen olevan kovinkaan trendikästä.

Kuviossa 22 esitetty Holtin (1995) kulutustekojen nelikenttä tarjoaa hyvän teoreettisen mallin merkitysten ymmärtämiseksi. Sen mukaan urheilun seuraaminen voidaan käsittää pääasiassa neljänlaisina tekoina riippuen siitä, keskitytäänkö itse kulutuksen kohteeseen vai sitä ympäröiviin ihmisiin, ja onko kuluttaminen tavoite sinänsä vai tavoitellaanko sen avulla jotain muuta. Vastaajat näyttävät arvostaneen merkityksiä, jotka määriteltäisiin kulutustekoina nelikentällä itseisarvoisiksi. Vaikka eskapismi viittaa käsitteenä tavallaan välinearvoon, eli pakenemiseen arjesta urheilun avulla, mielletään se nelikentän puitteissa tiedollisen voimistelun tavoin urheilun kuluttamisena kokemusten kautta. Salibandyn kuluttaminen näyttää myös toimineen vastaajissa perhettä ja kavereita yhdistävänä itseisarvoisena ajanviettimisen tapana. Sen sijaan välineellistä Happeen seuraaminen oli harvemmalle, sillä sosiaalista erottautumista piti tärkeänä merkityksenä pienempi osa vastaajista. Tosin kysymykset eivät tämän nelikentän puitteissa kattaneet erilaisia kulutustekoja tasaisesti. Mikäli Holtin (1995) erilaisten kulutustyylien,

eli kokemuskuluttamisen, sosiaalisen kuluttamisen ja materialistisen kuluttamisen esiintyvyyttä haluttaisiin mitata salibandy-yleisössä luotettavammin käytetyllä metodilla, täytyisi merkitysväittämien kuvata erilaisia kulutustyyliä tasaisemmin.

	Itseisarvoinen	Välinearvoinen
Hyödykkeisiin kohdistuva	KULUTUS KOKEMISENA	KULUTUS IDENTITEETIN RAKENNUKSENA
Toisiin ihmisiin kohdistuva	KULUTUS SOSIAALISENA AJANVIETTEENÄ	KULUTUS EROTTAUTUMISEN VÄLINEENÄ

KUVIO 22. Kulutustekojen nelikenttä (Holt 1995).

8 POHDINTA

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli sosiologisen kulttuurintutkimuksen ja urheiluyleisöjen tutkimuksen käsitteellisten viitekehysten soveltaminen uuden ja melko tutkimattoman lajikulttuurin alueella. Salibandy-yleisöjen tutkimattomuuden näkökulmasta tapaustutkimuksellinen ote oli perusteltu valinta. Teoreettisen yleistämisen, eli tutkimustulosten aikaisempaan tutkimukseen ja teoreettiseen viitekehykseen peilaamisen, avulla Happeen yleisöstä saadun tiedon avulla pyrittiin kertomaan suomalaisesta salibandy-yleisöstä (Peuhkuri 2007). Tapaustutkimus on harvoin puhtaasti joko induktiivista tai deduktiivista: ”Yhtäältä havaintoja tarkastellaan esimerkkeinä, jotka voivat ilmentää tapausta laajempaa ilmiökokonaisuutta tai teoreettista mallia. Toisaalta tutkimusta avaavat käsitteet ja teoriat ohjaavat etsimään aineistosta todisteita sille, että teoreettiset lähtökohdat ovat oikeansuuntaisia.” (Peuhkuri 2007) Aineistolle ei asetettu tarkasti määriteltyjä hypoteeseja. Toisaalta esimerkiksi katsojafiguurien muodostamista ohjasi vahvasti Pasi Kosken (2004) liikuntasuhdemalli. Myös useampia urheiluyleisötutkimuksen teoreettisia muotoiluja kuljetettiin analyysissä mukana.

Tutkimusasetelma ei kuitenkaan ollut kaiken kaikkiaan ongelmaton. Etenkin määrällisen tutkimusasetelman käyttöön kulttuurintutkimuksellisessa viitekehyksessä liittyi tiettyjä luotettavuutta koskevia kysymyksiä. Määrällistä aineistoa hyödynnettiin, koska mielenkiinto haluttiin kohdistaa koko Happeen seuraajakuntaan, eikä vain tiettyihin osiin siitä. Tällaista tapauksen rajausta ohjasi vahvasti muun muassa Crawfordin (2004, 33-34) näkemykset urheiluyleisöjen tutkimusperinteestä, jossa muun muassa seuraajayhteisöjen sisältä kumpuavat autenttisuuden kriteerit olivat määritelleet liikaa tutkimuksellista mielenkiintoa. Määrällinen aineisto aiheutti kuitenkin suuria rajoitteita eritoten merkityksellistämisen tutkimisessa Happeen seuraajissa. Valmiilla vastausvaihtoehdoilla oli väistämättä vastaajia johdatteleva vaikutus, eikä huomioon voitu ottaa kaikkia tutkimusjoukossa esiintyneitä merkityksellistämisen tapoja. Kuva Happeen yleisön merkityksellistämisestä jäi väistämättä epätäydelliseksi tai se oli ainakin luonteeltaan hyvin karkea. Merkityksellistämisen tarkastelua olisi voitu rikastaa tässäkin tutkimuksessa kenties hyödyntämällä avointa kysymystä samoin kuin sosialisointin tarkastelussa. On selvää, että ymmärryksen syventäminen salibandyn seuraamisen merkityksistä vaatisi laadullisen tutkimusotteen.

Sosialisaation tarkastelussa käytetyn metodin heikkoutena oli taas ennemminkin se, että oma-kohtaiset subjektiiviset arviot erilaisten sosiaalistavien tekijöiden vaikutuksesta voidaan kyseenalaistaa. Allisonin (1982) mukaan sosialisaatioagenttien vaikutusta tutkittaessa itseraportointia muistin pohjalta voidaan pitää jokseenkin epäluotettavana metodina. Onhan esimerkiksi yleistä, että urheilun seuraajiksi kaikista sosiaalistuneimmat eivät usein osaa tunnistaa omaan sosiaalistumiseensa vaikuttaneita sosiaalisia interaktioita, vaan katsovat sosiaalistuneensa urheilun seuraajiksi omin avuin. Tällaisen harha-ajattelun joko tarkoituksellisena tai tarkoittamattomana funktiona voi olla oman erityisaseman ja luontaisen kyvykkyyden todistelu kulttuurisessa maailmassa. (Crawford 2004, 48)

Sosialisaatioagentteja käsittelevä sosialisaatiotutkimus perustuu Allisonin (1982) mukaan lisäksi psykologiseen mallioppimisteoriaan ja on luonteeltaan ei-kulttuurista, mikä tämän tutkimuksen teoreettiseen viitekehykseen peilaten on myös hieman ongelmallista. Siinä ajatellaan, että yksilöt imevät vaikutteita sosialisaatioagenteilta yksisuuntaisesti, eikä huomioida muun muassa sitä, että sosialisaatio tapahtuu erilaisissa konteksteissa (Allison 1982). Toisaalta sosialisaation tarkastelu ei rajoittunut analyysissä ainoastaan agenttien vaikutusten tarkasteluun, vaan kyselylomakkeen avulla pystyttiin tunnistamaan ainakin yksi monimutkaisempi kulttuurinen suhde: oli analyysin perusteella selvää, että kilpaharrastajien ja salibandyvanhempien sosiaalistuminen Happeen seuraajiksi liittyi toisiinsa salibandyharrastuksen kautta.

Tutkimusjoukon rajaukseen ja aineistonkeruutilanteiden valintaan liittyen voitaneen esittää seuraava kysymys: voitiinko Happeen seuraajia tutkia valitussa teoreettisessa viitekehyksessä luotettavasti, jos kysely tehtiin ainoastaan kotiotteluissa käyville katsojille? Mikäli esimerkiksi välittömän ja välillisen seuraamisen määriä ja suhdetta tarkasteltaisiin ehdottoman luotettavasti, pitäisi mukaan tutkittaviin ottaa myös etäseuraajat. Tässä kohtaa on siis syytä alleviivata, että tutkimusasetelmassa tehtiin teoreettisesta viitekehyksestä huolimatta arvoarvostelma, jonka mukaan kotiotteluissa käyvät katsojat muodostavat seuraajajoukosta jollain tavalla tärkeimmän tai mielenkiintoisimman joukon. Arvostelma lienee kuitenkin hyväksyttävissä käytännöllisistä syistä. Mikäli kysely olisi tehty esimerkiksi verkkokyselynä Happeen verkkosivuilla tai sosiaalisen median kanavissa, olisi silloinkin jätetty vähemmälle huomiolle muun muassa seuraajat, joita ei näissä kanavissa tavoiteta. Lisäksi ilman tutkimuksesta kasvokkain tutkittaville kertomista olisi suosittu vastaajia, jotka olivat motivoituneimpia tutkimukseen osallistumiseen.

Mittarien validiteettiin liittyen voidaan kyseenalaistaa, mittasiko esimerkiksi salibandyyn seuraamisen trendikkyyttä koskenut väite todella sitä, kuinka tärkeänä vastaajat pitivät sosiaalista erottautumista seuraamisessaan. Onhan niinkin, että vastaajat saattoivat pitää salibandyä kyllä trendikkäänä, mutteivat pitäneet tätä itselleen kovinkaan merkittävänä asiana. Epäilyn herättää varsinkin se, että katsojafiguureista sosiaalista erottautumista piti tärkeimpänä salibandyvanhemmat. Oliko salibandyyn seuraaminen salibandyvanhemmille todella elämäntyyllinen valinta, vai oliko heidän lastensa harrastaminen vaikuttanut vastauksiin merkittävästi? Ehkä tulos vahvistaa kaiken kaikkiaan kuvaa siitä, ettei salibandyyn seuraamista pidetä uutena lajina vielä elämäntyyllisesti kovin tavoiteltavana, sillä sitä pitää trendikkäimpänä ainoastaan katsojaryhmä, joka voi olla tietyssä mielessä ”pakotettu” pitämään sitä trendikkäänä.

Salibandy-yleisöjen tutkimusta lienee syytä jatkaa ottamalla tutkimuskohteeksi useampia tapauksia. Tämän tutkimuksen ehkä tärkeimmän salibandy-yleisön rakenteeseen liittyvän tutkimustuloksen, katsojafiguurien, esiintyvyyttä voitaisiin tarkastella Salibandyliigan yleisöissä laajemmin. Voitaisiin esimerkiksi tarkastella ovatko kyseiset ryhmät merkittäviä muillakin liigapaikkakunnilla ja ovatko ne demografisesti samanlaisia kuin Jyväskylässä. Entä löytyykö muilta paikkakunnilta muita merkittäviä katsojaryhmiä? Entä miltä salibandykatsojien tyypittely näyttäisi jostain toisesta viitekehuksesta?

Myös eri lajien yleisöjä vertaileva näkökulma voisi olla hedelmällinen. Salibandyyn seuraaminen vaikutti aineiston perusteella keskittyvän vahvasti kotimaiseen salibandyyn. Salibandyyn seuraamisen kohteet näyttivät olevan seuraavassa suosituimmuusjärjestyksessä, jos arvokisoja ei oteta huomioon: ensin Salibandyliiga, sitten salibandyyn alemmat kotimaiset sarjatasot ja juniorisarjat sekä lopuksi ulkomaiset salibandyliigat. Tilanne on varsin erilainen, kuin monessa muussa kansainvälisesti pelattavassa lajissa. Kiinnostavaa olisi esimerkiksi vertaileva näkökulma jääkiekon ja salibandyyn seuraamisen kohteiden välillä sekä katsaus syy-seuraussuhteisiin erojen taustalla. Voiko salibandyssä jokin ulkomainen sarja ilmestyä tulevaisuudessa kilpailemaan kotimaisen sarjan yleisökiinnostuksesta, kuten jääkiekossa kävi NHL:n kanssa? Tällä hetkellä näyttäisi uutisoinnin perusteella itseasiassa siltä, että Salibandyliigalla voisi olla mahdollisuuksia nousta itse tällaiseksi kansainväliseksi tuotteeksi, sillä sen otteluiden lähettämisestä Tšekissä ja Slovakiassa on sovittu kuluvalla pelikaudella 2019-20 alueen suurimman urheilukanava Nova Sportin kanssa (Hakola 2019).

Toisaalta olisi mielenkiintoista paneutua johonkin salibandyn seuraamisen ilmiöön hyödyntämällä laadullista aineistoa. Etenkin merkityksellistämisen tutkiminen haastatteluaineistoa hyödyntämällä syventäisi kulttuurintutkimuksellista ymmärrystä sekä salibandyn seuraamisesta että salibandy maailmasta yleensä. Aineistonkeruuta voisi ohjata esimerkiksi katsojafiguurit, sillä niiden avulla voitaisiin varmistaa erilaisten katsojaryhmien huomioon ottaminen. Myös socialisaation kohdalla jäi kysymyksiä, joihin ei pystytty aineiston avulla vastaamaan. Kuinka tarkalleen ottaen lasten salibandyharrastus esimerkiksi vaikutti liigasalibandy kiinnostukseen salibandyvanhempien kohdalla? Käytiinkö otteluissa lapsen kanssa vai käytiinkö pääosin seuraamassa lapsen otteita kentällä? Entä kestääkö vanhempien kiinnostus salibandyyn, jos lapsi lopettaa pelaamisen? (Hyatt ym. 2018). Erityisesti osittain epäselväksi jäänyt joukkueen pelaajien rooli miehille tärkeänä sosiaalistajana motivoisi myös socialisaation tarkempaan tutkimiseen.

Salibandyyleisöjen tutkiminen lienee mielenkiintoista myös sen takia, että salibandy on nykyisellään kaupallistumisen suhteen jonkin asteisessa murrostilassa. Salibandyliigan eriyttäminen Salibandyliitosta ja Salibandyliigan brändi uudistus kaudelle 2020-21 ovat olleet viime aikojen kuumimpia puheenaiheita salibandy maailmassa, sillä ne on nähty selkeinä Salibandyliiton taholta toteutettuina toimenpiteinä strategiseksi tavoitteeksi otetun liigan painoarvon kasvattamisen eteen (Salibandyliitto 2019b; Tiira 2019). Myös joitakin konkreettisia todisteita liigan kiinnostavuuden kasvusta lienee jo erotettavissa. Muun muassa kuvioista 3 erotettavissa oleva katsojamäärien tasainen kasvu 2010-luvun aikana ja kauden 2018-19 alla solmittu viisivuotinen Salibandyliigan historian kattavin lähetysoikeussopimus Sanoman kanssa kertovat suunnan olevan tavoitteisiin nähden oikea (Siltanen 2018b). Salibandyliigan toimitusjohtaja Kimmo Nurminen summaa lajisivusto pääkallion artikkelissa brändi uudistukseen huipentuneen 2010-luvun tapahtumia Salibandyliigassa seuraavasti: ”Menneinä vuosina on tehty hyvää työtä ja liigaa on kehitetty urheilua edellä. Viisi vuotta sitten saattoi olla uskottavuusongelmia sen suhteen, oliko salibandy huippu-urheilua. Urheilullisesti ja pelillisesti liiga ja laji on kehittynyt valtavasti. Salibandy on huippu-urheilua ja peli on uskottavalla tasolla.” (Tiira 2019)

LÄHTEET

Artikkelit tieteellisissä julkaisuissa:

Allison, M. 1982. Sport, Culture and Socialization. *International Review of Sport Sociology* 17 (4), 11-37. DOI: 10.1177/101269028201700401.

Bourdieu, P. 1978. Sport and Social Class. *Social Science Information* 17 (6), 819-840. DOI: 10.1177/053901847801700603.

Bennett, A. 1999. Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the Relationship between Youth, Style and Musical Taste. *Sociology* 33 (3), 599-617. DOI: 10.1177/S0038038599000371.

Crawford, G. 2003. The career of the sport supporter: the case of the Manchester Storm. *Sociology* 37 (2), 219-237. DOI: 10.1177/0038038503037002001.

Crawford, G. 2001. Characteristics of a British Ice Hockey Audience: Major Findings of the 1998 and 1999 Manchester Storm Ice Hockey Club Supporter Surveys. *International Review for the Sociology of Sport* 36 (1), 71-81. DOI: 10.1177/101269001036001007.

Doyle, J.P., Lock, D., Funk, D.C., Filo, K. & McDonald H. 2017. 'I was there from the start': The identity-maintenance strategies used by fans to combat the threat of losing. *Sport Management Review* 20 (2), 184-197. DOI: 10.1016/j.smr.2016.04.006.

Duncan, M.C. 1983. The Symbolic Dimension of Spectator Sport. *Quest* 35, 29-35. DOI: 10.1080/00336297.1983.10483780.

Lai, F. 1999. Floorball's penetration of Australia: Rethinking the Nexus of Globalisation and Marketing. *Sport Management Review* 1999 (2), 133-149. DOI: 10.1016/S1441-3523(99)70093-8.

- Fine, G.A. & Kleinman, S. 1979. Rethinking Subculture: An Interactionist Analysis. *American Journal of Sociology* 85 (1), 1-20. DOI: 10.1086/226971.
- Gabrielsson, C. 2017. Value capturing in Floorball: How equipment manufacturers and retailers contribute to the development of a “new” sport. *Sport, Business and Management: An International Journal* 7 (5), 542-559. DOI: 10.1108/SBM-01-2017-0003.
- Giulianotti, R. 2002. Giulianotti, R. 2002. Supporters, Followers, Fans and Flaneurs: A Taxonomy of Spectator Identities in Football. *Journal of Sport & Social Issues* 26 (1), 25-46. DOI: 10.1177/0193723502261003.
- Holt, D.B. 1995. How Consumers Consume: A Typology of Consumption. *Journal of Consumer Research* 22 (1), 1-16. DOI: 10.1086/209431.
- Hyatt, C., Kerwin S., Hoerber, L. & Sveinson, K. 2018. The Reverse Socialization of Sport Fans: How Children Impact Their Parents' Sport Fandom. *Journal of Sport Management* 32 (6), 542-554. DOI: 10.1123/jsm.2017-0263.
- King, A. 1997. New Directors, Customers and Fans: The Transformation of English Football in the 1990s. *Sociology of Sport Journal* 14 (3), 224-240. DOI: 10.1123/ssj.14.3.224.
- Kozinets, R. 2001. Utopian Enterprise: Articulating the Meanings of Star Trek 's Culture of Consumption. *Journal of Consumer Research* 28 (1), 67-88. DOI: 10.1086/321948.
- Maguire, J. 1994. Sport, Identity Politics, and Globalization: Diminishing Contrasts and Increasing Varieties. *Sociology of Sport Journal* 11 (4), 398-427. DOI: 10.1123/ssj.11.4.398.
- McPherson, B.D. 1976. Socialization into the role of the sport consumer: a theory and causal model. *Canadian review of sport sociology* 13 (2), 165-177. DOI: 10.1111/j.1755-618X.1976.tb00796.x.

- Mehus, I. 2010. The diffused audience of football. *Journal of Media & Cultural Studies* 24 (6), 897-903. DOI: 10.1080/10304312.2010.511707.
- Melnick, M. & Wann, D.L. 2011. An examination of sport fandom in Australia: Socialization, team identification, and fan behavior. *Sport in Society* 14 (5), 670-684. DOI: 10.1177/1012690210380582.
- Noro, A. 1995. Uudemman kulutussosiologian mallit ja figuurit. *Sociologia* 1, 1-11.
- Parry, K., Jones, I. & Wann, D. 2014. An Examination of Sport Fandom in the United Kingdom: A Comparative Analysis of Fan Behaviors, Socialization Processes, and Team Identification. *Journal of Sport Behavior* 37 (3), 251-268. DOI: 10.1177/1012690210380582.
- Saunders, E.D. 1982. Sport and culture: elitism or pluralism? *Leisure Studies* 1 (2), 123-137. DOI: 10.1080/02614368200390111.
- Shove, E. & Pantzar, M. 2007. Recruitment and Reproduction: The Careers and Carriers of Digital Photography and Floorball. *Human Affairs* 17 (2), 154-167. DOI: 10.2478/v10023-007-0014-9.
- Strauss, A. 1978. A Social World Perspective. *Studies in Symbolic Interaction* 1, 119-128.
- Taylor, I. 1969. Hooligans: Soccer's Resistance Movement. *New Society* 7 (Elokuu), 204-206.
- Tervo, T. & Nordström, A. 2014. Science of floorball: a systematic review. *Open access journal of sports medicine* 20 (5), 249-255. DOI: 10.2147/OAJSM.S60490.
- Theodorakis, N.D., Wann, D., El-Emadi, A., Liannopoulos, Y. & Foudouki, A. 2017. An Examination of Levels of Fandom, Team Identification, Socialization Processes, and Fan Behaviors in Qatar. *Journal of Sport Behavior* 40 (1), 87-107.

Tolleneer, J. 1986. The Sports Scene and the Pop Scene: A Comparative Structural-Functional Analysis. *International Review for the Sociology of Sport* 21 (2-3), 229-237. DOI: 10.1177/101269028602100211.

Unruh, D. 1979. Characteristics And Types of Participation in Social Worlds. *Symbolic Interaction* 2 (2), 115-130. DOI: 10.1525/si.1979.2.2.115.

Wheaton, B. 2007. After Sport Culture: Rethinking Sport and Post-Subcultural Theory. *Journal of Sport & Social Issues* 31 (3), 283-307. DOI: 10.1177/0193723507301049.

Artikkelit kokoomateoksissa:

Anttila, A. 2001. "Hunajata, hunajata": TPS:n suuri yleisö. Teoksessa A. Anttila & H. Ruonavaara (toim.) *Jääkiekkoilta Turussa. Tutkielmia kiekkoyleisöstä*. Turun yliopisto. Sosiologian laitos. Sosiologian tutkimuksia A24.

Anttila, A. & Ruonavaara, H. 2001. Johdatus jääkiekkoyleisön tutkimiseen. Teoksessa A. Anttila & H. Ruonavaara (toim.) *Jääkiekkoilta Turussa: Tutkielmia kiekkoyleisöstä*. Turun yliopisto. Sosiologian laitos. Sosiologian tutkimuksia A24.

Blomqvist, M., Mononen, K., Koski, P. & Kokko, S. 2019. Urheilu ja seuraharrastaminen. Teoksessa S. Kokko & L. Martin (toim.) *Lasten ja nuorten liikuntakäyttäytyminen Suomessa: LIITU-tutkimuksen tuloksia 2018*. Valtion liikuntaneuvosto. Valtion liikuntaneuvoston julkaisuja 2019:1.

Bourdieu, P. 1986. The forms of capital. Teoksessa J.G. Richardson (toim.) *Handbook of theory and research for the sociology of education*. New York: Greenwood Press.

Eichberg, H. 2012. Playing and displaying identity – about bodily movement, political ideologies and the question of Olympic humanism. Teoksessa K. Ilmanen & H. Vehmas (toim.)

Liikunnan areenat: yhteiskuntatieteellisiä kirjoituksia liikunnasta ja urheilusta. Jyväskylän yliopisto. Liikuntakasvatuksen laitos, Tutkimuksia 1/2012.

Hall, S. 1980. Encoding/decoding. Teoksessa S. Hall (toim.) Culture, media, language : working papers in cultural studies, 1972-79. Lontoo: Hutchinson.

Hall, S. 1978. The treatment of football hooliganism in the press. Teoksessa R. Ingham (toim.): Football Hooliganism, The Wider Context. Lontoo: Inter-Action Inprint.

Heinilä, K. 2000. Mikä on urheilun viihteellinen merkitys? Teoksessa Liikunnan ja kansanterveyden julkaisuja 124 (toim.) Haasteena huomisen hyvinvointi – Miten liikunta lisää mahdollisuuksia? Liikunnan yhteiskuntatieteellinen perustelu II, Tutkimuskatsaus. Jyväskylä: PainoPorras Oy, 287–307.

Heinilä, K. 1985. Penkkiurheilun viehätys. Teoksessa K. Heinilä ym. (toim.) Urheilun tulevaisuus. Helsinki: Valtion painatuskeskus.

Heinonen, H. 2004. Hulluna urheilusta – penkkiurheilu ja fanius tutkimuskohteena. Teoksessa K. Ilmanen (toim.) Pelit ja Kentät: kirjoituksia liikunnasta ja urheilusta. Jyväskylän yliopisto. Liikunnan sosiaalitieteiden laitos, Tutkimuksia 3/2004.

Häikiö, L. & Niemenmaa, V. 2007. Valinnan paikat. Teoksessa M. Laine, J. Bamberg & P. Jokinen (toim.) Tapaustutkimuksen taito. Helsinki: Helsinki University Press.

Jenson, J. 1992. Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization. Teoksessa Lisa A. Lewis (toim.) The Adoring Audience : Fan Culture and Popular Media. New York: Routledge.

Karisto, A. 1988. Liikunta ja elämäntyyli. Teoksessa P.Falk & E.Sironen (toim.) Uuteen Liikuntakulttuuriin. Tampere: Vastapaino.

- Koski, P. 2004. Liikuntasuhde – liikunnan kohtaaminen kulttuurisesti rakentuvana maailmana. Teoksessa K. Ilmanen (toim.) *Pelit ja Kentät: kirjoituksia liikunnasta ja urheilusta*. Jyväskylän yliopisto. Liikunnan sosiaalitieteiden laitos, Tutkimuksia 3/2004.
- Kuusisto-Arponen, A. 2007. Konfliktitapaus. Teoksessa M. Laine, J. Bamberg & P. Jokinen (toim.) *Tapaustutkimuksen taito*. Helsinki: Helsinki University Press.
- Laine, M., Bamberg, J. & Jokinen, P. 2007. Tapaustutkimuksen taito ja teoria. Teoksessa M. Laine, J. Bamberg & P. Jokinen (toim.) *Tapaustutkimuksen taito*. Helsinki: Helsinki University Press.
- Mononen, K., Blomqvist, M., Hakamäki, M., Laine, K. & Mäkinen, J. 2019. Liikunnan ja urheilun harrastaminen. Teoksessa J. Mäkinen (toim.) *Aikuisväestön liikunnan harrastaminen, vapaaehtoistyö ja osallistuminen 2018*. Kilpa- ja huippu-urheilun tutkimuskeskus. KIHU:n julkaisusarja, nro 67.
- Peuhkuri, T. 2007. Teoria ja yleistämisen kriteerit. Teoksessa M. Laine, J. Bamberg & P. Jokinen (toim.) *Tapaustutkimuksen taito*. Helsinki: Helsinki University Press.
- Vejjola, S. 1988. Sähly – opiskelijan liikettä? Teoksessa E.Sironen (toim.) *Uuteen liikuntakulttuuriin*. Tampere: Vastapaino.

Tieteelliset monografiat:

- Abercrombie, N. & Longhurst, B. 1998. *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage.
- Bauman, Z. 2005. *Work, consumerism and the new poor*. New York: Open University Press.
- Bauman, Z. 1998. *Work, consumerism and the new poor*. Buckingham: Open University Press.

- Berger, P.L. & Luckmann, T. 1994. *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen: tiedonsosiologinen tutkielma*. Helsinki: Gaudeamus.
- Bourdieu, P. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- Crawford, G. 2004. *Consuming sport: fans, sport and culture*. London; New York: Routledge.
- Fiske, J. 1992. *Merkkien kieli: Johdatus viestinnän tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Grossberg, L. 1995. *Mielihyvän kytkennät: risteilyjä populaarikulttuurissa*. Tampere: Vastapaino.
- Hall, S. 1999. *Identiteetti*. Tampere: Vastapaino.
- Harris, C. & Alexander, A. 1998. *Theorizing Fandom: Fans, Subculture and Identity*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Hebride, D. 1979. *Subculture: The Meaning of Style*. London; New York: Routledge.
- Horne, J. 2006. *Sport in consumer culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Ilmonen, K. 2007. *Johan on markkinat: kulutuksen sosiologista tarkastelua*. Tampere: Vastapaino.
- King, A. 1998. *The End of the Terraces*. Leicester: Leicester University Press.
- Koski, P. & Latonen H. 1999 *Jalkapallo Yleisölajina*. Jyväskylän yliopisto. Liikunnan kehittämiskeskus 1999.

- Lash, S. & Urry, J. 1987. *The end of organized capitalism*. Cambridge: Polity.
- Longhurst, B., Smith, G., Bagnall, G., Crawford, G. & Ogborn, M. 2017. *Introduction to Cultural Studies*. 3rd edition. London & New York: Routledge.
- Lury, C. 2011. *Consumer culture*. Cambridge: Polity.
- Maffesoli, M. 1996. *The time of the tribes: the decline of individualism in mass society*. London: Sage.
- Moorhouse, H.F. 1991. *Driving Ambitions: An Analysis of the American Hot Rod Enthusiasm*. Manchester & New York: Manchester University Press.
- Saaristo, K. & Jokinen K. 2004. *Sosiologia*. Helsinki: WSOY.
- Sandvoss, C. 2003. *A Game of Two Halves: Football Fandom, Television and Globalisation*. London: Routledge.
- Stebbins, R.A. 1992. *Amateurs, professionals and serious leisure*. Montreal; Buffalo: McGill-Queen's University Press.
- Thornton, S. 1995. *Club cultures: music, media and subcultural capital*. Polity Press
- Wann, D.L., Melnick, M.J., Russell, G.W. & Pease, D.G. 2001. *Sport fans: the psychology and social impact of spectators*. New York: Routledge.

Väitöskirjat ja sarjajulkaisut:

- Clarke, G. 1982. Defending Ski-jumpers. A critique of theories of youth subcultures. University Of Birmingham. Centre for Contemporary Cultural Studies. Sub & Popular Culture Series: SP No. 71.
- Clarke, J. 1973. Football hooliganism and the skinheads. University of Birmingham. Centre for Contemporary Cultural Studies. Stencilled occasional paper no 42.
- Heinilä, K. 1986. Koripallo Penkkiurheiluna. Jyväskylän yliopisto. Liikuntasuunnittelun laitos, Tutkimuksia 35/1986.
- Heinonen, H. & Godenhjelm, P. 2001. Hakkapeliitat Anfieldillä: tapaustutkimus suomalaisista jalkapallo-faneista MM-karsintaottelussa Englanti-Suomi Anfieldillä Liverpoolissa 24.3.2001. Jyväskylän yliopisto, Liikunnan kehittämiskeskus.
- Itkonen, H. 1996. Kenttien kutsu: Tutkimus liikuntakulttuurin muutoksesta. Helsinki: Gaudeamus.
- Koski, P. & Latonen, H. 1999. Jalkapallo yleisölajina. Jyväskylän yliopisto. Liikunnan kehittämiskeskus.
- Kuntoliikuntaliitto. 2009. Liikuntatutkimus 2009-2010: Aikuiset 19-65-vuotiaat. SLU:n julkaisusarja 6/2010.
- Lehmuskallio, M. 2007. Liikuntakulutus kaupunkilaislasten ja -nuorten liikuntasuhteessa. Turun yliopisto. Turun yliopiston julkaisuja, Sarja C, Scripta Lingua Fennica edita.
- Nuori Suomi. 2010. Liikuntatutkimus 2009-2010: Lapset ja nuoret. SLU:n julkaisusarja 7/2010.

Mäkinen, J. 2019. Aikuisväestön liikunnan harrastaminen, vapaaehtoistyö ja osallistuminen 2018. Kilpa- ja huippu-urheilun tutkimuskeskus. KIHU:n julkaisusarja, nro 67.

Metodikirjallisuus:

Valli, R. & Aarnos, E. 2018. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1: Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalla tutkijalla. Jyväskylä: PS-kustannus.

Muut lähteet:

Arponen, A.O. & Hilska, M. 2015. Salibandykirja: jumppasaleista jumbotroneille. Helsinki: Auditorium.

Autio, J. 2018. "Sinne on pakko päästä... purkaa niitä tunteita... ja elää sen matsin mukana": jalkapallon miesten Veikkausliigaseura VPS:n kannattajaksi valikoituminen ja kannattajuuden rooli osana identiteettiä. Jyväskylän yliopisto. Liikuntatieteellinen tiedekunta. Liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -työ. Viitattu 20.5.2020. <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/58532>.

Czitrom, A. 1997. Från lek till VM på knappt 15 år. Köping: idéströmmen.

Grassmark. 2020. Grassmark oy:n toimittama kauden 2017-18 salibandyhäätysten listaus.

Heimonen, S. 2018. Superpesisjoukkue Kirittärien yleisöprofiili ja yleisön motiivit ottelutapahumiin osallistumiseen. Jyväskylän yliopisto. Liikuntatieteellinen tiedekunta. Liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkielma. Viitattu 20.5.2020. <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/57891>.

Järvinen, J. & Sipilä, A. 1997. Sählystä salibandyyn. Kuopio: Puijo.

- Mähönen, J. 2008. Perheet penkeillä, katseet kentillä: yleisurheiluyhteisön profiili kesän 2007 eliittikisoissa. Jyväskylän yliopisto. Liikuntatieteiden laitos. Liikuntasosiologian pro gradu -työ. Viitattu 20.5.2020. <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/18762>.
- Koponen, J & Rainesalo, S. 1995. Penkkiurheilijan muotokuva - suomalaisen jääkiekkoyhteisön rakenne, viihdetarkoitukset ja katsomokäyttäytymisen moraali. Jyväskylän yliopisto. Liikunnan sosiaalitieteiden laitos. Liikuntasosiologian pro gradu -työ.
- Mattila, A. 1991. Amerikkalainen jalkapallo penkkiurheiluviihteenä. Jyväskylän yliopisto. Liikunnan sosiaalitieteiden laitos. Liikuntasosiologian pro gradu -työ.
- Ojala, T. & Viinikainen, S. 1992. Koripalloyhteisön rakenne, motiivit ja moraali. Jyväskylän yliopisto. Liikunnan sosiaalitieteiden laitos. Liikuntasosiologian pro gradu -työ.
- Rasila, S. & Salasuo, J. 2002. Tapaustutkimus jalkapallon Suomen cupin finaalista Tampereella 2001. Jyväskylän yliopisto. Liikunnan ja sosiaalitieteiden laitos. Liikuntasuunnittelun ja hallinnon pro gradu -työ. Viitattu 20.5.2020. <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/9746>.

Internet-lähteet:

- Ainoa mittari. 2019. Yleisömäärät 2019. Viitattu 8.12.2019. <https://ainoamittari.wordpress.com/2019/10/28/yleisomaarat-2019/>.
- Ainoa mittari. 2018. Suosituimmat suomalaiset palloilusarjat 2018. Viitattu 14.3.2019. <https://ainoamittari.wordpress.com/2018/10/27/suosituimmat-suomalaiset-palloilusarjat-2018/>.
- Ainoa mittari. 2017. Suosituimmat suomalaiset palloilusarjat 2017. Viitattu 14.3.2019. <https://ainoamittari.wordpress.com/2017/11/21/suosituimmat-suomalaiset-palloilusarjat-2017/>.

- Hakola, T. 2019. Salibandyliiga pyrkii maailmalle, pääsi jo Tšekissä ja Slovakiassa tv-levitykseen. Viitattu 13.1.2020. <https://www.hs.fi/urheilu/art-2000006291674.html>.
- Hirvimedia. 2016. Hirviteatterin minidokkari. Viitattu 16.3.2019. <https://www.youtube.com/watch?v=RscDct71puQ>.
- IFF. 2020a. Member statistics. Viitattu 17.1.2020. <https://floorball.sport/theiff/member-associations/member-statistics/>.
- IFF. 2020b. World Championships. Viitattu 17.1.2020. <https://floorball.sport/iff-events/world-championships/>.
- Jääkiekkoliitto. 2019. Info. Viitattu 8.12.2019. <https://www.finhockey.fi/index.php/info>.
- Nhlfinns. 2019. Salibandytilastot miehet 1990-2019. Viitattu 8.12.2019 <https://nhlfinns.net/salibandy/pelaajat/etsi>.
- Olympiakomitea. 2018. Huippu-urheilun yhteiskunnallinen perustelu. <https://www.olympiakomitea.fi/uploads/2018/06/huippu-urheilun-yhteiskunnallinen-perustelu-2018.pdf>.
- Palloliitto. 2019. Palloliitto. Viitattu 8.12.2019. <https://www.palloliitto.fi/jalkapalloperhe/palloliitto>.
- Pitkänen, H. 2016. SJL: Haptee taas lähellä konkurssia viime keväänä – seuralle kertynyt lähi-vuosina tuntuva kasa velkaa. Viitattu 16.3.2019. <https://paakallo.fi/2016/10/sjl-haptee-taas-lahella-konkurssia-viime-kevaana-seuralle-kertynyt-tuntuva-kasa-velkaa/>.
- Siltanen, J. 2018a. Hapteen uusi kotiluola valmistuu kauden 2020-21 alkuun mennessä. Viitattu 16.7.2019. <https://paakallo.fi/2018/06/hapteen-uusi-kotiluola-valmistuu-kauden-2020-21-alkuun-menessa/>.

Siltanen, J. 2018b. Ruutu näyttää ensi kaudella Salibandyliigaa – vähintään 120 ottelua tarjolla. Viitattu 13.1.2020. <https://paakallo.fi/2018/06/ruutu-nayttaa-ensi-kaudella-salibandy-liigaa-vahintaan-120-ottelua-tarjolla/>.

Salibandyliitto. 2020a. Historia ja ennätykset. Viitattu 17.1.2020. <https://salibandy.fi/huippu-urheilu/salibandyliiga/historia-ja-ennatykset/>.

Salibandyliitto. 2020b. Tilastot tiedostoina. Viitattu 17.1.2020. <https://salibandy.fi/huippu-urheilu/salibandyliiga/historia-ja-ennatykset/tilastot-tiedostoina/>.

Salibandyliitto. 2020c. Vuosikertomus 2018. Viitattu 17.1.2020. <https://salibandy.fi/salibandy-info/salibandyn-strategiasta-ja-toiminnasta/vuosikertomus-2018/>.

Salibandyliitto. 2019a. Tunnusluvut. Viitattu 8.12.2019. <https://salibandy.fi/salibandy-info/lajiesittely/tunnusluvut/>.

Salibandyliitto 2019b. Salibandyliiga tähtää maailmalle brändityön keinoin – Peter Vesterbacka: ”Tavoite ei voi olla yhtään vähäisempi”. Viitattu 13.1.2020. <https://www.epressi.com/tiedotteet/urheilu/salibandyliiga-tahtaa-maailmalle-brandityon-keinoin-peter-vesterbacka-tavoite-ei-voi-olla-yhtaan-vahaisempi.html>.

Tiira, J. 2019. Salibandyliigan toimitusjohtaja Kimmo Nurminen: ”Ehkä olisi voitu miettiä kaupallista näkökulmaa aiemminkin”. Viitattu 13.1.2020. <https://paakallo.fi/2019/11/salibandyliigan-toimitusjohtaja-kimmo-nurminen-ehka-olisi-voitu-miittaa-kaupallista-nakokulmaa-aiemminkin/>.

LIITTEET

LIITE 1. Kyselylomake.

Toteutamme Happeen kotiotteluissa syksyllä 2018 yleisötutkimuksen, johon voit osallistua täyttämällä tämän kyselylomakkeen. Kysymykset koskevat pääosin suhdettasi salibandyn seuraamiseen ja Happeeseen. **Voit osallistua tutkimukseen, vaikka Happee ei ole suosikkijoukkueesi.**

Tutkimuksen avulla voidaan käytännössä tunnistaa kehittämisen kohteita esimerkiksi ottelutapahtumien järjestäjien näkökulmasta. Tutkimus on liikunnan yhteiskuntatieteiden Pro Gradu -tutkielma Jyväskylän yliopistossa.

Vastaaminen kyselyyn kestää noin 8 minuuttia. Kysely palautetaan vastauspisteen palautuslaatikkoon.

Kysely jakautuu kuuteen osioon (I-VI). Noudata osion alussa annettuja vastausohjeita, ellei kysymyksessä muuta lue!

I Ottelutapahtumien seuraaminen

Ympyröi annetuista vaihtoehdoista parhaan arviosi mukaan:

1. Kuinka monessa Happeen kotiottelussa kävit viime kaudella?
En yhdessäkään 5-8 *Lähes kaikissa / kaikissa*
1-4 *9:ssä tai useammassa*
2. Kuinka monessa Happeen vierasottelussa kävit viime kaudella?
En yhdessäkään 5-8 *Lähes kaikissa / kaikissa*
1-4 *9:ssä tai useammassa*
3. Kuinka monesta Happeen pelistä katsoit internet- tai TV-lähetyksen viime kauden aikana?
En yhdestäkään 5-8 *Lähes kaikista / kaikista*
1-4 *9:stä tai useammasta*
4. Kuinka monta Happeen fanituotetta omistat? (kaulaliinat, lippikset ym.)
En yhtäkään 2-3 *6 tai enemmän*
1 *4-5*
5. Kuinka monessa muussa pääsymaksullisessa urheilutapahtumassa käyt yleensä vuodessa, jos salibandya ei lasketa?
En yhdessäkään 5-8 *13 tai enemmän* *joka viikko*
1-4 *9-12* *pari kertaa kuussa*
6. Mikä on suosikkijoukkueesi salibandyssä?
Ei ole *Happee* *Jokin muu*

7. Paljonko aiot käyttää rahaa tässä ottelutapahtumassa pääsylippu poislukien? _____ €

II Harrastustausta

Ympyröi annetuista vaihtoehdoista:

8. a) Harrastatko salibandya kilpailullisesti?
En ole harrastanut *Olen aikaisemmin harrastanut* *Harrastan*
- b) Mikä on korkein sarjatasosi, jolla olet pelannut?
En ole pelannut *Valtakunnallinen sarja (SM tai I-divari)* *Alueellinen sarja (II-VI-divari)*
- c) Harrastatko salibandya omaehtoisesti?
En ole harrastanut *Olen aikaisemmin harrastanut* *Harrastan*
- d) Onko sinulla salibandyyn liittyviä vastuutehtäviä?
Ei *Valmentaja* *Erotuomari* *Joukkueenjohtaja/ muu toimihenkilö*
- Lapsi pelaa* *Muu, mikä?* _____
9. Mitä muita lajeja harrastat kilpailullisesti? (Luettele tarvittaessa useita!)
-

III Hapteen ja salibandyn seuraaminen

Kerro seuraavissa väittämissä ympyröimällä annetuista numeroista, kuinka hyvin kyseinen väittäjä kuvaa itseäsi Hapteen ja salibandyn katsojana:

Ei kuvaa ollenkaan (1) - Kuvaa jonkin verran (2) - Kuvaa melko hyvin (3) - Kuvaa hyvin (4) - Kuvaa täydellisesti (5) - En osaa sanoa (EOS)

10. Painetun ja digitaalisen median sisällöt

- a) Luen ja katson paljon Hapteen sosiaalisen median sisältöjä.....1 2 3 4 5 EOS
- b) Luen Happeeseen liittyvät jutut sanomalehdistä.....1 2 3 4 5 EOS
- c) Luen paljon Happeeseen liittyviä uutisia salibandyaiheisilla nettisivuilla.....1 2 3 4 5 EOS
- d) Osallistun salibandyaiheisilla keskustelufoorumeilla käytävään keskusteluun.....1 2 3 4 5 EOS
- e) Katson Hapteen pelien maalikoosteet Youtubesta.....1 2 3 4 5 EOS
- f) Twiittailen tai muuten osallistun salibandykeskusteluun sosiaalisessa mediassa..... 1 2 3 4 5 EOS
- g) Kirjoitan itse juttuja salibandyaiheisilla sivustoilla.....1 2 3 4 5 EOS
- h) Seuraan salibandya vedonlyönnin näkökulmasta.....1 2 3 4 5 EOS

11. Hapteen kannattaminen

- a) Minulle on peleissä tärkeää se, että Happee voittaa.....1 2 3 4 5 EOS
- b) Hapteen tappio vaikuttaa mielialaani vielä pelin jälkeenkin.....1 2 3 4 5 EOS
- c) Osoitan suosiota kotijoukkueen onnistumisille usein.....1 2 3 4 5 EOS
- d) Häiritsen/ osoitan mieltäni vastapuolen pelaajille/ tuomarille usein..1 2 3 4 5 EOS

- e) Osallistun tunnelman luomiseen usein laulamalla/ rummuttamalla....1 2 3 4 5 EOS
- f) Koen olevani Happeen tai salibandyn vakituinen seuraaja.....1 2 3 4 5 EOS
- g) Koen kuuluvani Happeen faneihin.....1 2 3 4 5 EOS
- h) En koe Happeeta erityisen tärkeäksi asiaksi elämässäni.....1 2 3 4 5 EOS
- i) Minulla on suosikkipelaaja, jonka otteita seuraan peleissä erityisesti1 2 3 4 5 EOS

12. Salibandyn tuntemus

- a) Osaan salibandyn säännöt mielestäni hyvin.....1 2 3 4 5 EOS
- b) Ymmärrän salibandyn pelillisiä taktiikoita.....1 2 3 4 5 EOS
- c) Tiedän Happeen pelaajien nimet.....1 2 3 4 5 EOS
- d) En ymmärrä usein salibandyyn liittyviä sanoja tai termejä.....1 2 3 4 5 EOS
- e) Tiedän Salibandyliigan muut joukkueet.....1 2 3 4 5 EOS
- f) Muistan tilastoja ja yksityiskohtia Salibandyliigan edellisiltä kausilta.....1 2 3 4 5 EOS
- g) Vertaan usein mielessäni salibandypelissä pelaajien suorituksia tai tilanteita tutumpien lajien vastaaviin suorituksiin tai tilanteisiin.....1 2 3 4 5 EOS
- h) Muut salibandyn kotimaiset sarjatasot eivät kiinnosta minua1 2 3 4 5 EOS
- i) Seuraan muiden maiden salibandyliigoja.....1 2 3 4 5 EOS

IV Salibandyn merkitykset

Ilmaise (ympyröi numeroista) nyt samaan tapaan kuin osiossa III kuvaavatko seuraavat salibandyn katsomiseen liittyvät väittämät itseäsi:

Ei kuvaa ollenkaan (1) - Kuvaa jonkin verran (2) - Kuvaa melko hyvin (3) - Kuvaa hyvin (4) - Kuvaa täydellisesti (5) - En osaa sanoa (EOS)

- 13. a) Mielestäni salibandyotteluun on mukavampi tulla ystävän tai kavერიporukan kanssa, kuin yksin.....1 2 3 4 5 EOS
- b) Mielestäni salibandyotteluun on mukavampi tulla perheenjäsenen kanssa, kuin yksin.....1 2 3 4 5 EOS
- c) En pidä salibandyn seuraamista niin trendikkäänä, kuin joidenkin muiden urheilulajien seuraamista.....1 2 3 4 5 EOS
- d) Pidän salibandyotteluita jännittävinä.....1 2 3 4 5 EOS
- e) Salibandyotteluissa pystyn unohtamaan arjen huolet.....1 2 3 4 5 EOS
- f) Salibandyotteluissa voin purkaa tunteita.....1 2 3 4 5 EOS
- g) Huumori kuuluu mielestäni hyvään ottelutapahtumaan keskeisesti..1 2 3 4 5 EOS
- h) Salibandyotteluissa on mielestäni hyvä tunnelma.....1 2 3 4 5 EOS
- i) Salibandyn pelilliset yksityiskohdat ja niiden seuraaminen on minusta kiinnostavaa.....1 2 3 4 5 EOS

- j) Vähämaalainenkin ottelu voi olla minusta kiinnostava.....1 2 3 4 5 EOS
 k) Hyvät oheispalvelut ovat minulle otteluissa tärkeitä (kioski ym.)...1 2 3 4 5 EOS

V Salibandyyn sosiaalistuminen

14. Arvioi (ympyröi numeroista) kuinka suuri vaikutus seuraavilla asioilla on ollut siihen, että olet päättänyt seuraamaan Happeeta:

1= Ei ollut mitään vaikutusta ... 8 = Oli todella suuri vaikutus, En osaa sanoa (EOS)

Perhe.....	1	2	3	4	5	6	7	8	EOS
Kaverit.....	1	2	3	4	5	6	7	8	EOS
Koulu.....	1	2	3	4	5	6	7	8	EOS
Paikallinen kulttuuri.....	1	2	3	4	5	6	7	8	EOS
Salibandyharrastus.....	1	2	3	4	5	6	7	8	EOS
Tiedotusvälineet (TV, lehdet, sosiaalinen media ym.).....	1	2	3	4	5	6	7	8	EOS

15. Nimeä omin sanoin yksittäinen henkilö tai asia, jolla arvioit olleen suurin vaikutus siihen, että olet päättänyt seuraamaan Happeeta:

VI Taustatietoja

Ympyröi annetuista vaihtoehdoista tai kirjoita riville:

16. Kotikunta: _____

17. Oletko tällä hetkellä
 Työssä Yrittäjä Työtön Opiskelija / koululainen Eläkeläinen Varusmies
 Muu, mikä? _____

18. Ylin koulutusaste
 Peruskoulu / kansakoulu / keskikoulu
 Ammattikoulu / ammatillinen koulutus
 Lukio / ylioppilastutkinto
 Ammattikorkeakoulu tai opisto
 Korkeakoulu
 Muu, mikä? _____

19. Ikä _____ vuotta

20. Sukupuoli
 a. Mies
 b. Nainen
 c. Muu

Kiitos vastauksistasi!

LIITE 2. Happeen seuraamisen muodot. Korrelaatiomatriisi.

		Koti	Vieras	Stream	Fan- ituot.	Muu urheilu	SoMe	Lehdet	Netti	YouTube
Kotiotteluvierailut viime kaudella	ρ		0,43	0,53	0,54	-0,11	0,46	0,47	0,48	0,37
	α		0	0	0	0,08	0	0	0	0
	n		264	264	264	265	263	264	263	263
Vierasotteluvierailut viime kaudella	ρ	0,43		0,42	0,36	-0,1	0,35	0,21	0,39	0,38
	α	0		0	0	0,09	0	0	0	0
	n	264		263	263	264	262	263	262	262
Katsotut internet- tai TV-lähetykset viime kaudella	ρ	0,53	0,42		0,35	-0,07	0,52	0,41	0,54	0,47
	α	0	0		0	0,26	0	0	0	0
	n	264	263		263	264	262	263	262	262
Omistetut fanituotteet	ρ	0,54	0,36	0,35		-0,16	0,33	0,32	0,4	0,33
	α	0	0	0		0,01	0	0	0	0
	n	264	263	263		264	262	263	262	262
Muut vierailut urheilutapahtumissa vuodessa, jos salibandya ei lasketa	ρ	-0,11	-0,1	-0,07	-0,16		-0,01	0,03	0,04	0,02
	α	0,08	0,09	0,26	0,01		0,91	0,69	0,49	0,70
	n	265	264	264	264		263	264	263	263
Luen ja katson paljon Happeen sosiaalisen median sisältöjä	ρ	0,46	0,35	0,52	0,33	-0,01		0,46	0,73	0,49
	α	0	0	0	0	0,91		0	0	0
	n	263	262	262	262	263		262	261	261
Luen Happeeseen liittyvät jutut sanomalehdistä	ρ	0,47	0,21	0,41	0,32	0,03	0,46		0,54	0,29
	α	0	0	0	0	0,69	0		0	0
	n	264	263	263	263	264	262		262	262
Luen paljon Happeeseen liittyviä uutisia salibandyaiheisilla nettisivuilla	ρ	0,48	0,39	0,54	0,4	0,04	0,73	0,54		0,56
	α	0	0	0	0	0,49	0	0		0
	n	263	262	262	262	263	261	262		261
Katson Happeen pelien maalikoosteet YouTubeista	ρ	0,37	0,38	0,47	0,33	0,02	0,49	0,29	0,56	
	α	0	0	0	0	0,7	0	0	0	
	n	263	262	262	262	263	261	262	261	

LIITE 3. Henkilö tai asia, jolla on ollut suurin vaikutus siihen, että on päätynt seuraamaan Happeeta. Luokittelu ja frekvenssit (n=265).

Henkilö tai asia, jolla on ollut suurin vaikutus siihen, että vastaaja on päätynt seuraamaan Happeeta	%	Frekvenssi
Perhe (1)	33	87
Isä	2	6
Äiti	0	1
Veli/sisko	0	1
Perhe (yleisesti)	2	4
Sukulainen	1	3
Puoliso	1	3
Perheen tai sukulaisen harrastu/ tai pelaaminen	3	9
Lapsi / lapsenlapsi	9	23
Lapsen tai lapsenlapsen harrastus/ pelaaminen	14	37
Ystävä/ seurustelukumppani (2)	4	11
Ystävä	3	7
Seurustelukumppani	1	2
Ystävän tai seurustelukumppanin harrastus/ pelaaminen	1	2
Salibandy maailman muut roolit (3)	8	20
Oma salibandyharrastus	5	14
Jokin salibandyyn liittyvä vapaaehtoisrooli	1	2
Työ	2	4
Markkinointi/menestys/lajitekijät (4)	6	17
Seuran markkinointiansiot	4	10
Seuran menestys	0	1
Lajin kiinnostavuus	2	6
Joukkueen pelaaja tai valmentaja/ entinen sellainen (5)	20	52
Henkilö, johon suhdetta ei voida määritellä (6)	5	12
Paikallisuus (7)	6	17
YHTEENSÄ	82	216
Puuttuu	19	49
	100	265