

LAJIVANHUKSEN UUDET TUULET: Jalkapallon luovien yrittäjyysurheilijoiden identiteetit ja kulttuurinen merkityksenanto

Joakim Särkivuori

Liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkielma
Liikuntatieteellinen tiedekunta
Jyväskylän yliopisto
Kevät 2021

TIIVISTELMÄ

Särkivuori, J. 2021. Lajivanhuksen uudet tuulet: Jalkapallon luovien yrittäjyysurheilijoiden identiteetit ja kulttuurinen merkityksenanto. Liikuntatieteellinen tiedekunta, Jyväskylän yliopisto. Liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkielma, 133 s., 2 liitettä.

Nuorisokulttuurinen liikunta ja vaihtoehtolajien suosion nousu ovat eriytyneen liikuntakulttuurin aikakauden ilmiöitä. 2020-luvun sosiaalinen media on uusi väline lajialakulttuureihin sosiaalistumisessa, oman kehityksen seuraamisessa ja jopa oman osaamisen kaupallistamisessa. Jälkmoderni kulutusyhteiskunta tarjoaa jokaiselle jotakin myös liikunnassa ja urheilussa. Luova yrittäjyysurheilu on tällaisen toimeliaisuuden ammattimaistunut muoto ja niche-markkina, joka tarjoaa uraväylän lahjakkuuksille, joiden pitkäjänteisyys ja riskinotto kyky yhdistyvät luovuuteen ja taiteelliseen silmään audiovisuaalisessa teknologiassa.

Tässä liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkielmassa tutkittiin kuuden jalkapallon luovan yrittäjyysurheilijan motiiveja, identiteettejä, toiminnan kulttuurista merkityksenantoa sekä työekosysteemiä luovilla aloilla. Informanteista (n=6) kolmen ammatillinen kiinnostuksen kohde oli freestylejalkapallo ja kolmen jalkapallovideot; voidaankin puhua ”freestyleista” ja ”trick shot -koulukunnasta”. Tutkimus on laadullinen. Informanteja haastateltiin puoliavoimen teemahaastattelun metodein ja tutkimustulokset analysoitiin teoriaohjaavalla sisällönanalyysillä. Teoreettinen viitekehys nojaa nuorisokulttuuristen lajien tutkimukseen, myöhäismoderniin alakulttuuriteoriaan ja alakulttuurisen pääoman käsitteen myötä Bourdieun distinktioteoriaan, sekä myös luovuuden ja yrittäjyyden tutkimukseen.

Tutkimustulokset osoittavat, että freestylejalkapalloyhteisössä vallitsee keskinäinen kunnioitus ammatillisista aloittelijoihin. Kunnioitusta kerrytetään ennen kaikkea alakulttuurisella pääomalla eikä kilpailumenestyksellä. Lajiteknisiksi ansioiksi käsitetään etenkin tyyli ja luovuus. Jalkapallovideoihin keskittyvien kulttuurinen merkityksenanto liittyy enemmän omaan brändiin ja uraan, mutta urheilusuoritukset ja taiteellisuus ovat silti samalla tavalla symbioosissa. Luovan alan yrittäjyys vaatii seikkailijaluonnetta, rohkeutta, kunnianhimoa ja valmiutta tinkiä säännöllisen elämän mukavuuksista. Jotta freestylejalkapalloilija voi tehdä lajistaan ammatin, on hänestä käytännössä tultava luova yrittäjyysurheilija.

Vaihtoehtolajialakulttuurien kaupallistumisviihitys on kenties suurempaa kuin aikaisemmin. Sosiaalinen media muokkaa ja määrittelee alakulttuurista pääomaa hyvin aktiivisesti. Uudet lajit vievät liikuntakulttuuria muutenkin suuntaan, jossa se ei vielä koskaan ole ollut. Toisaalta sosiaalisen median ja urheilun sekoituksen merkityssisällöistä liikuntasosiologia voi löytää myös joitain pieniä ratkaisuja vähenevän fyysisen aktiivisuuden ongelmaan. Myös luovan yrittäjyysurheilun alati kasvavat rahavirrat osana jälkmodernia urheiluteollisuutta kaipaavat lisää ahkerampaa akateemista tutkimusta.

Asiasanat: Liikuntakulttuuri, jälkmoderni, identiteetti, alakulttuuri, jalkapallo, yrittäjyys, luovat toimialat, vaihtoehtolajit, sosiaalinen media

ABSTRACT

Särkivuori, J. 2021. Something old and something new: Identities and cultural significance of footballers as entrepreneur athletes. Faculty of Sport and Health Sciences, University of Jyväskylä. Master's thesis in Social Sciences of Sport, 133 pp., 2 appendices.

Sport-related youth subcultures and growing popularity of alternative sports are phenomena of the era of differentiated sports culture. The social media of the 2020s is a new tool for socializing to the subcultures, following one's own development and even commercializing one's own skills. The postmodern consumer society offers something for everyone also in the field of sport and exercise. Creative entrepreneurship in sport is a professional form of such activity and a niche market that provides a career path for talents whose perseverance and risk-taking are combined with creativity and an artistic eye in audiovisual technology.

This master's thesis in social sciences of sport examined motives, identities, cultural significance and the work ecosystem in creative industries of six creative entrepreneur athletes in football. Out of six informants, three had their professional interests in freestyle football and three in football videos; "freestyle-" and "trick shot" -schools could then be separated. The research is qualitative. The data consisted of half-structured thematic interviews which were interpreted in theory-guided content analysis. Theoretical framework of the study relies on previous studies on sport-related youth subcultures, creativity and entrepreneurship as well as on postmodern subcultural theory and with the concept of subcultural capital, on Bourdieu's theory of habitus.

There is mutual respect in the freestyle football community from professionals to beginners. Respect is built above all on subcultural capital and not merely on competitive success. Style and creativity in particular are understood as merits in the community. The cultural significance of those who focused on football videos was more related to their own brand and career, but sports performance and artistry were still in symbiosis. Entrepreneurship in the creative industries requires an adventurous nature, courage, ambition and a willingness to compromise on the comforts of a regular life. In order for a freestyle football player to become a pro, he or she must practically become a creative entrepreneur athlete.

The commercialization appeal of subcultures in alternative sports is perhaps greater than in the past. Social media modifies subcultures and defines subcultural capital very actively. New sport disciplines are taking sports culture in a direction where it has never been before. Research on the mix of social media and sport subcultures can also help sport sociology to develop some small solutions to the problem of reducing physical activity. On the other hand, the ever-increasing cash flows of creative entrepreneurship in sport as part of the postmodern sport industry deserve more diligent academic research.

Keywords: Sports culture, postmodern, identity, subculture, football, entrepreneurship, creative industries, alternative sports, social media

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

1 JOHDANTO.....	1
2 LIIKUNTAKULTTUURIN MURROS	4
2.1 Liikuntaa vai urheilua?	5
2.2 Liikuntakulttuurin eriytyminen.....	8
2.3 Nuorisokulttuurinen liikunta ja vaihtoehtolajit.....	13
2.4 Elämäntapaurheilun, median ja olympialiikkeen kulttuuripolitiikka	19
3 LUOVAA KULTTUURIA: JÄLKIMODERNI URHEILUTEOLLISUUS	25
3.1 Urheiluteollisuuden kaupallinen ja kulttuurinen kehittyminen	26
3.2 Luovat toimialat ja luova yrittäjyys.....	29
3.3 Luova yrittäjyysurheilu.....	34
4 KULTTUURINTUTKIMUS VIITEKEHYKSENÄ.....	43
4.1 Kun kulttuurintutkimus kiinnostui urheilusta: alakulttuuritutkimus	44
4.2 Jälkialakulttuuritutkimus ja myöhäismoderni alakulttuuriteoria.....	49
4.3 Bourdieun distinktioteoria ja alakulttuurinen pääoma.....	54
5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	59
5.1 Tutkimustehtävät	59
5.2 Tieteenfilosofiset kytkennät	60
5.3 Haastatteluaineisto ja sen keruu	62
5.4 Teoriaohjaava sisällönanalyysi.....	65
5.5 Tutkimusetiikka	70
6 TULOKSET.....	73
6.1 Freestylejalkapallon ja jalkapallovideoiden ristiriita – onko sitä?	73

6.2	Motiivit ja yksilöllinen identiteetti: Erottuvia ja yrittäjiä.....	77
6.2.1	Halu tehdä itse	78
6.2.2	Elinikäinen side jalkapalloon.....	80
6.2.3	Epävarmuuden hyväksyminen.....	82
6.3	(Laji)kulttuurinen merkityksenanto: Urheilun ja taiteen vuoropuhelu	84
6.3.1	Luovuus ja taiteellisuus	85
6.3.2	Autenttisuus ja vapaus	87
6.3.3	Ristiriitaista kilpailullisuutta.....	90
6.3.4	Yhteisöllisyys	95
6.4	Luovan yrittäjyysurheilun työekosysteemi: Kauneus katsojan silmissä	101
6.4.1	Henkilöbrändi ja työ elämänsisältönä.....	101
6.4.2	Kaupalliset yleisöt onnistumisen mittarina.....	104
6.4.3	Moninainen ansaintarakenne	106
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	111
7.1	Miltä nyt tuntuu? Keskeisimmät tutkimustulokset ja päätelmät	111
7.2	Miten meni omasta mielestä? Reflektointi, kritiikki ja luotettavuus	115
7.3	Mitä seuraavaksi? Jatkotutkimusehdotukset	118
	LÄHTEET	122
	LIITTEET	134

1 JOHDANTO

Jalkapallo on yksi maailman vanhimmista urheilumuodoista. Laji on käynyt läpi vaiheet turuilla ja toreilla tapahtuneesta joukkopotkiskelusta organisoiduksi lajiksi ja työväenluokan symboliksi, sekä siitä edelleen aina nykyiseen muotoonsa asti. Jalkapalloevoluution huipulla on 2020-luvulla globaalin julkisuusmarkkinallisen huippu-urheilun tuote – urheilujumalien ja kapitalismin yhteinen lapsi. (Nevala 2012.) Liikuntasosiologinen jalkapallotutkimus ei toistaiseksi ole huomionnut, että on olemassa jalkapallon harrastajien ja kuluttajien joukko, joka kokee lajin elämäntavallisena sisältönä luovien toimialojen välinein kilpaurheilun eetoksen sijaan. Voidaankin puhua jalkapallon elämäntapaurheilullisista muodoista ja ’luovista yrittäjyyssurheilijoista’ (ks. Ojala 2015) – kaikista heistä, jotka ovat tehneet jalkapallosta itselleen ammatin perinteisestä eroavalla tavalla. On tarpeen, että myös suurten ja perinteisten lajien, kuten jalkapallon, kontekstissa suunnataan tutkimuksellinen katse kyseisen lajin termistöönkin osuvasti ’boksin ulkopuolelle’: ei sinne, missä eniten tapahtuu vaan sinne, mikä usein jää piiloon.

Freestylejalkapallo on musiikkia, tanssia ja jalkapallolla temppuilua yhdistelevä urheilun ja taiteen muoto. Tavoitteena on viihdyttää yleisöä sekä tehdä kilpailuissa parempia ja näyttävämpiä temppuja kuin vastustajat. Täysipäiväisiä freestylejalkapalloilijoita on maailmassa hieman yli 10 000. Harrastajien todellista lukumäärää voidaan hakea myös valtavirtajalkapallon harrastajamäärien kautta: onhan jokainen jalkapalloilija temppuillut pallolla joskus. Lajin osin tiedostamatonta harrastuneisuutta voidaan epäillä niinkin korkeaksi kuin 400 miljoonaa ihmistä. (World Freestyle Football Association s.a.) Suomessa freestylejalkapallon kattojärjestö on Freestyle Finland. Olympiakomitean varsinainen jäsen liitto ei kuitenkaan ole (Olympiakomitea s.a.).

Freestylejalkapalloilijoiden ammattimaistuminen edellyttää henkilöbrändin luomista tai vähintään yhteistyökumppanuuksien solmimista sosiaalisessa mediassa. Sisällöntuotantoon saatetaan sekoittaa kevyempiä, valtavirtajalkapalloon kallellaan olevia videoita. Tuolloin voidaan puhua myös puhtaasta ’trick shot’ -koulukunnasta, jonka sisällöntuotannoissa freestylejalkapalloa näkee harvoin, mutta jolla usein kuitenkin on juurensa lajissa.

Yksityisyrittäjämäinen toiminta sosiaalisen median, liikunnan ja urheilun rajapinnoilla saattaa näyttäytyä yhä houkuttelevammalta uravalinnalta tulevaisuuden sukupolville.

Esitän tutkielmassani freestylejalkapallon kuuluvan vaihtoehtolajien joukkoon. Vaihtoehtolajien symbioosi sosiaalisen median kanssa on todettu jo useissa tutkimuksissa (ks. alaluvut 2.4 ja 3.3). Olen samaa mieltä esimerkiksi Woermannin (2012) kanssa siitä, että sosiaalisen median merkitys on aiemmin saatettu kokea liian yksioikoiseksi. On kysyttävä, mikä merkitys on kaikella sillä, mikä tekee somesta sosiaalisen: katsojamäärillä, kommentteilla, arvosteluilla, hashtagilla, kanavatilauksilla ja tykkäyksillä. Mikä on muuttunut prosessissa, jossa alakulttuuriset tuotannot ovat siirtyneet DVD-levyiltä ja erikoislehdistä sosiaalisen median osa-alueeksi ja verkkovälitteiseksi kulttuuriseksi merkityksenannoksi? Sen sijaan, että sosiaalisen median sisällöt nähdään yksinomaan *saavutettuna päämääränä*, tulisi ne käsittää *keinona saavuttaa* tiettyjä päämääriä – kuten ammattimaistuminen. (Ks. Woermann 2012.)

Tutkielmassani olen kiinnostunut informanttieni kulttuurisesta merkityksenannosta, joten päätin valita kulttuurintutkimuksellisen lähestymistavan ohjaamaan teoriapohjaani. Alakulttuuritutkimus puolestaan on tälle luonnollinen jatkumo ja lisäksi varsin yleinen tapa tutkia nuorisokulttuurista liikuntaa ja vaihtoehtolajiyhteisöjä. Lähdekirjallisuudesta itselleni tärkeimpinä ovat näyttäytyneet lumilautailua tutkineiden Anna-Liisa Ojalan (2015) ja Riitta Hännisen (2012) väitöskirjat, sillä molempien töiden teoreettiset viitekehykset ammentavat myöhäismodernista alakulttuuriteoriasta. Tätä hyödynnän itsekin sen yhteisöllisyyden kuvailuissa, joka elämäntapaurheilun tutkimiseen erottamatta kuuluu. Lisäksi Ojala lanseerasi luovan yrittäjyydurheilijan käsitteen, jota ilman tutkimustehtäväni olisi saattanut olla hankalaa sanoittaa. Myös Niklas Woermannin vaihtoehtolajit, sosiaalisen median ja alakulttuuriset uudistumisprosessit yhdistävään tutkimustyöhön tutustuminen toimi kirjallisuuskatsauksen haasteellisimpina hetkinä jopa pandoran lippaana.

Opin tutkielmani teoriapohjaa rakentaessa, että alakulttuurisen viitekehyksen käyttöä vaihtoehtolajitutkimuksessa on 2010- ja 2020-luvulla perusteltava paljon laveammin kuin aikaisempina vuosikymmeninä. Perinteinen alakulttuuriteoria tarjoaa heikohkot välineet 2020-luvun vaihtoehtolajien tutkimiseen, johtuen etenkin kyseisten lajien ja urheilijoiden räjähdysmäisestä kaupallistumiskehityksestä. Esimerkiksi Hänninen (2012), Ojala (2015), Rannikko (2018) ja Snyder (2012) ovat kuitenkin yhtä mieltä siitä, että vaihtoehtolajeja voi ja

pitää edelleen tarkastella alakulttuuriteorian avulla, vaikka puhuttaisiinkin lajien ammattilaisista. Myöhäismoderni alakulttuuriteoria huomioikin alakulttuuristen vaihtoehtolajien kaupallistumiskehityksen ja kysyy, mikä sen merkitys on.

2020-luku jatkaa 'jätkimoderniksi' luonnehdittua yhteiskunnallista ajanjaksoa. Jätkimodernin merkitys tutkielmalleni piilee länsimaisten ihmisten uudenlaisissa tavoissa tehdä ja käsittää työtä, sekä toisaalta entistä voimakkaammasta yksilöllisyydestä juontuvassa uusyhteisöllisyydessä. (Ks. Giulianotti 2016, 189–190.) Nämä trendit vaikuttavat voimakkaasti myös suomalaisen liikuntakulttuuriin. Käytän juuri jätkimodernin käsitettä – enkä esimerkiksi 'postmodernin' tai 'myöhäismodernin' – sillä se on näistä suomalaisen liikuntasosiologiaan vakiintunein. Yhteistä kaikille kyseisille käsitteille on eronteko moderniin ja modernismiin, omista näkökulmistaan. (Ks. Itkonen 2012; Ojala & Itkonen 2014.)

Jätkimodernit länsimaiset yhteiskunnat ovat organisoituneet työn ympärille. Työn tekemisen tavat ovat kuitenkin muuttuneet digitalisaation myötä. Tämä näkyy asioiden automatisoitumisessa sekä siinä, että ammatinharjoittaminen voi olla aika- ja paikkasidonnaisuudesta vapaata. Urheiluteollisuuskin pyrkii jatkuvasti oppimaan niistä mahdollisuuksista, joita jätkimoderni yhteiskunta antaa uran rakentamiseen ja ammatin harjoittamiseen. (Aaltonen 2016, 18.) Luovat alat puolestaan ovat näyttäneet esimerkkiä työelämän murroksesta (Florida 2002, 12–13).

Tutkimus etenee johdannon jälkeen siten, että seuraavaksi pääluvussa 2 käyn läpi aiempaa nuorisokulttuurisen liikunnan tutkimusta sekä pohdin vaihtoehtolajien suhdetta perinteiseen huippu-urheiluun. Pääluvussa 3 kuvailen jätkimodernin urheiluteollisuuden ja työelämän kehityskulkuja, joiden seurausta luovan yrittäjyyden kaltaisen ilmiön nousu nähdäkseni on. Tuon myös esiin aiempaa tutkimustietoa luovasta yrittäjyydestä. Tämän jälkeen pääluvussa 4 esittelen myöhäismodernin alakulttuuriteorian juuria klassisessa alakulttuuri- ja kulttuurintutkimuksessa. Pierre Bourdieun distinktioteorian esittelylle on varattu oma alalukunsa, sillä alakulttuurisen pääoman käsite on alkujaan johdettu tästä sosiologian klassikosta. Pääluvussa 5 avaan tutkimukseni tieteenfilosofian, metodologian, aineistonkeruun ja analyysimetodit sekä tutkimuseettiset pohdinnat. Viimeisissä pääluvuissa 6 ja 7 esittelen tutkimustulokseni sekä niistä tekemäni keskeisimmät johtopäätökset. Reflektoin myös omaa tutkimustyötäni ja hahmottelen sopiviksi katsomiani jatkotutkimusaiheita.

2 LIKUNTAKULTTUURIN MURROS

Uudenlaiset urheilulajit keräävät jatkuvasti suosiota ympäri maailman ja avaavat samalla uusia mahdollisuuksia nuoremmille sukupolville (Ratten 2019, 1–18). Sosioekonomiset kehityskulut eivät aiheuta ainoastaan urheilun rakenteellisia muutoksia, vaan muokkaavat niitä arvoja, joita urheiluun liitetään. Siten urheilun muutosprosessit luovat uudenlaisia organisaatioita, yhteisöjä ja elämäntyyliä sekä sosiaalisia, kulttuurisia ja rakenteellisia käyttäytymismalleja urheilun ympärille. (Dadelo 2020.) Median eriytyminen ja sosiaalinen media tarjoavat uudenlaisia edellytyksiä ja mahdollisuuksia mediaurheilulle eli urheilun kuluttamiselle median kautta (Turtiainen 2012, 97). Ainakin toistaiseksi vaikuttaisi siltä, että alakulttuuriset vaihtoehtolajit sekä e-urheiluyhteisöt ovat onnistuneet uusia sukupolvia sitouttavan sisällön tuottamisessa perinteisiä lajiliittoja ja urheiluseuroja paremmin.

Nykyajan nuoruus on epävarmuuden sävyttämä elämänvaihe, josta aikaisemmillä sukupolvilla ei ole vastaavaa kokemusta. Toisaalta riskit, jotka vanhemmat sukupolvet joutuivat kohtaamaan, eivät enää samassa mittakaavassa vaikuta nykynuoriin ja nuoriin aikuisiin. Nuoruuden vaihe koetaan nykypäivänä myös ajallisesti pidemmäksi jaksoksi kuin ennen. Nuoruutta leimaa refleksiivinen individualismi, joka korostaa voimakasta yksilöllisyyttä ja vapautta. Kontrastina menneeseen aikaan nykyajan nuoruuden vaihe ei tarvitse tyyllistä yhtenäisyyttä, toisten ihmisten kasvokkaista vuorovaikutusta tai kollektiivista tietoisuutta jostakin erityisestä tyyliunnasta tai skenestä. (Rannikko 2018, 11–19.) Elämältään on mahdollista hakea eri asioita kuin muutama vuosikymmen sitten, koska siihen on nyky-yhteiskunnassa mahdollisuus.

Sekä Y- (1990-luvulla syntyneiden) että etenkin Z-sukupolven (2000-luvulla syntyneiden) urheilun seuraaminen ja harrastaminen on erilaista verrattuna aiempiin sukupolviin. He hakevat urheilun katsomiselta ja urheilutapahtumista elämyksiä ja tarinoita, eivätkä vain voittoja ja tappioita. Urheilutähtien tyyllillä, ulkoisella habituksella ja yksityiselämällä on yhtä suuri vaikutus kuin itse kentän tapahtumilla. 2020-luvulla on jo totuttu siihen, että parhaimmatkin pelaajat saattavat vaihtaa edustamaansa seuraa ja tämä koetaan normaalina. Uusi media on mahdollistanut urheilun elämisen sananmukaisesti 24/7, ja Z-sukupolvi haluaakin kuluttaa urheilua suorien lähetysten lisäksi suoratoistopalveluista opitun logiikan mukaisesti myös

podcasteista ja makasiiniohjelmista – näistä uuden sukupolven urheiluruuduista. Kaiken tämän päälle vaihtoehtolajien suosio on joidenkin arvioiden mukaan jo kavunnut perinteisten urheilulajien rinnalle. (The Future of Sports 2016.)

Y- ja ennen kaikkea Z-sukupolvea ympäröi rajattomat mahdollisuudet harrastaa tai vähintään kuluttaa urheilulajeja, jotka juuri heitä kiinnostavat. Mitkä tekijät ovat vaikuttaneet siihen, että liikunnan ja urheilun harrastamisen perinteiset muodot eivät enää vedä lapsia ja nuoria puoleensa siinä määrin kuin ennen? Kilpaileeko urheilun harrastamisen ja vapaamuotoisen 'hengailun' parhaat puolet yhdistävä nuorisokulttuurinen liikunta tavoitteellisen lajiharjoittelun kanssa? Onko nykynuoren luonnollista ajautua perinteisen seurassa liikkumisen sijaan elämäntapaurheilun 'pro-amatööriksi' tai jopa ammattilaiseksi – siis luovaksi yrittäjyydurheilijaksi?

2.1 Liikuntaa vai urheilua?

“Koko jalkapallon funktionaalisen järjestelmän ydin on voitosta kamppaileminen.” -Jyri Puhakainen, Suunnanmuutos-jalkapalloblogi 4/2020.

Kilpaurheilun logiikka on yksinkertainen. Siinä on säännöt, joiden mukaan kilpaillaan ja joiden perusteella on helposti määritettävissä, kuka voittaa. Siirtyminen kilpaurheilusta huippu-urheiluun on yhtä selkeää: tietyt säännöt määrittävät, mikä suoritus on toista parempi ja siten kuka on ketäkin menestyksekkäämpi. Näin urheiluun muodostuu luonnollinen, ansioihin ja palkintoihin perustuva eliitti, jonne on lunastettava paikkansa. Nämä 'huippu-urheilun' eliitit kilpailevat kussakin lajissa kansainvälisesti muiden maiden parhaita vastaan. (Lindfelt 2012.)

Huippu-urheilun kasvaneen yhteiskunnallisen vaikutusvallan myötä urheilu on kaupallistunut ja siitä on tullut bisnesinstrumentti. Huippu-urheilua leimaa kolme globaalia voimaa: kaupallistuminen, medialisoituminen ja ammattimaistuminen. Huippu-urheilun totaalinen ammattimaistuminen yhdessä sen kaupallisen vetovoiman ja volyymin kanssa on johtanut siihen, että urheilu on irronnut juuriltaan. Huippu-urheilu ei enää ole suuren kansan silmissä niin vetovoimainen asia kuin vielä muutama vuosikymmen sitten – se on aivan eri asioista rakennettu kokonaisuus ruohonjuuritason harrastustoimintaan ja arkipäivän liikunnallisuuteen

verrattuna. (Lindfelt 2012; Margaritis 2019, Dadelon 2020 mukaan.) Dadelo (2020) huomauttaa osuvasti, että tästä huolimatta suurimmat urheiluorganisaatiot pyrkivät silti luomaan kuvaa utopistisesta, yhtenäisestä globaalista urheiluperheestä.

Peräti 70 prosenttia urheiluun ja liikuntaan kulutettavasta rahasta on peräisin kotitalouksista. Liikuntakulttuuri elää ja muotoutuu ihmisten yksilöllisten valintojen perusteella, eikä huippu-urheilun tilasta huolestuneista valtiollisista strategioista. (Aaltonen 2016, 11.) Liikuntaa ja urheilua ei voi väkisin muovata kilpailullisemmaksi, ei-kilpailullisemmaksi, lapsiystävällisemmäksi, pehmeämmäksi tai kovemmaksi ympäristöksi. Liikuntakulttuuri muotoutuu kulutuksellisten valintojen myötä, ja huippu-urheilu kyllä vetää jatkossakin puoleensa niitä, jotka elävät ja hengittävät juuri kilpailemisesta ennalta määrättyjen sääntöjen puitteissa.

Liikunnan ja urheilun antama hyöty yhteiskunnalle on monisäkeinen ilmiö, ja menestyspuhunnan sijaan tulisikin tunnistaa liikuntakulttuurin laajat yksilöille ja yhteisöille tarjoamat mahdollisuudet. Liikunnan ja urheilun kasvot ovat 2020-luvulla monitahoiset – työhyvinvoinnista viihdeteollisuuteen ja urheilun arvokisoihin. Olympiamenestyjät voidaan tietyllä tapaa nähdä vain eräänlaisena liikunta- ja urheilukulttuurin hybridin urheilullisuuspuolen ääripäänä. (Aaltonen 2016, 13; Lipponen 2017, 17.) Usein valtiollisella tasolla esimerkiksi olympiamitalit yhdistetään esikuvien voimaan – enkä halua urheilijaesikuvien merkitystä tässä kohtaa aliarvioida – mutta tosiasia on, että uusien sukupolvien idolit ovat yhtä useasti, elleivät useammin, Instagramissa, YouTubessa ja Twitchissä kuin perinteisessä urheilumediassa.

Suomalainen liikuntatieteellinen tutkimus on mieltynyt käyttämään liikuntakulttuurin käsitettä puhuessaan urheilukulttuurisistakin ilmiöistä, kuten huippu-urheilumenestyksestä, mediaurheilusta tai pelaajakehityksestä. Rajanveto liikunta- ja urheilukulttuurin välillä on vaikeaa, eikä kyse tietenkään ole toisilleen vastakohtaisista ilmiöistä. (Ks. Lindfelt 2012; Turtiainen 2012, 10.) Kuitenkin käytettäessä käsitteitä huolettomasti sekaisin on vaarana, että huippu-urheilullisiin asioihin sekoitetaan vähemmän vakavia ja epäolennaisia tavoitteita, tai vastaavasti toisinpäin huippu-urheiludiskursseista tutut määritelmät alkavat tunkeutua terveyden edistämiseen, kuntoliikuntaan tai lasten kevyeen harrastustoimintaan. Osittain tähän vaikuttaa suomalaisen urheilun tärkeimmän kattojärjestön Olympiakomitean sateenvarjorooli

kaiken liikkumisen ja urheilumisen ylimpänä toimielimenä. Olympiakomitea on halunnut luoda itsestään niin huippu-urheilumenestyksestä kuin arkipäivän liikunnallisuudestakin vastuussa olevaa kuvaa ja brändiä. Etenkin liikuntatieteen kentällä tämä järjestely on 2020-luvulle tultaessa käsitetty yhä ongelmallisemmaksi (Kokkonen 2020; Kokkonen & Stenvall 2015; Lehtonen & Stenvall 2019).

Tutkielmassani korostan nuorisokulttuurisen liikunnan etiikan mukaisesti sitä kulttuuri- ja sosiaalistamispotentiaalia, jota eri liikuntamuodot sisältävät. Niin sanotuissa vaihtoehtolajeissa kilpailumenestys on useimmiten toissijaisessa asemassa verrattuna yhteisöllisyyden kaltaisiin normeihin. Silti näiden lajien tarjoama potentiaali elinikäiseen liikunnallisuuteen tai fyysisen aktiivisuuden edistämiseen on asia, jota liikunnan ja urheilun julkisessa keskustelussa ei useinkaan ymmärretä ottaa huomioon. Kuten Aaltonen (2016, 8) toteaa: *”Tänään mitalien voittaminen ja osallistujamäärien kasvattaminen nähdään liian suppeana tavoitteena. Liikunnan ja urheilun vaikutus on paljon muutakin. Se on hyvinvointia, terveyttä ja yhteisöllisyyttä. Yhteiskunnan kannalta nämä merkitykselliset asiat jäävät huomiotta, jos tavoitellaan vain mitaleita.”*

Usein ollaan esimerkiksi huolestuneita suurten huippu-urheilulajien drop off -ilmiöstä eli siitä, kun nuoret urheilijat lopettavat harrastuksensa toiminnan muuttuessa askel askeleelta tavoitteellisemmaksi ja vakavammaksi. Ehkä olisi entistä paremmin kyettävä määrittelemään, mikä on kilpailullisen urheilun perimmäinen tarkoitus: kerätä mahdollisimman suuria harrastajajoukkoja, vai tavoitella kilpailumenestystä. Tietynlaista drop off -ilmiötä tapahtuu urheilussa joka puolella, ammattilaistasollakin. Vaara on, että nuorisourheilun strategioita määrittävät tahot ajavat kaksilla rattailla yrittäessään sekä tavoitella globaalia menestystä, että kaikkien harrastajien mukana pitämistä.

Keskustelu huippu-urheilun yhteiskunnallisesta merkityksestä jatkunee pitkälle 2000-lukua asti. Lindfelt (2012) olisi valmis menemään niinkin pitkälle, että vähentäisi valtiollisen tuen kovimmalle huippu-urheilulle käytännössä minimiin. Hän antaisi tuon maailman elää oman kaupallisen ja kilpailullisen logiikkansa mukaan. Valtiollinen tuki ja kansalliset urheilustrategiat olisivat siten junioriurheilua sekä niitä lajeja ja urheilijoita varten, jotka eivät ole vielä samaa media- ja sponsorikiinnostusta saavuttaneet kuin urheilupyramidin huippu.

”Ammattimaistuneita, kaupallistuneita ja sen myötä kansainvälisiä lajeja ei yksinkertaisesti voida kehittää kansallisista huippu-urheilustrategioista lähtien, kuinka hyvin niitä ikinä toteutettaisiinkaan. Näissä lajeissa voidaan ainoastaan kehittää lapsi- ja nuorisourheilua niin, että lahjakkuuksilla on edellytykset siirtyä ulkomaille ja kehittyä ammattimaisissa olosuhteissa ja toisaalta toivoa, että he haluavat edustaa Suomea arvokisoissa... --

Huippu-urheilun tukijärjestelmä olisikin tässä mallissa tarkoitettu yksinomaan:

”... lajeille ja urheilijoille, joilla on mahdollisuuksia päästä kansainvälisen huipun tasolle, mutta jotka eivät saa erityisen paljon mediahuomiota tai joiden urheilullinen kilpailumuoto ei ole pysynyt kaupallisen logiikan vauhdissa.” (Lindfelt 2012.)

Lähestyn asiaa siinä mielessä nuorisokulttuurisesta näkökulmasta, että korostan juuri vaihtoehtolajien tarjoamaa vaihtoehtoisuutta perinteiselle huippu-urheilun rakenteelle. Yksilöiden fyysinen aktiivisuus ja kiinnittyminen liikuntaan tai urheiluun toimii parhaimmassa tapauksessa siemenenä myös huippu-urheilumenestykselle, mutta se, toisin kuin elinikäinen liikunnallisuus, ei saisi olla kansakunnan liikunnanedistämistyön itseisarvo. Urheilu ei ole kaikkia varten, eikä urheilu voi tarjota kaikkea kaikille. Liikunta sen sijaan voi. Toisin sanoen nuorena lopettavista urheilijoista ei välttämättä tulisi olla huolissaan; niistä, joille liikunta ei alun alkaenkaan ole tarjonnut mielekästä sisältöä elämään, tulisi. Juuri tässä piilee vaihtoehtolajien – kuten skeittauksen, lumilautailun ja frisbeegolfin – potentiaali, jota ei ehkä kyetä vielä täysin näkemään. Ne juurruttavat harrastajansa liikuntaan hyvin tehokkaasti ja markkinoivat kaupan päälle vielä kokonaista elämäntapaa lajin ympärille.

2.2 Liikuntakulttuurin eriytyminen

Itkonen (1996) jaottelee liikuntakulttuurin sosiaalishistoriallisesti neljään eri kauteen. Nämä ovat 1800-luvun lopulta alkaen järjestökulttuurin kausi, harrastukselliset-kilpailullinen kausi, kilpailullis-valmennuksellinen kausi sekä eriytyneen toiminnan kausi. Itkonen paikantaa kausien murrokset 1930-luvulle, sekä 1960–1970- ja 1990–2000-lukujen taitteisiin. Kasvatuksellisuuden ideaali ja viimeistään 1930-luvulta alkaen myös kilpaurheilu olivat liikuntakulttuurin keskiössä aina 1960-luvulle asti. 1960- ja 1970-luvuilla alettiin puhua

kuntoliikunnan suosion kasvusta ja 1990-luvulla terveysliikunnasta. Toisaalta uuden kauden alku ei tarkoita aiempien kausien lakkaamista, sillä eri kausien trendit eivät luonnollisestikaan voi noin vain sosiaalisessa toiminnassa kadota. 2000- ja 2010-luvuilla syntynyt jälkimodernin yhteiskunnan eriytyneen liikuntakulttuurin kausi saa osittain myös tästä pontta – uudet ilmiöt eivät aina ole kokonaan uusia, vaan ainoastaan lainaavat jotakin vanhaa ja sekoittavat sitä nykyajan trendien kanssa. (Ks. Itkonen 1996.)

Itkosen (2012) mukaan liikkumisympäristöjen muutos on kytköksissä liikuntakulttuurin eriytymiseen ja yhteiskunnalliseen muutokseen. Esimodernissa yhteiskunnassa lasten ja nuorten liikkumismuodot olivat pääasiassa pelloilla ja aukioilla käytyjä leikkejä ja kisailuja. Modernina aikana urheilun standardisoituminen alkoi näkymään normitettuna suorituspaikkoina ja vapaa-ajalla tapahtuneena lajiharjoitteluna. Nykyisen jälkimodernin yhteiskunnan aikana sekä eri lajit että niiden suorituspaikat ovat eriytyneet paikoittain kokonaan uusiksi liikkumismuodoiksi tai vähintään vanhojen sellaisten sovelluksiksi. Tämä on johtanut siihen, että nuorisolla on aiempaa enemmän valtaa liikuntakulttuurin merkitysrakenteiden muokkauksessa ja määrittelyssä. Nykyään nuorison liikkumispaikat voidaan jakaa viiteen osaan: sisäliikuntapaikkoihin, ulkoliikuntaympäristöihin, kotiympäristöön, luontoon sekä muuhun kuin liikuntaa varten rakennettuun tai muokattuun ympäristöön. Nuorisokulttuurinen liikkuminen sijoittuu yleisimmin näistä viimeisimpään. (Hasanen 2017; Itkonen 2012.) Toisin kuin vielä 1900-luvun lopun vuosikymmeninä, varta vasten urheilulle tarkoitettua tilaa ei enää ole siinä määrin kuin ennen. Yhteiskunnallisten megatrendien, kuten digitalisaation ja yksilöllistyneen vapaa-ajan, vaikutuksesta itsestäänselvyyttä harrastaa liikuntaa ja urheilua ei enää ole. (Itkonen 2017.)

Eriytyneen tai pirstaloituneen liikuntakulttuurin kauden ominaispiirteitä ovat uudenlaiset liikuntamuodot ja urheilulajit, nuorisokulttuurin sekoittuminen liikuntakulttuurin kanssa sekä liikunta- ja vapaa-aikasektorin kaupallistuminen. Urheilun ja liikunnan tuotteistaminen on johtanut tilanteeseen, jossa nuorisokulttuuristen liikuntamuotojen voidaan nähdä jopa haastavan urheiluseurojen perinteiset toiminnat. Tämä on yksi osoitus siitä, että julkisen, yksityisen ja kolmannen liikuntasektorin työnjako ja roolit ovat sekoittuneet. (Itkonen, Lehtonen & Aarresola 2018, 90.) Toisaalta nykyinen liikunnan ja urheilun kenttä voidaan jakaa myös esimerkiksi kunto- ja terveysliikuntaan, erityisliikuntaan, lasten ja nuorten urheiluun sekä huippu-urheiluun.

Eriytyneen lajikirjon johdosta on pelkästään luonnollista, että myös liikkujien tavoitteellisuus on eriytynyt. Jälkmodernissa yhteiskunnassa yksilöllisin valinnoin ja toisaalta kaupallisen populaarikulttuurin keinoin määrittävää nuorison liikuntakulttuuria tulee pohtia useista eri näkökulmista, eikä oikeita vastauksia varsinaisesti ole. Liikunnan ja urheilun sekoittamista toisiinsa tulee välttää, kuten myös instituutioiden liiallista tunkeutumista nuorisokulttuuriin lajeihin ilman riittävää tuntemusta niiden kulttuurihistoriasta. Nykynuorison liikkumisen muodot eivät välttämättä enää kohtaakaan perinteisen liikkumisen määritelmiä. (Ks. Harinen & Rannikko 2013; Harinen, Liikanen, Rannikko & Torvinen 2015; Itkonen 2017.) On mahdollista, että nuoret liikkuvat tilastoitua enemmän, mutta muodoissa, jotka eivät tavoita tutkimusta.

Liikunta- ja nuorisokulttuurien sekoittuminen on johtanut uudenaikaiseen yhteisöllisyyteen, jossa eri vaihtoehtolajien alakulttuureista on tullut niin sanottuja makukulttuureja (ks. Thornton 1996) ja keinoja erottautua joistakin toisista. Liikunnan ja urheilun medioitumisen ja tuotteistumisen myötä nykyinen liikuntakulttuuri tarjoaa jokaiselle jotakin. Liikuntakulttuurin pirstaloituminen merkitsee paitsi toiminnan alueiden ajautumista erilleen, myös urheilun eri alakulttuurien eriytymistä ja vahvistumista. Ominaista näille yhteisöille on erottautuminen erilaisten kulttuuristen symbolien kuten pukeutumisen kautta. Etenkin sosiaalinen media on tehnyt kulttuurisesta erottautumisesta entistä helpompaa. (Itkonen 2012; Itkonen ym. 2018, 122; Ojala & Itkonen 2013; Tiihonen 2014, 17.) Uudenlaisissa liikunta- ja nuorisokulttuurin yhteenliittymissä olennaisia eroja muuhun liikuntakulttuuriin tehdään esimerkiksi poikkeavilla ja *urbaaneilla liikkumisen tiloilla*, hierarkioista vapaan *vertaisoppimisen* korostetulla roolilla sekä *kilpailullisuutta toissijaistamalla*. Harrastajat ovat myös vapaita oman persoonallisen *tyylin* luomisessaan sekä tilan ja ajan käytössään. Lisäksi toiminnassa saatetaan tavoitella *vastakulttuurisuutta* perinteiselle urheilukulttuurille ja/tai valtavirran kulttuurille yleisesti. (Harinen, Itkonen & Rautopuro 2003; Hasanen 2017; Ojala 2015; Rannikko 2018; Rannikko ym. 2014.)

Urheilukulttuurin estetisoituminen ja viihteellistyminen on mahdollistanut sen, että niin sanottuja uuden ajan ilmiöitä näkyy myös vanhojen urheilulajien jälkmodernisoituneissa muodoissa (Piispa 2013). Korostettuun rooliin noussesta yksilöllisyydestä ja sen vaikutusta kuluttamiseen voi havainnollistaa seuraavilla teeseillä, jotka ensimmäisen kerran tuotiin esille jo yli kolmekymmentä vuotta sitten: *”nykypäivänä ei ole muotia, vaan muoteja”*, *”ei sääntöjä,*

ainoastaan valintoja”, sekä *”jokainen meistä voi olla kuka tahansa*” (Ewen & Ewen 1982, 249–251, Featherstonen 2007, 81 mukaan). Nuorisokulttuurisiin lajeihin kiinteästi liittyvällä elämäntyyllisellä kuluttamisella tähdätään sisäisiin palkintoihin: tuntemuksiin hetkessä elämisestä ja flow’sta. Tähän tematiikkaan niin ikään liittyvät luovuus, ilmaisu ja esiintyminen ovat nekin korostuneet entisestään vaihtoehtolajeissa 2010-luvulla. (Wheaton 2013, 4–5; 28–30.)

Nuorisokulttuuriset sekä elämäntapaurheilu- ja vaihtoehtolajimaiset kaiut niinkin perinteisessä lajissa kuin jalkapallossa ovat omiaan kielimään urheilukulttuurin pirstaloitumisesta ja nuorison muuttuneista käsityksistä liikuntaharrastamisen suhteen. Aiemmissa tutkimuksissa on selvinnyt, että joskus harrastusta ei haluta hylätä kokonaan, vaan se pyritään kytkemään yksilölliseen elämäntapaan, joka ei ole niin ehdoton ja rajoitettu kuin kilpaurheilun maailmassa. Näin ollen valtavirtakulttuurista eriytyneet harrastajat ja lajiaktiivit synnyttävät omia alakulttuurejaan urheilun maailmassa, aivan kuten eri toimijat muuallakin postmodernissa yhteiskunnassa. (Ks. Piispa 2015.) Muita urheilukulttuurin fragmentoitumista tukevia trendejä ovat kaupungistuminen, kaupallistuminen, populaarikulttuurin tuotteet, auktoriteettivastarinta ja sosiaalinen media (Liikanen & Rannikko 2013; Ojala & Itkonen 2013). Etenkään sosiaalisen median, ja median yleensä, roolia ei voi liikaa korostaa. Ennen kaikkea nämä ilmiöt tarjoavat nuorisokulttuurisessa liikunnassa keinoja yhteisöllisyydelle sekä vaihtoehtoja tavoille, joilla liikkumismuotoa harrastetaan ja tuotetaan. On mielenkiintoista, että vaikka internet on ollut olemassa jo yli 20 vuotta, muotoilee se yhä jatkuvasti uudelleen nuorisokulttuureita ja vaihtoehtolajeja. Media on nuorten elämässä kaiken kattava ilmiö. Liikunta ja urheilu eivät ole tässä poikkeuksellisia elämänsisältöjä – median vaikutus yltää niidenkin alueelle. (Ojala & Itkonen 2013.)

Aaltonen (2016, 14) esittelee raportissaan *Ei vain urheilua – liikunnan ja urheilun merkitys yhteiskunnan uusiutumisen kannalta* organisaatioiden uusiutumisen välttämättömyyden mallin. ’Maailmassa 1’ tietyt asiat, organisaatiot ja arvot tuntuvat oikeutetuilta ja normaaleilta, koska ’näin on aina ollut’. Jotta näitä asioita arvostettaisiin jatkossakin, on maailman 1 organisaatioiden reagoitava toimintaympäristön ja yhteiskunnan arvomaailman muutoksiin. Usein tämä tarkoittaa uusien organisaatioiden ja instituutioiden syntymistä vanhojen rinnalle uudessa ’maailmassa 2’; ne ovat luonteeltaan sellaisia, jotka kykenevät perustelemaan toimintansa ajan henkeen sopivammin. Mallilla voidaan selittää urheilukulttuurin

uusiuutumistarvetta suosiotaan heikentäneen olympialiikkeen, doping- ja häirintäskandaalien värittämän huippu-urheilun sekä fyysisen aktiivisuuden vähenemisen trendin kaltaisten ilmiöiden edessä. Uusi aika sisältää uusia ongelmia, joihin tarvitaan uusia ratkaisumalleja – jotta liikunnallisuus ja urheilullisuus olisivat arvostettuja asioita myös maailmoissa 3, 4, 5 ja niin edelleen. (Aaltonen 2016, 14.) Tämä on ehdottoman tärkeää liikuntakulttuurin edessä, joka on viihteellistynyt, kaupallistunut, yksilöllistynyt ja teknologisoitunut (Kokkonen 2013; Zacheus 2010).

Liikuntakulttuurin eriytymistä voi havainnollistaa myös urheilujärjestelmän eriytymisen kautta. Lindfeltin (2010; 2012) urheilun kentän kolmijaossa *yleisöhuippu-urheilu* on kansallisten lajiliittojen ja kansainvälisten kattojärjestöjen ylläpitämää toimintaa, jossa urheilijat edustavat myös omia maitaan. Tällaiseksi usein käsitämme huippu-urheilun perinteisessä mielessä. *Harrastehuippu-urheilu* on eräänlaista pienemmän volyymin yleisöhuippu-urheilua. Vastaavasti *ammattilaishuippu-urheilu* on organisoitunut puhtaasti yksityisen sektorin ja median kiinnostuksen pohjalle, joten se ei liiammin tee yhteistyötä kansallisten liittojen kanssa. Jossain määrin kyse on nuorisokulttuurisen liikunnan ammattimaistuneimmasta muodosta. Esimerkkeinä voidaan nähdä X Games ja kenties myös e-urheilu. (Ks. Lindfelt 2010; 2012; Ojala 2015, 38–39.) Tutkielmassani lisään Ojalan (2015) tapaan jaottelun neljänneksi ulottuvuudeksi luovan yrittäjyysurheilun. Urheilun huipputason sektorit ja niiden rahoitusperiaatteet Lindfeltin ja Ojalan teoretisointien pohjalta esitetään taulukossa 1.

TAULUKKO 1. Urheilun huipputason areenat ja rahoitukselliset perusteet (Ojala 2015, 71).

	Areenat	Rahoitukselliset ominaispiirteet
Yleisöhuippu-urheilu	Kansainväliset kilpailut, joista osa kansalliselle ja osa kaupalliselle agendalle perustuvia.	Sekoitus harraste- ja ammattilaishuippu-urheilua.
Harrastehuippu-urheilu	Kansainväliset kilpailut, jotka perustuvat kansalliselle agendalle.	Eivät omaa vahvaa taloudellista systeemiä ja mediakiinnostusta. Ei laajaa ammattilaisurheilun järjestelmää.
Ammattilaishuippu-urheilu	Kansainväliset kilpailut, jotka perustuvat kaupalliselle agendalle.	Rakentuu vahvoille sponsoreille ja laajalle mediakiinnostukselle. Ammattilaistuminen mahdollista jo ennen korkeinta huipputasoa.
Luova yrittäjyysurheilu	Mediatuotannot, jotka perustuvat kaupalliselle agendalle ja vertaisarvioinnille.	Rakentuu urheilijan yksityisyrittäjämäiselle toiminnalle, vahvoille sponsoreille ja alakulttuurin sisäiselle viestinnälle.

2.3 Nuorisokulttuurinen liikunta ja vaihtoehtolajit

Nuorisokulttuurisen liikunnan, vaihtoehtoliikunnan, vaihtoehtolajien ja elämäntapaurheilun kaltaisiin käsitteisiin nivoutuvat aiheet ovat yhä suosituimpia tutkimuskohteita liikuntasosiologiassa. Tutkijat haluavat selvittää, millaiset motiivit ohjaavat näihin toimintoihin osallistuvien liikkujien valintoja. Aihepiirin liikuntasosiologinen tutkimus onkin usein myös nuoriso-, kulttuuri- tai elämäntapatutkimusta. Nuorisokulttuurinen liikunta ymmärretään liikunnan, urheilun ja vapaa-ajanvieton hybridiksi, jossa toiminnan sisältö sääntöineen, normeineen ja hierarkioineen on liikkujien itsensä määrittämää sekä heidän tarpeisiinsa vastaavaa. Nuorisokulttuuriset liikkujat eivät halua ottaa osaa perinteisiin lajeihin ja niissä tapahtuvaan absoluuttiseen kilpailuun ja tuloksellisuuden kriteereihin, vaan haluavat itse määrittää missä, miten ja milloin harrastavat omaa lajiaan. Vaihtoehtolajeihin olennaisesti liittyvä sosiaalinen media sekä lajien omat erikoismediat mahdollistavat kilpailuareenoiden ulkopuolella tapahtuvien suoritusten päättymisen kiinnostuneen yleisön arvioitaviksi. Tämä omaehtoisuuteen ja vertaisoppimiseen pohjaava moniroolisuuden järjestelmä poikkeaa perinteisesti hyvin selkeästi roolitetusta ja tulosperusteisesta kilpaurheilusta. (Beal 2001; Brooke 2001; Hasanen 2017; Ojala 2015; Ojala & Itonen 2013; Rannikko 2018.)

Alkuun esittelen ja tarkennan sitä käsitemaailmaa, mikä kyseisiin ilmiöihin liittyy. Suomalainen liikuntatieteellinen tutkimus on mieltynyt käyttämään aihepiirissä nuorisokulttuurisen liikunnan tai vaihtoehtoliikunnan käsitteitä. Tämän käsitteen alle sijoittuvat eri lajimuodot eli vaihtoehtolajit. Tutkijan tulkinnasta riippuen elämäntapaurheilua käytetään joko vaihtoehtolajien ja nuorisokulttuurisen liikunnan käsitteiden rinnalla, tai sitten sillä voidaan kuvailla eräänlaista vakavoitunutta vaihtoehtolajitoimintaa, jossa parhaimmat harrastajat tai urheilijat saavat raha- ja sijoituspalkintoja kuten perinteisessä ammattiurheilussakin.

Tutkielmassani *elämäntapaurheilu* toimii yläkäsitteenä kirjavalle *vaihtoehtolajien* joukolle. Toisin sanoen lajit kuten skeittaus, lumilautailu, bmx-pyöräily ja freestylejalkapallo ovat omia vaihtoehtolajejaan elämäntapaurheilun sateenvarjon alla. Elämäntapaurheiluun ei välttämättä sisällytetä määritelmiä ammattilaisuudesta tai rahan liikkumisesta lajien kilpailutapahtumissa, vaan sitä käytetään myös yläkäsitteenä harrastajan identiteetin rakentamisen mahdollistajana ja tavoitteena. Siten elämäntapaurheilu on vastine englanninkieliselle käsitteelle *lifestyle sports* ja

vaihtoehtolaji puolestaan käsitteelle *alternative sport*. Käyttäessäni *nuorisokulttuurisen liikunnan* käsitettä viitataan enemmän yleisellä tasolla eriytyneen liikuntakulttuurin ilmiöön, jonka pohjalta yksilölliset, usein teknologiaan ja sosiaaliseen mediaan yhdistyvät harrastusmahdollisuudet ovat syntyneet; en siis käytännössä koskaan ammattimaiseen elämäntapaurheiluun tai -urheilijoihin. Lukijaystävällisyys mielessä olen toisinaan saattanut käyttää vaihtoehtolajien käsitteestä myös nimitystä *nuorisokulttuuriset lajit*, mutta tämä ei muuta käsitteen merkitystä.

Ojala (2015, 15) luokittelee (extreme-)lumilautailun *action sport* -lajijoukon alle, perustellen tätä ennen kaikkea käsitteen yleisyydellä englanninkielisessä tutkimuksessa. Adrenaliini-, riskinotto- ja vauhdikkuuslataumiensa ansiosta lumilautailu tuohon joukkoon eittämättä sopii. Tästä huolimatta käytän lumilautailua esimerkkinä juuri vaihtoehtolajeista läpi tutkielmani. Toisaalta itseäni myös häiritsi se, että *action sports* on niin vaikeasti käännettävissä suomen kielelle. Hänninen (2007) käyttääkin lumilautailusta toisinaan määritelmää *extreme-urheilu*. Tietyllä tapaa Ojala (2015) siis näki elämäntapaurheilun alla eri lajien joukot eli 'action sportsin' ja vaihtoehtolajit, mutta itse en kategorisoi näitä eri lajimuotoja enää erikseen käytännössä lainkaan.

Vaihtoehtolajien historiallinen suosio juontuu 1960- ja 1970-luvun *The New Leisure Movement* -liikehdintään, eli uudenlaisiin vapaa-ajan vieton muotoihin. Osa keskiluokasta alkoi suosimaan vastakulttuurisia filosofioita sekä vieroksua rationaalista ja byrokratisoitua maailmaa. Nämä ihmiset halusivat omaksua vapauden, yksilöllisyyden, luovuuden, omaehtoisuuden ja hedonismia kaltaisia ohjenuoria elämäntavoissaan ja harrastuksissaan, siten myös urheilussa. Suunnannäyttäjälajeja ovat historiallisesti olleet etenkin surffaus, rullaluistelu, laskuvarjohyppy, kiipeily, skeittaus ja bmx-pyöräily. (Humphreys 1997; Hänninen 2005; Thorpe & Wheaton 2011.) Liitän freestylejalkapallon nuorisokulttuuriseen lajijoukkoon tutkielmassani tietävästi ensimmäistä kertaa suomalaisessa liikuntasosiologisessa tutkimuksessa.

Nuorisokulttuurisen liikunnan lajijoukko on perinteisesti rajattu uusiin ja moderneihin lajimuotoihin (Itkonen 2012). Tällaiset lajit määrittävät uudelleen perinteisen liikuntakulttuurin tavoitteellisuutta ja oletuksia sekä pyrkivät ja rohkaisevat harrastajia tekemään liikkumisestaan yksilöllistä ja itsensä näköistä – jossain määrin koko elämäntapaa heijastelevaa (Beal 2005;

Thorpe 2009; Turner 2013). Tietyn lajin näyttäytyminen kokonaisena elämäntapana pelkän harrastus- ja kilpailutoiminnan sijaan sopii jälkimodernin kulutusyhteiskunnan ihanteisiin täydellisesti (Bennett, Henson & Zhang 2003; Wheaton 2004; 2010; 2013, 4–5). Voidaan kysyä, uhkaako tämä vapaan valinnan hyökyaalto perinteisen urheilun tapaisen suuren kansanliikkeen rantaviivoja.

Elämäntapaurheilun ja vaihtoehtolajien käsitteillä pelatessa on syytä kysyä, mistä niiden elämäntavallisuus syntyy, ja mille ne ovat vaihtoehto. Elämäntapaurheilu tarjoaakin vaihtoehtoja valtavirran urheilulle kahdessa tasossa. Tämä tapahtuu toisaalta käytännön tasolla uudenlaisten lajimuotojen myötä ja toisaalta ideologian tasolla erilaisten toimintaa määrittävien arvojen kautta. (Rinehart 2000, 506.) Kyse on toiminnasta, jossa analyttisen lajiharjoittelun ja vakavan kilpailun sijaan korostuvat elämäntyylliset arvot ja valinnat. Näitä ovat esimerkiksi yhteisöllisyys sekä ryhmän ja yksilön voimakas itseilmaisus. (Harinen ym. 2015.) Tutkimuksissa on myös selvinnyt, että esimerkiksi lumilautailun, skeittauksen, surffauksen ja kiipeilyn harrastajat käsittävät liikkumismuotonsa ennen kaikkea elämäntavaksi pelkän harrastuksen sijaan. (Wheaton 2004, 4–5; 2010.)

Elämäntapaurheilun käsite voi siten tarkoittaa sekä vaihtoehtolajien kirjoja, että toiminnan laajempaa sosiaalikkulttuurista merkitystä, joka pitää sisällään ne kulttuuriset määritelmät ja arvot, joiden vaikutuspiirissä toiminta tapahtuu suhteessa yksittäisten harrastajien identiteetteihin. Lisäksi se heijastelee sitä sosiohistoriallista kontekstia, jossa kyseiset lajit ovat syntyneet, muokkautuneet sekä nousseet laajempaan suosioon. (Rinehart 2000; Wheaton 2010.) Avattaessa vaihtoehtolajien kulttuurihistoriaa onkin muistettava, että huolimatta niiden useista yhteisistä piirteistä, on jokaisella lajilla myös omat erityispiirteensä, luonteensa ja kehityskulkunsa (Thorpe & Wheaton 2011).

Tyyli määritellään nuorisokulttuurisessa tutkimuksessa yksilölliseksi symboliikaksi, jolla erottaudutaan muista harrastajista. Kuitenkin samalla sillä ilmaistaan yhteisöllisyyttä tietyn visuaalisin keinoin tai esimerkiksi tietynlaisella musiikkimaulla. Olennaista on ymmärtää, että yksilöllisyys ja yhteisöllisyys eivät näissä alakulttuureissa ole toisilleen vastakkaisia käsitteitä, vaan vastavuoroisia merkitysisältöjä. Yksilöllinen tyyli viestii myös kollektiivisessa järjestelmässä arvostettuna pidettyjä asioita. Tyyllillisen ilmaisun lisäksi nuorisokulttuurisissa lajeissa tärkeää on *vapauden* ideaali. Lajia ei 'kuulu' harrastaa ulkoiset tavoitteet mielessä, vaan

sen itsensä takia. Harrastamisessa koettu vapaus ilmaista itseään ja tyyliään on tärkeämpää kuin mitkään muut vaikutteet. Vapaus, autenttisuus ja tyyli välittyy parhaiten kuvatus materiaalin, videon ja valokuvien perusteella. (Beal 2001; Harinen 2010; Harinen ym. 2015; Hänninen 2007; Itkonen 2012; Turner 2013; Wheaton 2010; Wheaton & Beal 2003.)

Esimerkiksi lumilautailuelokuvissa tai -videoissa ei välttämättä käytetä verbaalista, puhuttua kieltä lainkaan. Visuaalisuus ja musiikki puhuvat puolestaan. (Hänninen 2007.) Myös New School -laskettelun, tai freeskiingin, alakulttuuri muodostaa oman esteettisen maailmansa. Sitä ohjaa sisäinen käsitys tietyistä tyylistä, joka leimaa laskutekniikkaa, vaateista, laskuvälineitä, kieltä sekä videoiden käsikirjoitusta ja musiikkia; parhaimmassa tapauksessa koko laskuyhteisön jäsenten elämäntyyliä. Freeskierit tuottavat ja kuluttavat samaan aikaan, koska he kaikki osallistuvat kuin itsestään tämän tyylin tuottamiseen, levittämiseen ja jatkuvuuden varmistamiseen. (Woermann 2012.)

Beverlandin, Farrellyn ja Questerin (2010) mukaan *autenttisuus* määrittyy nuorisokulttuurisissa lajeissa yhteisön sisällä määriteltäväksi kokonaisuudeksi, jota ei ole olemassa sellaisenaan ja jota kokeneinkaan harrastaja ei voi täysin omistaa. Autenttisuuden määritelmästä käydäänkin jatkuvaa hiljaista neuvottelua. Autenttisuus muokkautuu uudella tavalla ja kehittää alakulttuuria arvostettuun suuntaan motivoituneiden yksilöiden avulla. (Beverland ym. 2010; Wheaton & Beal 2003.) Autenttisuutta lisääviä tekijöitä ovat muun muassa kaupunkimaisuus, tilan uudenlainen määrittäminen ja jopa riskialttius. Esimerkiksi vapaassa kaupunkitilassa skeittaaminen käsitetäänkin usein jollakin tapaa aidommaksi kuin skeittiparkissa skeittaaminen. (Dupont & Ojala 2015; Wheaton & Beal 2003.) Freestylejalkapallon mediasisällöissä sama ilmiö näkyy urbaanin kaupunkitilan hyödyntämisen lisäksi esimerkiksi kovien alustojen kuten asfaltin ja betonin suosimisella, jolloin ero valtavirtajalkapallon kaatumisystävälliseen nurmialustaan tulee esiin. Mikä olennaisempaa, palaa jalkapallo tässä mielessä juurilleen ja autenttiseen ympäristöön 'kaduille', joilta monet nykyiset ja entiset jalkapallon supertähdetkin ovat ponnistaneet.

Nuorisokulttuuristen lajien *kilpailullisuus* näyttäytyy ennen kaikkea kilpailuna edellistä versiota itsestään vastaan: oma kehityskulku on tärkeämpää kuin muiden päihittäminen. Toisaalta mitä vahvemmin lajiharrastukseen liitetään oma yksilöllinen identiteetti, sitä enemmän harrastus heijastelee tietynlaista kilpailua perinteistä valtavirran (urheilu)kulttuuria

vastaan. Vaihtoehtolajeista haetaan yksilöllistä vapautta, itseilmaisua, 'pakoa' länsimaisista aikatauluista ja suoritusellisuudesta sekä ylipäättään välinettä rakentaa omaa identiteettiä ja maailmankatsomusta. Vaihtoehtolajeihin osallistuminen heijastelee vaihtoehtoisen elämäntavan omaksumista ja hakeutumista sinne, mikä on perinteisen urheilukulttuurin vastakohta. (Beal 2001; Harinen 2010; Harinen ym. 2015; Hänninen 2007; Itkonen 2012; Turner 2013; Wheaton 2010; Wheaton & Beal 2003.) Tutkimuskysymykseni jalkapallon luovien yrittäjyysurheilijoiden motiiveista ja identiteetin rakentamistyöstä liittyvät juuri tämän kynnyksen ylittämiseen: kun oman uran pystyy luomaan omin ehdoin, on kyseessä tietynlainen voittamiseen yhdistettävissä oleva palkinto.

Nuorisokulttuurisen liikunnan paikat ovat usein uusia ja nuorten itsensä määrittelemiä sekä riippumattomia, jopa irrelevantteja, paikan alkuperäiseen tarkoitukseen nähden. Paikan valinnassa ja käytössä luovuus on suuressa roolissa ja tilojen uudelleenmäärittelyjä arvostetaan. Kontrasti perinteisen urheilukulttuurin lajeihin on siten hyvin vahva. (Harinen 2010; Itkonen 2012; Nurmi & Itkonen 2010.) Skeittaus on hyvä esimerkki jälkimodernin ajan liikkumismuodosta, joka tapahtuu julkisessa tai puolijulkisessa tilassa ja jossa haltuun otettua kaupunkitilaa käytetään epätavallisesti (Harinen, Itkonen & Rautopuro 2006). Useimmat nuorisokulttuuriset lajit sisältävätkin elementtejä katukulttuurista (Rannikko 2018, 19). Tästä parhaimpia esimerkkejä lienevät juuri skeittaus sekä parkour ja freestylejalkapallo. Skeittauksen kaltaisen aktiviteetin historialliset juuret ovat Mäenpään (2005, 18–19, 92) mukaan kaupunkitilan uudenaikaisessa merkityksellistämässä, johon liittyvät esimerkiksi New Yorkin eri osista leviämään lähtenyt graffitikulttuuri sekä nuorisomusiikin ilmiöt ja niiden suhde kaupunkitilaan ja 'katuihin'.

Elämäntapaurheilututkimuksen uranuurtaja Belinda Wheaton (2004, 1–4) määritteli jo yli kymmenen vuotta sitten yhdeksän elämäntapaurheilua määrittävää tekijää. Ne ovat täysin linjassa jo tähän asti esiteltyjen vaihtoehtolajien merkityssisältöjen kanssa. Olen kuitenkin valmis poistamaan Wheatonin listauksesta kaksi kohtaa. Ne ovat kohdat 2 (*"vaihtoehtolajien ydin on ruohonjuuritasolla, sillä elämäntapaurheilu on ytimessään riippuvainen osallistujista, ei katsojista"*) sekä 9 (*"tyypillisin aktiiviharrastaja on länsimainen, keskiluokkainen ja vaalea mieshenkilö, joka on joko nuori tai nuorekas"*). (Emt.) Esitän seuraavaksi perusteet tälle näkemykselleni.

Nykyisellään elämäntapaurheilu on ammattimaistuneimmissa muodoissaan media- ja sponsorivetoista *ammattilaishuippu-urheilua* (Lindfelt 2010; 2012). Tietenkin jossain määrin ydin on edelleen yksittäisissä harrastajissa ja 'ruohonjuuritasolla' – mutta voitaneen pohtia, että eikö sama päde myös perinteiseen huippu-urheiluun. En koe, että tämä olisi enää elämäntapaurheilua ja vaihtoehtolajeja yksinomaan määrittävä tekijä, vaikka lajien kulttuurihistorian ydin onkin yksilöllisessä tyyliässä, autenttisuudessa ja vapaudessa toteuttaa itseään. Ymmärrän, että tämä linjaus saattaa olla tulkinnanvarainen, sillä vaihtoehtolajitutkimuksessa on aikaisemmin korostettu vahvasti juuri ruohonjuuritason yksilölähtöistä vapautta.

Vastaavasti kohta 9 on helpompi päivittää 2020-luvulle. Mitä pidemmälle elämäntapaurheilu on vanhentunut yhdessä yhteiskunnan laajempaa inklusiiokehitystä, ovat portit oikeastaan vaihtoehtolajista toiseen avautuneet jokaiselle harrastajalle taustasta riippumatta. Wheaton on saattanut myös viitata yksinkertaisesti 'yleisimpään' harrastajaan ilman laajempia ennakkoletuksia siitä, kenelle elämäntapaurheilu 'kuuluu'. Tällöinkin voimme pohtia perinteistä urheilua vastapainona: ei mielestäni olisi oikein enää 2020-luvulla todeta, että tyypillisin urheilija on länsimainen, keskiluokkainen ja vaalea mies. Lukumäärien osalta tämä saattaa pitää paikkansa, mutta siitä huolimatta ilmaus on muita harrastajia toisarvoistava. Toisaalta sekä Wheaton itse (2010), että toinen maineikas vaihtoehtolajitutkija Holly Thorpe (2011) ovat huomauttaneet, että kyseiset lajiyhteisöt ovat jatkuvasti demografisesti avautuneet kohti eri vähemmistöjä ja alempia yhteiskuntaluokkia.

Vaihtoehtolajien rinnastaminen nuorison, nuorisokulttuureihin ja edelleen nuorisokulttuuriseen liikuntaan ei myöskään ole semanttisella tasolla aivan ongelmatonta, sillä harrastajapiirit eivät suinkaan aina ole iältään nuoria, vaan ikärakenne vaihtelee hyvinkin paljon. On huomioitava, että englanninkielisessä liikuntasosiologian tutkimuksessa "nuoriso"-etuliitettä ei ole nähty tarpeelliseksi sisällyttää urheilun ja liikunnan elämäntyyllisiin käsitteisiin, vaikka nämä lajimuodot usein käsitetäänkin lähinnä nuorison puuhiksi. Poikkeuksen tekevät vuorikiipeily, laskuvarjohypyn, surffauksen ja freestyle-lumilautailun vaativimpien muotojen kaltaiset 'extreme-lajit', mikä johtunee paitsi niiden vaarallisuudesta myös lajitaidoista, joita on käytännössä mahdotonta omaksua kovin nuorella iällä. (Ks. Ojala 2015, 15.)

Mielenkiintoisena käytännön esimerkkinä elämäntapaurheilun suhtautumisesta liikunnan ja urheilun seuramaailmaan – tai pikemminkin seurojen suhtautumisesta siihen – Ojala (2015, 16–17) tuo esiin käymänsä keskustelun lumilautailupiireistä tuntemansa henkilön kanssa. Kyseinen aktiivi järjesti nuorille lumilautailijoille ’kuvausleirejä’ yrityksensä kautta. Seuroissa sen sijaan pyrittiin puhtaaseen urheilulliseen lumilautailuvalmennukseen. Kuvausta ei ole koettu, tai osattu kokea, seuratoiminnan osana. (Emt.) Saman väitöskirjan osa-artikkelissa käy ilmi myös nuorten lautailijoiden suorastaan huvittunut suhtautuminen lumilautailun ’tasoryhmiin’ esimerkiksi Vuokatin urheiluakatemiassa (Ojala & Itkonen 2014). Vaikka kansallinen liitto pyrkisikin kilpailumenestykseen ja uskottavaan junioritoimintaan, on lumilautailu kuitenkin edelleen median ja yksityisten tahojen vetämää, harrastajien omista tavoitteenasetteluista ammentavaa toimintaa ja parhaimmillaan ammattilaisuhippu-urheilua (Lindfelt 2010; 2012; Ojala 2015, 17).

2.4 Elämäntapaurheilun, median ja olympialiikkeen kulttuuripolitiikka

Nuorisokulttuurisen liikunnan ja elämäntapaurheilun teoretisoinnin loppuun koen oleellisena esitellä vielä tämän liikuntakulttuurin osan erottamatonta kytköstä mediaan. Koska enemmän ruohonjuuritasolle sijoittuvaa mediasidosteisuutta käsitellään tarkemmin luvussa 3.3, keskityn tässä kuvailemaan elämäntapaurheilun kaupallistunutta huippua ja sen suhdetta perinteiseen huippu-urheiluun ja erityisesti olympialiikkeeseen. Vaikka nuorisokulttuurisen liikunnan ja vaihtoehtolajien narratiivit korostavatkin ruohonjuuritasoa, nautinnonhalua ja itseilmaisua toiminnassa, on näillä lajeilla olemassa myös oma huippunsa ja ’eliittinsä’ siitä huolimatta, että suurimmalle osalle harrastajista mahdollisimman ylös urheilupyramidin huipulle pääseminen ei ole toiminnan itseisarvo.

Median ja urheilun riippuvuussuhdetta ja symbioosia on tutkittu paljon, mutta lähes yksinomaan huippu-urheilun näkökulmasta (Turtiainen 2012, 17). Urheilun ja median suhde on niin kiinteä, että on käytännössä mahdotonta määritellä, mihin toinen loppuu ja mistä toinen alkaa. Media on määritelty ’neljänneksi valtiomahdiksi’ – siis lisäyksenä Montiesque’n kuuluisaan vallan kolmijakoon. (Jalonen, Haltia, Tuominen & Ryömä 2017, 100–101; Nicholson 2007, 8–10.) Yksi maailman kuuluisimmista mediatutkijoista, Manuel Castells (2007), on luonnehtinut, että siitä mikä ei ole mediassa, ei voida luoda julkista mielipidettä.

Mediatisaation käsitteellä tarkoitetaan sitä, kuinka media ja sen eri muodot läpäisevät kaikki sosiaaliset käytännöt jälkimodernissa yhteiskunnassa. Media on edelleen viestintää, tiedonvälitystä ja uutisia, mutta myös yhteiskunnallinen instituutio. (Hepp, Hjarvard & Lundby 2015.) Nykyaikaista urheilua ei voisi kuvitella ilman mediaa.

Bourdieuin teoretisoinnit urheilun sosiaalisesta konstruktiosta sopivat mediayhtiöiden tapaan luoda uudelleen myös elämäntapaurheilua. Tässä urheilija on näytelmän väline, ja käsikirjoittajia ovat urheilurakennelman taustat kuten valmentajat, tuottajat, selostajat ja niin edelleen. Tämä on urheilun ensimmäinen taso. Media vastaavasti luo tämän näytelmän toisen tason konstruktion, joka yleensä ohjaa julkista keskustelua itse ensimmäisen tason urheilutapahtuman sijaan. Urheilu on 'diskurssin diskurssi'. (Bourdieu 1999, Turtiaisen 2012, 6 mukaan; Jalonen ym. 2017, 100–101.)

Näkökulma juuri elämäntapaurheilun mediavälitteisyyteen eroaa kuitenkin perinteisestä käsityksestä huippu-urheilusta mediassa erilaisine narratiiveineen. Näitä ovat esimerkiksi kansallistunteeseen vetoaminen, eri urheilijoiden vastakkainasettelut ja tapahtumien dramatisointi (ks. McDonald 2012). Sen sijaan elämäntapaurheilulle mediayhtiöiden näkökulmasta olennaisempaa on urheilumarkkinoinnin ja -sponsoroinnin parista tutut tavoitteet, kuten kuluttajia puhuttelevan ja puoleensa vetävän brändin rakentaminen. Mediayhtiö ESPN:n masinoiman X Gamesin tapaiset urheilutapahtumat voi ajatella olevan tällaisen brändityön huipullistuma. Urheilu on osa bisnesstrategiaa välineellisesti tai vertauskuvallisesti. Brändit pystyvät puhuttelemaan kohderyhmiään hyvin tehokkaasti urheilun avulla erityisesti sosiaalisen median aikakaudella: esimerkiksi vuonna 2017 Wall Street Journal arvioi, että YouTube-videoita katsotaan ympäri maailmaa yli miljardi tuntia päivässä (Jalonen ym. 2017, 120).

Jälkifordistiselle kapitalismille ominainen kulttuurinen pirstaloituminen, siis kulttuurinen postmodernismi, tukee uusia niche-markkinoita ja luovan teollisuuden kasvua. Vaihtoehtolajien brändejä ja sanomaa ajavat mediayhtiöt ja yritykset käyttävät luovia tuotanto-, markkinointi- ja suunnittelustrategioita ja vaikuttavat niihin muoti- ja tyylitrendeihin, joita lajikulttuureissa ja nuorison keskuudessa milloinkin pidetään arvostettavana. Vaihtoehtolajeille on syntynyt yhteiskunnallista tilausta laajempien sosiokulttuuristen ja taloudellisten muutosvoimien ansiosta. Tämän kehityksen vaikutukset huippu-urheiluun havainnollistuvat

esimerkiksi olympialiikkeen uusiutumispyrkimysten myötä. (Humphreys 1997; Thorpe & Wheaton 2011; Wheaton & Beal 2003).

Kulttuurintutkimuksen kenties kuuluisin teoreetikko Raymond Williams (1977, Giulianotti 2016, 54–56 mukaan) erottelee yhteiskunnallisista instituutioista kulttuurisesti 'hallitsevat voimat', 'jäännösvoimat' ja 'nousevat voimat'. Hallitsevat voimat tarkoittavat tavanomaisia ja totuttuja sosiaalisia suhteita ja käytäntöjä, jäännös- ja nousuvoimat menneitä ja tulevia kulttuurisia voimia. Jäännösvoimat ovat menneen ajan peruja, mutta edelleen merkittäviä nykyiselle, hallitsevalle kulttuurille. Nousevat voimat puolestaan ovat oleellinen vaihtoehto hallitseville voimille, mikä urheilun ja esimerkiksi olympialaisten tapauksessa linkittyy juuri esimerkiksi uusiin vaihtoehtolajeihin (Giulianotti 2016, 54–56).

Thorpe ja Wheaton (2011) huomauttavat, että yksi pääsyy Kansainvälisen Olympiakomitean (KOK) päivitettyyn strategiaan nuoren yleisön keräämisestä on X Games. Länsimaisten nuorten kiinnostus moniin olympialaisten ytimessä oleviin perinteisiin ja institutionaalsiin urheilulajeihin on hiipumassa. Rinehartin (2008) mukaan tämä on suoraa seurausta siitä, kuinka vaihtoehto- ja extreme-lajit sekä epävirallinen urheilutoiminta yleensä ovat kasvattaneet suosiotaan. Viimeistään 2010-luvulta eteenpäin olympialiike on nähnyt nuoret katsojat tärkeänä kuluttajien joukkona, jonka kulttuuriset toiveet ja maut on tärkeää ottaa huomioon. Se tavoittelee kilpailuetua muihin urheilun suur tapahtumiin nähden sekä pyrkii tuntemaan urheilun niche-markkinoita ja niihin liittyvää uutta mediaa entistä paremmin. (Bairner 2009; Beal & Wilson 2004; Thorpe & Wheaton 2011.)

X Gamesilla on ollut urauurtava rooli vaihtoehtolajiteollisuuden ja -kulttuurien levittämisessä. Se on onnistunut keräämään valtaisan suosion nuorten keskuudessa hämärtämällä musiikki- ja tapahtumafestivaalin sekä urheilutapahtuman eroja. X Games ehti jo Y-sukupolven keskuudessa nousta suosituimmaksi kuin perinteisen urheilukulttuurin suurimmat kilpailut. (Rinehart 2008; Thorpe & Wheaton 2011.) Tapahtuma tiivistää globaalisti näkyvällä tavalla vaihtoehtolajien ja mediatuotantojen välisen suhteen tuomalla yhteen korkealaatuisen mediamateriaalin ja toisaalta näyttävän suorittamisen, jossa ei tavoitella pelkästään voittamista (Ojala ja Itkonen 2013). X Gamesin kilpailulliset lajimuodot eivät kuitenkaan ole perinteisellä tavalla kilpailullisia, sillä tuomaroinnissa huomioidaan erilaiset tyyllilliset seikat varsin huolellisesti, eivätkä sääntöjä ohjaa kansalliset lajiliitot (Ojala 2015, 38–39).

Yhdessä mediayhtiöiden kanssa KOK onkin hiljalleen alkanut brändäämään olympialaisia uudella tavalla. Esimerkiksi Vancouverin 2010 talvikisoissa vaihtoehtolajien suorituspaikoilla nähtiin graffititaiteilijoiden, katutanssijoiden, musiikkiyhtyeiden ja DJ-kokoonpanojen liveesityksiä. Etenkin lumilautailun half-pipe ja ski-cross keräsivät tuolloin hyvin suuren suosion. (Thorpe & Wheaton 2011.) Lajit herättivät selostajien mukaan ”*katu-uskottavuutta, rosoisuutta ja bile tunnelmaa toisinaan tylsillä olympia-areenoilla*” (Booth 2010, 3, 11, Thorpen & Wheatonin 2011 mukaan). 18–24-vuotiaiden katsojien määrä kasvoikin Vancouverissa 2010 lähes 50 prosenttia (Bauder 2010, Thorpen & Wheatonin 2011 mukaan).

Mikä tärkeämpää, KOK on haalinut useita vaihtoehtolajeja olympiaperheen osaksi: virallisten lajien joukkoon on jo sisällytetty lainelautailu (1984), MTB-pyöräily (1996), lumilautailu (1998) ja BMX-pyöräily (2000). Tulevissa Tokion olympialaisissa nähdään ensimmäistä kertaa skeittaus ja katukoripallo. KOK:n inklusiopyrkimykset elämäntapaurheilun sulauttamisessa osaksi itseään perustuvat monimutkaiseen eri sidosryhmien, kuten KOK, mediayhtiöt, lajikulttuurit ja sponsorit, väliseen kamppailuun kulloisenkin vaihtoehtolajin sisällä ja ulkopuolella. KOK on myös alkanut järjestämään ’Nuorten olympialaisia’ (*Youth Olympic Games*), missä kulttuuri ja taide ovat yhtä suuressa osassa kuin varsinainen urheilu. (Thorpe & Wheaton 2011.)

Vaihtoehtolajien ja olympialaisten välinen liitto ei todellakaan ole ollut ongelmaton, sillä iso osa harrastajista mieltää lajinsa kulttuuriksi ja elämäntavaksi, eivät urheiluksi. Lajien ei koeta sopivan yhteen kurinalaisen, hierarkkisen, vanhanaikaisen ja nationalistisen olympiaurheilun kanssa. Ensimmäisetkin spekulatiot skeittauksen sisällyttämisestä ohjelmaan herättivät suurta vastarintaa, aivan kuten lumilautailunkin tapauksessa aikanaan. KOK on lajikirjoa laajentaessaan ollut paikoin absurdinkin epätietoinen ja huolimaton liittyen niihin kulttuurisiin arvoihin ja käytännönkin edellytyksiin, joita vaihtoehtolajeihin liittyy. Esimerkiksi lainelautailu asetettiin purjehduksen hallintoelimen alaiseksi, lumilautailu määriteltiin hiihtourheiluksi, ja skeittausta yritettiin saada kansainvälisen pyöräilyliiton alaiseksi, jotta sen olympia-asema mahdollistuisi. (Thorpe & Wheaton 2011; Wheaton 2004.)

Nykyaikaiset vaihtoehtolajikulttuurit ovat hyvin pirstaloituneita ja dynaamisia. Se, mitä kunkin lajin alakulttuurisuudelle ja harrastajien mielipiteille inklusioprosessissa olympialiikkeeseen tapahtuu, riippuu lajin taloudellisesta volyyymistä ja merkittävyyydestä urheiluteollisuuden

niche-markkinoilla – siis tietystä 'neuvotteluasemasta', joka on jokaisella vaihtoehtolajilla erilainen. Mitä suosituampi ja 'suurempi' laji on ennen kuin se liitetään olympialajien joukkoon, sitä suuremmat mahdollisuudet eriävillä arvolataumilla ja tavoitteidenasetteluilla on säilyä osana lajikulttuuria. (Thorpe & Wheaton 2011.)

Paitsi liikuntakulttuurin myös huippu-urheilukulttuurin voi todella sanoa eriytyneen. Myös elämäntapaurheilun kilpailulliset media-areenat ovat hyvin monista eri palasista ja arvolataumista rakentuva kokonaisuus. Esimerkiksi X Games on luotu vaihtoehtolajien tuomiseksi suuremman yleisön eteen ja näiden lajien taitavimpien urheilijoiden palkitsemiseksi, mutta samaan aikaan se yksinkertaistaa kyseisiä lajimuotoja televisioon paremmin sopivimmiksi ja siten muokkaa vaihtoehtolajikulttuureja uudelleen. (Ojala 2015, 38–39.) X Games on nähty esimerkkinä median 'urheilullistamisprojektista', jossa suuret mediayhtiöt tuotteistavat nuorisokulttuurisia ja vaihtoehtoisia elämäntapoja ja lajeja nimeten ne 'extreme-urheiluksi' (Rinehart 2005). Osalle harrastajista X Games näyttäytyykin teennäisenä prosessina, jossa vaihtoehtolajeista yksinkertaisesti väännetään televisioon sopivia urheilulajeja. Silti suurin osa tunnustaa X Gamesin aseman vaihtoehtolajien medianäkyvyyden ja sponsoreiden mielenkiinnon mahdollistajana. (Thorpe & Wheaton 2011.) Joka tapauksessa elämäntapaurheilussakin on nykymuodoissaan kaikuja perinteisestä huippu-urheilusta ja pyramidin ylhäältä alaspäin tapahtuvaa ohjausta (Ojala 2015, 38–39).

Parhaimmat lumilautailijat ovat Thorpen (2011, 55 Ojalan 2015, 26 mukaan) sanoin ”*yritysten palkkaamia makukulttuurin manipuloijia*”. Lumilautailijoille sponsorisopimukset ja ammattimaistuminen saattavat usein tarkoittaa paineita ja vaikeuksia säilyttää autenttisuuden ja itseilmaisun vapauden kaltaisia ihanteita toiminnassaan (Coates, Clayton & Humberstone 2010; Ojala 2015, 26; Thorpe 2011, 56–59). Myös tässä tutkielmassa informanttini kuvailivat sitä, kuinka arvokkaimmat sponsorisopimukset solmineet freestylejalkapalloilijat ovat tahtomattaan tai tarkoituksella lähteneet luomaan uraa keskittyen moniteemaiseen sisällöntuotantoon ja yksinkertaisempiin 'jalkapallovideoihin' itse freestylejalkapallovideoiden sijaan.

Freestylejalkapallon ammattilaishuippu-urheilu on alusta asti rakentunut extreme-lajeja suosivan X Gamesin sijaan media- ja energiajuomajätti Red Bullin siipien alle. Red Bullin lajistrategiaan kuuluu freestylejalkapallon lisäksi kymmeniä muitakin vaihtoehtoisia urheilulajimuotoja, ja 2020-luvulla sen voidaan nähdä jossain määrin ottaneen ESPN:ltä ja X

Gamesiltä extreme- ja vaihtoehtolajien edistäjän viitan. Yhtiön virallisilla sivuilla esitellään kirjava lajijoukko, johon kuuluvat muun muassa surffaus, suppaus, kajakointi, kalliohyppy, kiipeily, ultrajuoksu, parkour, jääkiipeily, skeittaus, boulderointi, slacklining, varjoliito, riippuliito sekä lukuisat moottoriurheilulajit. Vaihtoehtolajien lisäksi yhtiön strategiaan kuuluu myös huolella valittujen uuden sukupolven muusikoiden ja muiden kulttuurintuottajien tukeminen. Red Bull haalii talliinsa myös yksittäisiä urheilijoita, jotka sopivat sen ideaaleihin nuorekkuudesta ja tietynlaisesta rosoisuudesta. Suomalaisia *Red Bull Athleteja* ovat Wilma Murto, Iivo Niskanen, Emmi Peltonen, Kalle Rovannerä, Jaakko Ojanen ja Eero Ettala. Sosiaalinen media onkin 2020-luvulla sopivan elämänsenteen ja kaupallisen vainun omaavan urheilijan näkökulmasta mainio keino oman markkina-arvonsa kasvattamiseen (Jalonen ym. 2017, 120).

Eräs tutkimukseni informanteista (ks. alaluku 5.5), freestylejalkapalloilija Pekko ”Pege” Piirto, antoi haastattelussa varsin kattavan historiakatsauksen Red Bullin vaikutuksesta freestylejalkapallokulttuuriin etenkin kilpailutoiminnan edistämisen ja tunnettuuden lisäämisen osalta. Kenties arvostetuin freestylejalkapallokilpailu Red Bull Street Style järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 2008. Kymmenen vuotta myöhemmin eli 2018 se järjestettiin ensimmäistä kertaa Red Bullista riippumattomasti – yhtiö ei siis ollut tapahtuman järjestäjä tai organisoija, vaan ainoastaan tuki kilpailua sponsori- ja palkintorahoin. Järjestäjätaho oli freestylejalkapallon kansainvälinen kattojärjestö World Freestyle Association, WWFA.

”Red Bullin merkitys freestylefutikselle, onhan se siis ihan jättiläismäinen. -- Vaik ne on tavallaan jättäytyneet siitä pääorganisoijan roolista pois, ni ne pystyy jatkaa meidän lajiliiton kans sitä yhteistyötä. Se on taas sikäli kullannarvoista, et jos joskus Red Bull sanoo et nyt riittää -- ni tavallaan meidän lajiliitol on kuitenkin CV:ssä se, että me ollaan järjestetty nää jutut, Red Bull oli vaa sponssina. -- Sil rahal, mitä ne meille maksaa, ne saa heille ihan worthin reachin -- massiihan niil on ihan vaan niin paljon, ku ikinä vaan tarvii.” -Pege

3 LUOVAA KULTTUURIA: JÄLKIMODERNI URHEILUTEOLLISUUS

Jälkimodernin yhteiskunnan syntyhetket voidaan hahmottaa 1970-luvun alkuun. Viimeistään tuolloin käynnistyi kulttuurinen pirstaloituminen yhteiskunnallisten muutosten ja tietynlaisen vapautumisen myötä. (Harvey 1991; Rail 1998.) Yksi 1900-luvun merkittävimmistä sosiologeista, Zygmunt Bauman (1992; 2012), korosti jälkimodernin yhteiskunnan refleksiivisyyttä käyttämällä siitä nimitystä notkea moderni. Tällä hän viittasi länsimaisen elämäntyylin muuttumiseen hetkelliseksi, projektimaiseksi ja ohikiitäväksi, jolloin yhteisöihin kuuluminen on entistä vaihtelevampaa ja vapaampaa. Modernia yhteiskuntaa säätelivät ennen kaikkea vakaat teollisuusinstituutiot, jolloin länsimainen elämä oli kaikkiaan ennustettavampaa ja notkealle vastakkaista eli 'kiinteää'. (Emt.) Maineikas kulttuurintutkija Stuart Hall (1992, Lehtosen 1994 mukaan) jakaa jälkimoderneja yhteiskuntia läpileikkaavat elämäntavalliset muutokset kulttuuriseen postmodernismiin, yksilöllisen identiteetin muuttumiseen sekä esteettisyyden ja symboliikan merkityksen kasvamiseen kuluttamisessa. Kulttuurisen postmodernismin aikana rajat paitsi populaari- ja korkeakulttuurin välillä, myös kulttuurin ja muiden yhteiskunnan alojen kesken ovat hämärtyneet (Giulianotti 2016, 196–198).

Jälkimoderni on tarkoittanut raskaan teollisuuden laantumista ja alkutuotannon työpaikkojen katoamista. Työväenluokka on paitsi kutistunut määrällisesti myös muutoinkin menettänyt merkitystään sosiaalisessa elämässä. Toimihenkilöiden määrä on kasvanut ja yhteiskunta yleisesti keskiluokkaistunut. Uuden keskiluokan eetos ja makukulttuurit edustavat jälkimodernin kapitalismin kulttuurista ja ideologista projektia. Uusi keskiluokka työskentelee usein mediassa, myynnissä, markkinoinnissa ja muualla tieto- ja elämäntapateollisuudessa. (Giulianotti 2016, 72–74, 198; Lash & Urry 1994, 164.) Giulianotti (2016, 199) mukaan ”*Uusi keskiluokka on postmodernin kulttuurin sosiaalinen moottori, joka luo kulttuurisia makuja ja uudenlaisia tapoja tehdä työtä.*”

Oleellinen osa uutta keskiluokkaa on niin sanottu luova luokka, jonka Florida (2002) ennusti hallitsevan talous- ja kulttuurielämää jälkimodernilla 2000-luvulla, kuten työväenluokka teollistumisen vuosikymmeniä ja palvelualat 1990-luvun loppua. Luovat toimialat ovat kulttuuriteollisuuden osa-alue, jossa sisältöjen taiteellisuus, teknologia ja kaupallisuus yhdistyvät (Hartley 2005). Luovuuden merkitys yhteiskunnan talouskasvuun ja hyvinvointiin

piilee uusien innovaatioiden ja trendien luomisessa, sillä niiden pohjalta syntyy uusia tuotteita, palveluita ja työpaikkoja (Howkins 2013; Mumford 2012, 3–16; 2019). Tämä tarkoittaa kehitysmahdollisuuksia käytännössä jokaiselle yhteiskunnan kaupalliselle osa-alueelle, eikä urheilu ole poikkeus.

Urheiluteollisuus on hyötynyt merkittävästi uuden keskiluokan kosmopoliittisesta sekä kulttuurisesti ja ekologisesti herännäisestä habituksesta (Giulianotti 2016, 199–200). Urheiluteollisuudella tarkoitetaan markkinoita, joilla ihmiset, yritykset ja organisaatiot tuottavat, tarjoavat, mainostavat tai järjestävät itse mitä tahansa urheilun ympärille rakentuvaa aktiviteettia, innovaatiota, ympäristöä, palvelua tai tuotetta. Siitä, että urheiluteollisuus on nykyisellään viihdeteollisuuden elintärkeä osa, käy luovaa luokkaa vahvasti kiittäminen. Viihdeteollisuudessa yhdistyvät urheilun tuottajien ja kuluttajien markkinavoimat. (Dadelo 2020.)

3.1 Urheiluteollisuuden kaupallinen ja kulttuurinen kehittyminen

”On siirrettävä supertähtiaspekti syrjään ja otettava tilalle aitous. Nykynuoriin vetoaa urheilutähdissä samaistuttavuus ja inhimillisyys. Siinä on aikamoinen ero perinteisesti markkinoituun kuvaan epäinhimillisiin tekoihin kykenevistä supersankareista.” -Michael Goldman, urheilujohtamisen professori San Franciscon yliopistossa (The Future of Sports 2016).

“Z-sukupolvi elää ja hengittää muodin, urheilun, kulttuurin ja teknologian yhteenliittymää.”
-Lindsey Koch, urbaani vaatebrändi New Eran apulaisjohtaja (The Future of Sports 2016).

Siinä missä vielä 1970-luvulla urheiluhuodykkeitä tuotettiin kaavamaisena sarjatuotantona, on niitä 2010-luvulta eteenpäin sekoitettu katu- ja nuorisokulttuuriin sekä vapaa-ajan estetiikkaan (Giulianotti 2016, 201–205). Urheilu- ja muotiteollisuus ottavat vaikutteita toisiltaan luoden kuluttajille jatkuvasti uusia esteettisiä mielikuvia urheilusta. Voisi todeta, että urheiluteollisuudessa ei enää kuluteta urheiluvälineitä, vaan urheiluun liitettävää symboliikkaa. Mielenkiintoinen ilmiö on esimerkiksi kuvitteelliset jalkapallojoukkueet, jotka julkaisevat omia ’peliasukuvastojaan’ osana katumaista muotiteollisuutta (ks. BBC 2020).

Y- ja Z-sukupolvien suurimmat urheilubrändit, kuten Adidas, Nike ja Red Bull, ovat olleet luomassa jälkimodernia urheiluteollisuutta. Ne sekoittavat markkinointityössään populaarikulttuurin eri aloja varsin tehokkaasti. Giulianotti (2016, 201–205) mukaan urheiluvälineiden symboliikka ja merkityksellisyys on myös usein syväluotaavampaa sekä habituksellisesti tärkeämpää ja tarkempaa kuin muiden muotituotteiden. Uuden keskiluokan myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset luovat kuuluisimmista urheilijoista ja seuroista brändejä sen mukaan millaiset mielikuvat heistä halutaan kuluttajilla olevan ja jättäen usein urheilijoiden todellisen persoonan toissijaiseksi (emt). Suurimpien urheilubrändien markkinointikoneisto varmistaa sen, että uuden sukupolven kuluttajat ovat tietoisia trendikkäimmistä tuotteista (Giulianotti 2016, 198).

Jälkimodernissa kulttuurissa tuotteiden estetiikka ja visuaalisuus korostuvat todellisuuden sijaan (Baudrillard 1995). Tuotteen symboliikka ja suhde muihin tuotteisiin sekä kuluttajaan itseensä ovat usein sen todellista arvoa tai jopa hyötyä tärkeämpiä (Dadelo 2020). Urheilutuotteet resonoivat 2020-luvulla muodikkuutta, katu-uskottavuutta ja retrohenkeä. Näitä ideaaleja ja trendejä palkataan 'sissimarkkinoimaan' (ks. esim. Levinson & Perry 2011) nuorekkaita sisällöntuottajia. On kiinnostavaa, kuinka esimerkiksi Adidas käyttää talliinsa kuuluvia jalkapallotähtiään usein vaikkapa katujalkapallon promootiotyössään (ks. Urban Pitch 2017). Varsinainen otteluiden ja kilpailujen markkinointi taas tuntuu olevan suurimpien liigojen ja liittojen tehtävä.

Nykyisin puhutaankin 'urheiluviestinnän' (*sport communication*) käsitteestä. Sillä tarkoitetaan lajikulttuurien, -organisaatioiden ja -yhteisöjen välistä vuoropuhelua sekä yksittäisissä lajeissa että niiden kesken. Urheiluviestinnässä tuotevalmistajat ja brändit pyrkivät dialogiin kuluttajien kanssa, jotta heidän toiveisiinsa ja näkemyksiinsä voitaisiin vastata mahdollisimman tehokkaasti. Modernia urheilua ei voisi olla olemassa ilman sen sisäistä viestintäjärjestelmää. Urheiluviestinnän keinovalikoima on laajentunut ja prosessit nopeutuneet tasaisesti jo pitkään. (Dadelo 2020; Romney & Johnson 2020; Wheaton & Thorpe 2019.)

Teknologian kehittyminen on johtanut siihen, että urheiluteollisuuden viestintä tavoittaa yhä laajemman yleisön yhä nopeammin. Se pystyy myös reagoimaan yhteiskunnallisiin muutoksiin hyvin nopeasti ja ylläpitämään suhteita kuluttajiin tehokkaasti sitouttaen samalla uusia. Urheiluteollisuuden viestintä- ja markkinointimekanismit tavoittavat valtavan skaalan eri lajeja

ja yksittäisten harrastajien motiiveja ja tavoitteita. Urheiluteollisuudessa ei siten voida nimetä tai määritellä 'tavallista' kuluttajaa eikä tuottajaa. (Dadelo 2020.) Se tarjoaa jokaiselle jotakin – kuten jälkimoderni, individualisoitunut kulutusyhteiskunta yleensäkin.

Urheiluteollisuuden kehittymisestä jälkimodernina aikana on seurannut, että se on asettunut yhä enemmän kallelleen erilaisia luovia prosesseja kohtaan. Tämä johtaa luovien alojen ja urheiluteollisuuden yhä kiinteämpään vuorovaikutukseen. Sekä luovat alat että urheiluteollisuus perustuvat tehokkaaseen sisäiseen viestintään, yhtenäisyyteen ja nopeaan reagointiin yhteiskunnallisista trendeistä. Urheilu ja luovat alat ovat kaikista teollisuudenaloista vahvimmassa vuorovaikutussuhteessa keskenään. (Dadelo 2020; DiMaggio 2003; Memmert 2015.) Näiden kahden teollisuudenalan yhdentymisprosessien intensiteetti ja laajuus edellyttää akateemista tarkastelua, sillä vielä tällä hetkellä teoreettisen tason kuvaukset luovien alojen ja urheiluteollisuuden yhteistyöstä laahaavat reaali maailman tapahtumien jäljessä. (Dadelo 2020.)

Yhtenä jälkimodernin urheiluteollisuuden markkinointiviestinnän tehokeinona, sekä urheiluteollisuuden ja luovien alojen sekoituksen tuotteena, voidaan nähdä luovat yrittäjyysurheilijat ja muut sisällöntuottajat. He tekevät muun toimintansa ohella markkinointiyhteistyöprojekteja urheilubrändeille ja -sponsoreille. Tämän joukon suosituimmat Instagram- tai YouTube-videot keräävät etenkin Z-sukupolven keskuudessa valtavia katsojamääriä ja ovat merkittävästi tehokkaampi viestintäkeino kuin perinteisempi televisio- ja tapahtumamainonta. Paitsi, että tämä joukko esittelee omia esiintymis- ja lajitaitojaan, toimii se myös uusien urheiluteollisuuden trendien esittelijänä.

Urheiluteollisuus ei siten ole ainoastaan tärkeimpien brändiensä arvonluoja, vaan myös elintärkeä osa 2020-luvun länsimaista kulttuuria. Urheilu ei enää ole kaupallistamisprosessiaan seuranneessa ensimmäisessä vaiheessa, jossa se oli puhtaasti viihteellisyyden ja nautinnon lähde, vaan kiinteä osa modernin elämän urbaania vapaa-aikaa ja kuluttamista. Urheiluteollisuus yhdistää ja hyödyntää nykyisellään taloudellisia, kulttuurisia, teollisia, teknologisia ja tieteellisiä aspekteja. Urheilu on elämänalue, joka ohjaa viestinnällisillä prosesseillaan suhtautumistapoja yhteiskunnallisiin ongelmiin ja megatrendeihin. Urheiluteollisuus on 2020-luvulle tultaessa 'kasvanut aikuiseksi'. (Dadelo 2020.)

3.2 Luovat toimialat ja luova yrittäjyys

Hartley (2005) huomautti jo yli kymmenen vuotta sitten, kuinka luovat toimialat ovat hyötäneet trendistä, jossa kansalaisten luovuus alettiin nähdä globaalina kilpailuetuna suhteessa työpaikkoihin ja BKT:n kasvuun. Juuri vuosituhaten alussa luova taide ja kulttuuriteollisuus alkoivat yhdistyä teknologisten edistysaskelien myötä, mikä johti 'luovien toimialojen' käsitteelliseen syntyyn. Etenkin audiovisuaalisen sisällön nopeammat ja tehokkaammat jakelutavat taas johtivat suuryritysten kasvaneeseen rooliin alalla, niiden alettua hallitsemaan kyseisiä jakelukanavia. (Hartley 2005; Leadbeater & Oakley 2005.) 2010-luvulta eteenpäin kulttuuri- ja luovien toimialojen tutkimus on ollut vilkkainta koskaan. Suosituin teema on ollut luovan teollisuuden vaikutus yhteiskunnan talouskasvuun ja siihen, voisiko luovan luokan kosiskelu olla kustannustehokas keino edistää taloudellista hyvinvointia syrjäisemmillä seuduilla. (Cho, Liu & Hsiu-Chong Ho 2016.)

Florida (2002) ennusti jo parikymmentä vuotta sitten 'luovan luokan' esiinmarssia luovien toimialojen kasvun seurauksena. Tällä tulisi olemaan vaikutusta länsimaiseen työkuulttuuriin myös kyseisten alojen ulkopuolella. Työpaikat muuttuisivat 'valko- ja sinikauluksisista työpaikoista' 'kauluksettomiksi työpaikoiksi'. Luovien alojen esimerkin vaikutuksesta työpaikat tulisivat vähentämään hierarkkisen kontrollin määrää ja korvaamaan sitä itseohjautuvuuteen, tehokkaaseen motivointiin sekä vertaistukeen ja toisaalta -paineeseen perustuvalla pehmeällä kontrollilla. (Emt.) Hieman myöhemmin myös Leadbeater ja Oakley (2005) kuvailivat, kuinka ihmiset olisivat tulevaisuudessa valmiita työskentelemään entistä itsenäisemmin ja suosimaan autonomian tunnetta työtehtävissä vakituisen työn mukanaan tuoman turvallisuuden tunteen kustannuksella. Työn sisältöä ja menetelmiä haluttaisiin muokata jatkuvasti uudelleen itse, ja työpaikan tulisi olla paikka, jossa on mahdollista ilmaista omaa identiteettiään (emt). Ennustusten voi 2020-luvulla todeta osuneen monessa mielessä oikeaan.

Luovien toimialojen yksityisyrittäjien ja freelancereiden mikrobisneksien laajempi merkitys länsimaiseen työelämäkuulttuuriin on ollut jo suuri, ja tulee vain kasvamaan tulevaisuudessa. Leadbeater ja Oakley (2005) käyttävät näistä ammattiryhmistä nimitystä ”*The Independents*” (myöhemmin 'omatoimiset'). He kaupallistavat luovuutta voimakkaan yhteistoiminnan ja verkostoitumisen välinein, ja heillä saattaa olla paljonkin opetettavaa muille teollisuudenaloille

innovaatioista, tuotekehityksestä, -jalostuksesta ja -jakamisesta. Tutkijoiden mukaan omatoimiset, jotka ovat useimmiten tuottajia, suunnittelijoita, vähittäiskauppiaita ja promoottoreita samaan aikaan, ovat luovien toimialojen kasvun ytimessä. Heidän toimeliaisuutensa tapahtuu epämuodollisissa verkostoissa, joissa he organisoivat työtään usein ystävien tai tuttavien kanssa. Vaikka jotkut kieltämättä ovat kunnianhimoisia yrittäjiä, osa haluaa pitää bisneksensä pienenä säilyttääkseen itsenäisyytensä ja keskittyäkseen juuri luovuuteen. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että he näkisivät itsensä taiteilijoina, joita tulisi tukea julkisin varoin. (Leadbeater & Oakley 2005.) Nähdäkseni 'omatoimisten' teoretisoinnilla on hyvin paljon yhteistä luovien yrittäjyysurheilijoiden kanssa.

Luovien toimialojen yrittäjät ovat hyvin tietoisia siitä, että heidän työtään arvioidaan suhteessa kellogoihin. He ovat jatkuvassa kilpailussa keskenään. Työympäristö on kulttuuri- ja taideoilla hyvin kilpailullinen ja hektinen, sillä trendit ja teknologiat voivat vaihdella hyvinkin nopeaan tahtiin. Luovien toimialojen perusluonnetta on hahmoteltu neljän eri ulottuvuuden kautta – joiden kaikkien voi nähdä olevan yhteydessä laajempiin työelämän murroksen trendeihin. (Leadbeater & Oakley 2005.)

- 1) Kuluttamisen ja sisällöntuottamisen sekoittuminen: luovat toimialat ovat jatkuvaa toisten tuotteiden lainausta ja miksausta. Vallitseva kilpailutilanne ja toisaalta trendit tulee siis tiedostaa ollakseen ahkera sisällöntuottaja. Tämä taas tapahtuu olemalla ahkera kuluttaja.
- 2) Työn ja vapaa-ajan sekoittuminen: vapaa-aika voi olla yhtä tärkeää kuin työn parissa vietetty aika. Ajattelun ja uusien ideoiden keksimiseen tarvitsee raivata sille tarkoitettua, rentoutumisen aikaa. Tämän ajan voi kuitenkin nähdä olevan myös työn hyödyksi käytettyä aikaa.
- 3) Itsenäisyyden ja yhteistyön sekoittuminen: useilla luovilla aloilla hyödynnetään yksittäistä ydinosaamista. Näin tekevät muun muassa graafikot, ohjaajat ja kuvaajat (sekä vaikkapa luovat yrittäjyysurheilijat lajitekniikoidensa suhteen). Lahjakkuus yksittäisessä osaamisessa ei kuitenkaan riitä, mikäli sitä ei osaa yhdistää tuottajien, lavastajien, musiikin tai muun oheistuotteen kanssa.
- 4) Verkostoituminen: luovat yhteisöt ja verkostot tarjoavat jatkuvasti toisiaan täydentäviä uusia ideoita, kontakteja, tiloja ja paikkoja sekä väyliä markkinoille. Ne saavat aikaan paitsi kilpailua, myös yhteisiä projekteja. Verkostot ovat yhä harvemmin paikkasidonnaisia. (Emt.)

Kainulainen (2014) tuo luovia yrittäjiä käsittelevän pro gradu -tutkielmansa kirjallisuuskatsauksessa esiin yrittäjyyden ja luovuuden tutkimisen historiallista pohjaa. Yrittäjien persoonallisiin piirteisiin on liitetty adjektiiveja kuten energisyys, sisukkuus,

visionäärisyys, riskisuuntatuneisuus ja suoritusmotivaatio, sekä laajempia arvoja ja elämänasenteita kuten työn arvostaminen ja itsensä haastaminen (Cunningham & Lischeron 1991). Carsrudin ja Brännbackin (2011) mukaan yrittäjän työskentelemistä ja tavoitteellisuutta ohjaavat hänen sisäiset motiivinsa.

Luovan alan yrityksen tarjonta voi olla uuden tuotteen lisäksi uudenlaisia kokemuksia ja mahdollisuuksia kokea asioita (De Miranda, Aranha & Zardo 2009.) Luovan alan yrityksissä seikat kuten elämäntyyli, itseilmaisu sekä omintakeisen suhteen hakeminen työn ja vapaa-ajan välille saattavat olla tärkeämmässä asemassa kuin taloudellinen voitto. Esimerkiksi taiteilijayrittäjiä ohjaa usein itse taiteen tekemisen mielekkyys liiketoiminnan rahavirran kasvattamisen sijaan. Luovat yrittäjät saattaa 'normaaleista' yrittäjistä erottaa pyrkimykset rakentaa liiketoiminta itsensä ja ideoidensa ympärille sen sijaan, että tavoittelisi yrityksen varsinaista kasvua. Yritystoiminta kiinnittyy heidän omiin intohimoihinsa ja tunteisiinsa. Suhde työhön on erittäin kiinteä ja jopa tärkein asia elämässä. (Chaston 2008; De Miranda ym. 2009.) Haasteena on myös usein ainakin osittain omaantuntoon ja persoonallisuuteen palautuva kysymys siitä, haluaako yrityksellään edistää omia arvojaan ja taidettaan, vai tavoitella tuotteliaampia markkinoita (Chaston 2008).

Baronin ja Tangin (2011) mukaan dynaaminen ja jatkuvassa muutoksessa oleva ympäristö ruokkii luovuutta. Koska luovat yrittäjät tottuvat kohtaamaan muutoksia, riskejä ja epävarmuuksia, heidän itseluottamuksensa ja riskinotto kykynsä kasvaa ratkaisujen perustuessa epätäydelliseen ja osittaiseen tietoon. Tästä aiheutuu suurta stressiä, mutta se toisaalta johtaa työn parempaan tehokkuuteen ja intensiivisyyteen. (Emt.) Tämä saattaa jopa helpottaa luovan alan yrityksen brändityötä, jossa keskiössä on poiketen useimmista muista aloista yrittäjä itse (Handelberg & Karhunen 2009, 22).

Kainulainen (2014) esittelee luovuuden tutkimisen erilaisia lähtökohtia, joista tutkielmani kannalta oleellimmat esittelen seuraavaksi. Perinteisesti luovuus on liitetty keinoihin ratkaista ongelmia, tehdä asioita uudella tavalla ja kyvyllä reagoida ympäristön muutoksiin nopeasti (Runco 2004). Fundamentaalisena lähtökohtana luovuuden tutkimiseen on ollut konvergentin ja divergentin ajattelun välille luodun eron ymmärtäminen. Konvergentti ajattelu tarkoittaa, että ongelmaan pyritään löytämään yksi ja ainoa oikea ratkaisu. Divergentti ajattelu on luovaa, mahdollisimman monia vaihtoehtoisia ratkaisuja löytämään pyrkivää. (Mednick 1962.) Hakala

(2002, 16, 55) pitää luovuutta pitkälle erikoistuneena älykkyyden piirteenä ja lahjakkuuden yhtenä muotona. Luovuuden tutkimisen niin sanottu persoonallisuuslähestymistapa on kiinnostunut luovan henkilön yksilöllisistä luonteenpiirteistä ja ympäristöistä, joissa luovuutta syntyy (Sternberg & Lubart 1999, 8). Persoonallisuuslähestymistapaa seuraavista luovuuden tutkimisen teorioista kiintoisimmat tutkielmani kannalta ovat luovuuden investointiteoria ja systeemiteoria.

Luovuuden investointiteorian voisi tiivistää siten, että luovat yksilöt saavat luotua arvoa uusille ideoille vähäisinkin panoksin. Luovat yksilöt myös pitävät jääräpäisestäkin kiinni omista ideoistaan. Teoriassa esitellään kuusi resurssia, joita luovuus tarvitsee kukkiakseen: intellektuellit kyvyt, oman erikoistumisalan tietämys, erilaiset tavat ajatella, tietty persoonallisuus, otollinen ympäristö sekä motivaatio. Intellektuellit kyvyt tarkoittavat taitoja tunnistaa kaikista tärkeimmät ideat, vakuuttaa muut yksilöt sosiaalisten kykyjensä myötä sekä hahmottaa ongelmia ja asioita perinteisestä poikkeavalla tavalla. Luonteenpiirteistä tärkeimpiä ovat mallin mukaan itseluottamus, kunnianhimo, riskinarviointi ja -harkinta, tehtäväkeskeinen motivaatio sekä kompleksisuuden sietäminen. (Sternberg & Lubart 1999, 3–15.)

Luovuuden systeemiteoria (Csikszentmihalyi 1999, 313–335) taas lähtee siitä, että luovuutta voi syntyä vain tietyssä kontekstissa ja tietyllä alalla. Tämä tarkoittaa, että luovuus on aina yksilön ja hänen taustatekijöidensä (kuten luonteenpiirteet), ympäristön vaikutusten (lähimmät yhteisöt, yhteiskunta) sekä kulttuurin (etenkin suhteessa erityisalaan) summa. Mitä enemmän erityisalan kulttuurin vaikutuspiirissä on nuoria, sitä enemmän se luovuutta ruokkii. Luovuus ei synny tyhjästä, vaan täytyy olla ennakkokäsitys oman alansa perinteistä ja nykytilasta, jotta olisi näkemyksiä siitä, mitkä voisivat olla uudennlaisia tuotteita tai toimintamalleja. Asiantuntijataito, siis huipputason tekninen osaaminen, on siten elintärkeää. Tähän tarvitaan myös synnynnäistä lahjakkuutta. (Amabile 1996, 83–92; Csikszentmihalyi 1999, 313–335.) Ympäristön suhteen Csikszentmihalyi (1999, 313–335) korostaa etenkin kykyä verkostoitua. 'Kenttä' täytyy vakuuttaa omista ideoista aina uudelleen, joten kulttuurinen ja sosiaalinen pääoma ovat tärkeässä osassa (emt.)

Amabile (1983, 30, 65–96) jakaa luovuuden kolmeen osatekijään: luovaan ajatteluun, tehtävään liittyviin taitoihin ja motivaatioon. Luovaan ajattelukykyyn vaikuttavat yksilölliset luonteenpiirteet, harjoittelu ja kokemus. Tärkeää on ongelmien käsittely ja hahmottaminen

oikealla tavalla, sekä kyky jäsenellä monimutkaisia kokonaisuuksia ja luoda monta ratkaisumallia. Myös motivaatiolla on suora vaikutus luovuuteen. Motivaatioon taas vaikuttavat sekä persoonallinen suoritus- ja tehtäväorientoituneisuus että ympäristö. Motivaation ei kuitenkaan tulisi olla ulkoista, sillä tämä johtaa luovuuden karisemiseen pois tehtävää suoritettaessa. (Emt.)

Luovilla ihmisillä on myös tiukka itsekuri ja he ovat itsenäisiä, mutta intensiivisiä työskennellessään ja kykenevät pääsemään yli pettymyksistä keskivertoa paremmin. Tämä johtuu kyvystä nähdä useita erilaisia vaihtoehtoisia ratkaisuja työssä ja elämässä laajemminkin. He kykenevät hahmottamaan isoja kokonaisuuksia ja syyseuraussuhteita hyvin eivätkä kaihda riskinottoa, vaikka ovat jossain määrin perfektionistejakin. Tärkeimpänä kaikista luovilla ihmisillä näyttäisi olevan tavanomaista ihmistä paljon suurempi 'kontrollipremissi': usko siitä, että he itse ohjaavat elämäänsä ja määrittelevät sen suuntaa. (Amabile 1983, 30, 65–96.)

2020-luvulla yrittäjyyteen luovalle alalle houkuttelevat useat eri seikat. Ensinnäkin ala edellyttää vain vähäistä alkupääomaa eikä sille ole olemassa tiettyä valmistavaa koulutusta (Eskelinen ym. 2010, 121–122). Laajemminkin, länsimaissa 1980-luvulla ja myöhemmin syntyneet ovat ylipäättään kasvaneet yrittäjyyteen kannustaviin arvoihin. Laadukkaan teknologian helppo saatavuus tekee itsensä työllistämisestä mahdollista, ja suuryritysten kohtaamat vaikeudet ja eettiset kysymykset houkuttelevat yhä useampia omien polkujen etsimiseen. Luovat alat eivät usein ole väyliä rikastumiseen, mutta ne tarjoavat väylän vapaavalintaisuuteen, itsenäisyyteen ja työn tuomaan tyydytykseen. Toisaalta ala edellyttää jatkuvaa uusien mahdollisuuksien etsintää, itsensä haastamista ja kehittymistä, mikä voi tuoda elämään epävarmuutta. Silti yhä useammat nuoret ovat valmiita vaihtamaan turvallisuuden tunteen itsensä ilmaisun mahdollisuuteen työssä ja suunnanneet kohti 'portfoliouraa', joka koostuu useista erilaisista projekteista, kontakteista ja taidoista. Tämä voi osoittautua eduksi 2000-luvun alkuvuosikymmenien työmaailmassa, jossa surffataan jatkuvasti eri sektoreiden välillä. (Leadbeater & Oakley 2005.) Myös Suomessa nykynuoret haluavat työelämässä kokea mieluummin nautinnollista työn sisältöä, kuin materiaalisia palkintoja tai palkkaa (Tuohinen 2010).

3.3 Luova yrittäjyysurheilu

Ojala (2015, 39, 71–76, 82–83) luokitteli audiovisuaalista mediavälitteistä sisältöä ammatikseen tuottavat extreme-lumilautailijat luovan teollisuuden piiriin, nimeten heidät *luoviksi yrittäjyysurheilijoiksi*. Esimerkiksi huippulumilautailun media-areenat eivät sovi, eivätkä yritäkään sopia, kilpaurheilun toimintamalleihin (emt). Toiminnan hän määritteli tarkalleen seuraavasti: *”Urheilija ottaa vastuun sen areenan taloudellisesta tuottamisesta ja teknisestä toteuttamisesta, jossa kykenee esittämään taitojaan lajinsa huipputasolla yleensä eri medioita hyväkseen käyttäen, ja tekee sitä ammatikseen.”* (Ojala 2015, 71.) Luova yrittäjyysurheilu ei perustu huippu-urheilun tapaisesti valtiopohjaiselle rahoitukselle. Alalla tuotetaan mediamateriaalia ja muuta sisältöä alakulttuurin sisäisiä yleisöjä varten. (Ojala 2015, 72; Ojala & Itkonen 2013.) Siinä, missä julkisuusmarkkinallinen huippu-urheilu tarvitsee ympärilleen hyvin vahvan taloudellisen ja hallinnollisen verkoston, on luovan yrittäjyysurheilun kaltainen toimeliaisuus lähtöisin ’omatoimisilta’.

Luovan yrittäjyysurheilun yksityisyrittäjämäinen ja mediavälitteinen toiminta perustuu nuorisokulttuuristen lajien sirpaloitumisesta syntyneeseen markkinarakoon, eriytyneen liikuntakulttuurin tarjoamiin mahdollisuuksiin, helposti saatavilla olevaan laadukkaaseen teknologiaan sekä luovuuteen ja yrittäjyyteen kannustavaan yhteiskunnalliseen ilmapiiriin (ks. Ojala 2015, 71–76, 82–83). Jälkimodernissa yhteiskunnassa mahdollisuus tehdä uransa itse haluamallaan tavalla saattaa olla trendikkäämpää kuin ainoastaan asettua ’osaksi järjestelmää’. Tällaiset trendit ovat tärkeitä, kun ajatellaan vaikkapa liikunnan ja urheilun seurakentän vetovoimaisuutta lasten ja nuorten keskuudessa muuttuvassa yhteiskunnassa.

Kyse on Ojalan (2015, 72) mukaan silti edelleen urheilusta, sillä ainakin hänen tutkimuskohteensa eli extreme-lumilautailijoiden ammatinharjoittaminen on useimmiten urheilulliseen kilpailuun perustuvaa, vaikkakin *”areenat ovat mediavälitteisiä, tuotannot lumilautailijoiden itsensä organisoimia, suorituspaikat muuttuvaisia, eivätkä tuomarit määritä voittajia.”* Tärkeä huomio on, että kilpailullisuus tässä mielessä ei tarkoita ainoastaan urheilullisia sisältöjä, kuten laskijoiden tekemiä temppuja, vaan ammattimainen sisällöntuottaminen näyttäisi olevan yhtä tärkeä suoritusten arviointiperuste siinä missä lajitekniset taidotkin: *”Suoritusten arviointiperusteisiin sekoittuvat oletettavasti*

kulttuuriteollisuudelle ominaiset toiminnot, kuten tallenteiden taiteelliset edesottamukset” (emt).

Luovan yrittäjyysurheilun tapaista fyysisiä suorituksia esittelevää mediavälitteistä toimintaa, jossa ei kilpailla, Ojala (2015, 72) nimittäisi *performatiiviseksi sisällöntuotannoksi*. Tutkielmassani kuitenkin lasken myös varsinaisen freestylejalkapallon kontekstin ulkopuolella ammattiaan harjoittavat ’jalkapallovideotyypit’ luoviksi yrittäjyysurheilijoiksi. Perustelen tätä sillä, että hyvin usein nämä henkilöt ovat uransa alussa olleet myös freestylereita. Koulukuntien yhteiset juuret näkyvät sisällöntuotannossa, vaikka freestylejalkapallon kilpailulliset muodot olisikin jätetty taakse. On totta, että mitä kauemmas sisällöt lipuvat kilpailullisesta urheilulajista, tässä tapauksessa freestylejalkapallosta, sitä useammin oikea käsite saattaisi olla juuri performatiivinen sisällöntuotanto. Haluan kuitenkin korostaa toimijoiden urheilullista lahjakkuutta ja taitoa – oli kyse jalkapallosta tai freestylejalkapallosta – siinä määrin, että päädyin käyttämään luovan yrittäjyysurheilijan käsitettä. Myös tutkielmani informantit itse painottivat juuri ’urheilijaminäänsä’ haastatteluissa. Performatiivinen sisällöntuotanto voisi nähdäkseni olla myös kaukana urheilusta. Luovan yrittäjyysurheilun kenttä on joka tapauksessa niin laaja ja akateemisesti tutkimaton, että käsite rajautuu ja tarkentuu tulevaisuudessa varmasti.

Luovan yrittäjyysurheilun kaltainen liikunta-, kulttuuri- ja mediateollisuuden ristipaineessa oleva niche-markkina on Suomessa luonnollista kokea käsitteellisellä tasolla vieraaksi. Tämä johtuu ensinnäkin siitä, että urheiluteollisuuden volyymimme on historiallisesti ollut kohtuullisen vaatimaton verrattuna muihin länsimaihin. Alaa ovat meillä hallinneet etenkin maailmanmaineeseen kavunneet liikuntateknologiayritykset kuten Polar, Suunto ja FirstBeat siinä määrin, että olisikin osittain mielekkäämpää puhua liikunta- ja vapaa-aikateollisuudesta urheiluteollisuuden sijaan. Toiseksi urheilusponsoroinnin volyymi on Suomessa edelleen noin kaksi kertaa pienempi kuin Norjassa ja kolme kertaa pienempi kuin Ruotsissa (esim. Sponsor Insight 2017), joten yksityisen sektorin urheiluviestinnän tehokeinoja, kuten luovaa yrittäjyysurheilua, ei välttämättä vielä tunneta. Lisäksi Turtiainen (2012, 23) huomauttaa, ettei suomalaisessa liikuntatieteessä ole suoraa vastinetta kansainväliselle, urheiluteollisuutta ja -kulttuuria tutkivalle *sport studies* -alalle.

Lumilautailusuuruksiemme ansiosta nuorisokulttuuriset lajit sinänsä ovat Suomessa tuttu juttu. Kuitenkin se, että joku tekisi niistä itselleen ammatin julkisesta ja kolmannesta sektorista

riippumattomana, saattaa olla uusi ajatus. Työ- ja elinkeinoministeriön (TEM) raportti *Liikuntaliiketoiminnan ekosysteemin muutokset* (2014) on tässä suhteessa virkistävä poikkeus. Toisaalta siinäkin korostetaan juuri liikunta-alan *yrityksiä yksityisyrittäjien* sijaan. Raportti tunnistaa liikunta-alan yrittäjyyden uusia mahdollisuuksia ”*viestintä- viihde- ja lifestylealalla*”. Juuri tämä liikunta- ja vapaa-aikateollisuuden sektori on nähdäkseni se, johon luovan yrittäjyysurheilun kaltainen toimeliaisuus tulee sijoittaa. (TEM 2014, 14–25.)

Liikunta- ja vapaa-aikateollisuuden viestintä-, viihde ja lifestylesegmentin Suomessa muodostavat uusiin yhteisöllisiin urheilulajeihin linkittyvät toimialat – kuten elintarvike-, peli, musiikki- ja muotiteollisuus – yhdessä liikunta- ja vapaa-aikateollisuuden kanssa. Esimerkkilajeina mainitaan lumilautailu, frisbeegolf, parkour ja alamäkiluistelu. Liiketoiminta on monialaista, sosiaalisen median innovaatioihin sekä laji- ja faniyhteisöihin pohjautuvaa. Kaupalliset toimintalogiikat ovat uudenlaisia ja luovia. Kasvun mahdollistavat trendit perustuvat toisaalta yksilöllisen identiteetin ja elämäntavan ilmaisun ihannointiin, mutta toisaalta myös uudenlaiseen yhteisöllisyyteen. Liikuntakulttuurin viiheellistyminen ja esteettisyyden korostuminen yhteiskunnassa ovat niin ikään kehityksen taustalla. Alan yritysten on kyettävä luomaan monialaisia kokonaisuuksia, solmimaan riittävän suuria kumppanuuksia sekä erotuttava sosiaalisen median ‘tulvassa’. (TEM 2014, 25.) Suomessa segmentin koko on vuonna 2014 ollut noin 250 miljoonaa euroa. Vuodesta 2010 vuoteen 2014 sen henkilöstön määrä oli Suomessa kasvanut 77 prosenttia ja liikevaihto 44 prosenttia. (TEM 2014, 14, 22–23.)

Raportissa on useita luovaan yrittäjyysurheiluun yhdistettävissä olevia havaintoja, vaikka esimerkiksi Ojalan (2015) väitöskirjasta oli raportin ilmestymisvuonna kulunut vain pari vuotta. Siinä tunnistetaan paitsi segmentin monialaisuus sekä sosiaalisen median palveluihin ja innovaatioihin pohjautuvat toimintamallit, myös videotallenteiden jakamisen tärkeys ”*intohimolajien*” kulttuureissa. Jopa Red Bull -yhtiön merkitys vaihtoehtolajikulttuureille ja alan bisnesmalleille on nostettu esiin. (TEM 2014, 22–23.) Luovien yrittäjyysurheilijoiden – vaikkei tätä käsitettä raportissa käytetäkään – kaupallista toimintalogiikkaa avataan hyvin:

”Alalla tehdään elämäntavasta tai harrastuksesta liiketoimintaa. Yrittäjät suhtautuvat yhtä intohimoisesti yrittämiseen kuin harrastukseensa, joten alan toimijoilla on jo valmiiksi kasvuyrittäjän asenne. -- Liiketoiminta kietoutuu brändien kuten huippulaskijoiden,

huippuparkouraaajien tai lajien sekä tuotemerkkien ympärille. Tuotteet voivat olla mitä moninaisempia fanituotteista urheiluvälineisiin sekä -vaatteisiin ja sosiaalisen median sovelluksista peleihin sekä elintarvikkeisiin.” (TEM 2014, 22.)

Segmentin asiakkaiksi nimetään sopivien lajien harrastajayhteisöt ja korostetaan sitä, kuinka ne ovat usein globaaleja ja väestörakenteeltaan hyvinkin homogeenisiä. Tämä on startup -tyyppiselle liikuntayrittäjäyrystoiminnalle suuri vahvuus. Segmentin ekosysteemissä lähimpinä kumppaneina nähdään viihde- ja media-alan yritykset, urheiluravinteiden valmistajat, muoti- ja koulutusala sekä peli- ja teknologiayritykset. (TEM 2014, 22–23.) Raportti osuu naulan kantaan segmentin toimijoiden ansaintalogiikkaa tarkastellessaan: ”*Tuotemyynnissä tärkeitä on saavuttaa riittävä jalansija yhteisön ja fanien keskuudessa ja tämän jälkeen kyetä laajentamaan toiminta yli faniyleisön ilman, että uskottavuus omassa genressä kärsii.*” (TEM 2014, 22–23.)

Haastattemieni luovien yrittäjäyrysurheilijoiden kuvailut heidän työekosysteemistään ovat lähes täysin linjassa raportin kuvailujen kanssa. Tosin on edelleen mainittava, että raportissa keskitytään *yrityksiin* eikä niinkään yksittäisiin *yrittäjiin*. Kiintoisaa on, että freestylejalkapallovideoista enemmän ’tavallisen jalkapallon’ suuntaan siirtyneiden yrittäjäyrysurheilijoiden kuvaillaan kipuilevan juuri ylempänä mainittujen kaltaisten uskottavuus- ja autenttisuuskysymysten kanssa (ks. alaluku 6.3.2).

Yritysten tai yrittäjien omatoimisuuden lisäksi on saattanut käydä myös niin, että ’tavallisten’ kuluttajien taitava sisällöntuotanto on herättänyt mediayritysten ja brändien kiinnostuksen siinä määrin, että ne ovat tehneet aloitteen ’henkilöbrändin’ luomisesta – josta sekä yksilö että yritys hyötyvät. Mediayritysten ja brändien on reagoitava yksityishenkilöiden jakamaan sisältöön ja trendeihin omassa viestinnässään ja markkinoinnissaan jatkuvasti (Nelson 2010). Amerikkalaisjulkaisu *The Future of Sports* (2016) kuvailee tähän liittyen luovaan yrittäjäyrysurheilijaan yhtymäpintaa sisältävän *alt-urheilijan (alt-athlete)* käsitteen avulla urheilu- ja vapaa-aikateollisuuden murrosta USA:ssa. Parhaimmilla tai suosituimmilla alt-urheilijoilla on omia sponsoreita, jotka tukevat heitä ei välttämättä suoraan rahallisesti, vaan tuotteilla ja matkoilla. Ideana on, että suurta yleisöä sosiaalisessa mediassa keräävä alt-urheilija voisi tehdä osan uusien tuotteiden tai mallistojen markkinointityöstä yhtiöiden puolesta. Hyvin monet heistä myös perustavat omia brändejään lajinsa ympärille. (The Future of Sports 2016.) Oregonin yliopiston markkinoinnin laitoksen johtaja T. Bettina Cornwell tiivistää:

”Nämä henkilöt ovat usein kiinnostuneita liikunnasta, mutta he etsivät siitä lisäksi jonkinlaista itsensä toteuttamista ja ’todentamista’; että heillä on erityisiä kykyjä tai yksilöllisiä piirteitä, joilla he voivat menestyä ja joista he voivat olla tunnettuja. Lisää soppaan teknologia, ja sekoita sosiaalisen median kanssa...” (The Future of Sports 2016.)

Markkinoinnin ammattilaiset ovatkin Y- ja Z-sukupolvista tai milleniaaleista puhumisen sijaan totutelleet käyttämään C-sukupolven (*Generation C*) nimitystä siitä kuluttajien joukosta, joka on jatkuvasti ja kaikessa tekemisessään yhteydessä internetiin ja sosiaaliseen mediaan käyttämänsä teknologian myötä. C-sukupolvesta puhuminen myös väistää keskustelua ’nuoremista sukupolvista’ leimaavan ikäsidonnaisuuden, sillä teknologian omaksumisen nopeus ja mielekkyys on yksilöllistä. C-kirjaimella kuvattiin alun perin käsitesisältöjä ’*connected consumer*’ ja ’*generation connectivity/community*’ – tarkoituksena oli havainnollistaa sitä, kuinka tietyt ihmiset ovat jatkuvasti ’online’ ja yhteydessä paitsi brändeihin myös toisiinsa. Internetiä ei pelkästään käytetä, vaan sitä muokataan mieleiseksi. Myöhemmin C-kirjain on saanut vaikutteita myös sanoista ’*consume*’, ’*create*’ ja ’*curate*’: kuluttaa, luoda ja kuratoida eli opastaa. (Social Media Today 2017; Solis 2012.) C-sukupolven voidaan katsoa olevan vastuussa prosumptioiden ja pro-amatööriyden ’keksimisestä’ (Hardey 2011).

Prosumptioilla (*production + consumption*) tarkoitetaan kuluttajan kaupallistamaa ’tee-se-itse’-toimintaa (Kotler 1986; Toffler 1980, 265–288). Prosumptiossa tuotetta, palvelua tai aktiviteettia ei ainoastaan kuluteta (harrasteta), vaan sitä uudelleen muokataan ja tuotetaan itse. Kyseessä ei sinänsä ole mikään uusi keksintö, mutta internetin sosiaalisesta mediasta on tullut elintärkeä alusta tälle luovalle kuluttamisen ja tuottamisen yhdistelmälle. (Woermann 2012.) Tutkielmani kontekstissa prosumptioilla tarkoitetaan kaupallista sosiaalisen median sisällöntuotantoa, jossa toiminta on urheilullista.

Leadbeater ja Miller (2004) pohtivat prosumptioita ja ’prosumereita’ (*producer + consumer*) amatöörin ja ammattilaisen käsitteiden kautta. Hänen mielestään prosumerit eivät ole kumpaakaan, vaan sijoittuvat jonnekin näiden kahden vastakohdan väliin. Siten on syntynyt käsite *professional amateurs* eli *pro-ams*; paras suomenkielinen käännös voisi olla pro-amatöörit. Pro-amatöörit ovat henkilöitä, joiden motiivit kumpuavat harrastusmaisesta intohimosta, mutta heillä on toiminnassaan samaan aikaan vakavat ammatilliset standardit, eikä

kyse ole pelkästä vapaa-ajan vietosta. Pro-amatöörit käyttävät kuluttamista identiteetin rakentamisen ja kulttuurisen pääoman keräämisen välineenä. (Ks. Leadbeater & Miller 2004.)

Pro-amatöörisuutta voi hyvin soveltaa luovan yrittäjyysurheilun – kuten myös performatiivisen sisällöntuotannon – kaltaiseen toimeliaisuuteen. Pro-amatöörivaiheen voisi luovan yrittäjyysurheilijan urapolussa hahmotella väliportaaksi amatööri- ja ammattilaisvaiheen väliin, jolloin tulee tehdä valintavaihe urasuunnitelmien suhteen. On yksilökohtaista ja lähinnä ”intohimokysymys”, halutaanko tuosta tilanteesta koskaan edetä täysammattilaiseksi. (Ks. Leadbeater & Miller 2004.) Vaatimukset ammattilaisurasta siis kyllä tiedostetaan, mutta niitä ei välttämättä koskaan lähdetä tavoittelemaan. Mahdollista on sekin, että hyppy täysammattilaiseksi kestää vain tovin, jonka jälkeen viihdytään taas pro-amatöörinä keskittyen enemmän muihin asioihin uralla ja elämässä. Taulukossa 2 on esitelty Leadbeaterin ja Millerin (2004) pohjalta tekemäni hahmotelma siitä, mihin pro-amatöörit sijoittuvat suhteessa täysamatööreihin ja -ammattilaisiin freestylejalkapalloilijoiden ja/tai jalkapallon luovien yrittäjyysurheilijoiden kontekstissa.

TAULUKKO 2. Amatööri-, pro-amatööri- sekä ammattilaistoiminta freestylejalkapallossa ja /tai jalkapallon luovassa yrittäjyysurheilussa Leadbeaterin ja Millerin (2004, 23) pohjalta.

		LUOVAT YRITTÄJYYSURHEILIJAT		
		PRO-AMATÖÖRIT		
<i>Fanit, sivusta- seuraajat, katsojat</i>	<i>Taitavat amatöörit</i>	<i>Sitoutuneet ja tavoitteelliset amatöörit</i>	<i>Puoliammattilaiset</i>	<i>Täysammattilaiset</i>
Freestyle- ja trickshot- videoita säännöllisesti sosiaalisessa mediassa katselevat fanit	Freestyletemppuja itse harjoittelevat, toisinaan omia videoita kuvaavat harrastajat	Freestyle-kisoihin osallistuvat ja/tai oman Instagram-tilinsä trickshot- videoita varten perustaneet harrastajat	Harrastajat, jotka saavat tuloja freestyle- tai jalkapallovideoillaan tai omaavat jopa sponsoreita	Joukko, joka tulisi toimeen pelkällä (freestyle)- jalkapalloon liittyvällä yrittäjyydellään, mutta saattaa omata muitakin tulonlähteitä

Kuluttaminen on jälkimodernissa yhteiskunnassa mitä suurimmissa määrin identiteetin rakentamista (Featherstone 1991, 81–92). Nähdäkseeni prosumptioissa oma identiteetti vain korostuu uuden luomisen ulottuvuuden myötä. Woermann (2009; 2012) yhdistääkin prosumptiot alakulttuurisen pääoman keräämiseen. Sosiaalisen median prosumptiot ovat muuttaneet alakulttuuristen käytäntöjen luonnetta. Sosiaalinen media määrittelee, miten alakulttuurinen tieto liikkuu ja leviää. (Emt.) Tämä on tärkeä osa sitä teoreettista linssiä, jonka läpi jalkapallon luovien yrittäjyysurheilijoiden motiiveja, identiteettejä ja kulttuurista merkityksenantoa tarkastelen: tuottamisen ja kuluttamisen yhdistäminen ei johdu pelkästään yhteiskunnan tarjoamista mahdollisuuksista, vaan myös henkilön omista motiiveista ja identiteetistä.

Alakulttuurisella mediatuotannolla on ollut tärkeä rooli elämäntapaurheilussa pitkään. Sosiaalisen median ja edullisen teknologian myötä kehollinen ja mediatisoitunut suorittaminen ovat lähentyneet toisiaan. 2020-luvulla alakulttuurin jäsenyys tarkoittaa sosiaalisen median tuottamista ja sen kuluttamista. Alakulttuuriset käytännöt ja toimintamallit – kuten itsereflektointi, oppiminen ja tyyli – ovat riippuvaisia niiden saamasta näkyvyydestä ja jäsenten mahdollisuudesta peilata näitä sisältöjä omaan tekemiseensä. (Woermann 2012.)

Historian tunnetuimpiin sosiologeihin laskettavan Norbert Eliasin mukaan urheilu on niin sanottujen mimeettisten kokemusten oiva mahdollistaja, johtuen niiden yhteydestä laajempaan elämäntavallisen identiteetin rakennustyöhön (Mennell 2006). Hänninen (2007) selittää mediavälitteisen lumilautailukulttuurin logiikkaa mimeettisen tai jäljittelevän ymmärtämisen käsitteellä, jonka hän on lainannut Christenseniltä (1999). Tässä mimeettisen ymmärtämisen idea on, että vaihtoehtolajien erikoismedioista katsottuja, usein ammattilaisten tekemiä suorituksia peilataan omaan tekemiseen ja näin estetisoidaan toisten tekemiä suorituksia osaksi omaa lajikehitystä ja tyyliä. Tämän myötä lumilautailukulttuurin merkitysjärjestelmästä tulee yhteinen ja globaali, johon kuka tahansa voi liittyä pelkästään katselemalla upeimpia laskupaikkoja ja -suorituksia videolta. (Hänninen 2007.)

Elämäntapaurheilun verkkopohjaisen mediamateriaalin tuottamis- ja jakamisprosesseja on tutkittu yllättävän vähän. Lisäksi suurin osa tutkijoista on suhtautunut materiaaleihin lähinnä tuotantokeinojen ja niissä tapahtuvien muodonmuutosten (esim. DVD:ltä YouTubeen) tarkastelun kuin kulutus- tai kulttuuristen käytäntöjen muutoksen kautta. (Woermann 2012.)

Sosiaalisen median ja älypuhelimien digitaalisten kehitysloikkien vaikutus on usein tulkittu ainoastaan uusiksi keinoiksi levittää niitä arvoja, uskomuksia, tyylejä, käsityksiä ja lajitekniikoita, jotka offline-ympäristöissä on tunnettu jo aiemmin (esim. Thorpe 2008; Wheaton & Beal 2003; Wilson 2008). Ferrellin, Milanovicin ja Lyngin (2001) tutkimus BASE-hyppääjistä on tässä mielessä poikkeus – he väittävät, että mediatuotannot laajentavat ja kasvattavat lajikäytäntöjen merkitystä entisestään. Joka tapauksessa Woermann (2012) pitää käsitystä sosiaalisesta mediasta pelkkänä jakamisalustana yksinkertaistettuna, ja ehdottaakin vaihtoehtoista tulkintaa sosiaalisesta mediasta kokonaisena urheilun alakulttuurien ’skooppisena systeeminä’ tai ’skooppisena mediana’ (Knorr Cetina 2005), eikä ainoastaan kulttuuristen käytäntöjen levityskanavana.

Skooppisen median tehtävä on *fenomenologinen hyväksymisprosessi*: sellaisten yksityiskohtien näyttäminen, jotka tosiasiallisesti ovat kyseisen tilanteen tai asian horisontin ulkopuolella. Esitettävään asiaan liitetään merkityssisältöjä aiemmin opitun perusteella, vaikka kokonaiskuvaa ei olisi piirretty. Voimme esimerkiksi kuvitella, että talon julkisivu esittäisi hetkellisesti koko taloa ja määritteli millainen se on rakennuksena, vaikka loput talosta olisi näkymättömissä. (Knorr Cetina 2003; 2005.) Tästä voidaan löytää yhtymäpintaa myös sosiologi Jean Baudrillardin (esim. 1995) käsitteisiin *hypertodellisuus* ja *simulacrum*. Niiden idea on siinä, että jälkimodernissa yhteiskunnassa asioiden ja tapahtumien mediavälitteisyys ja se, millaisiksi ne naamioidaan tai millaisina ne toivotaan nähtävän, on tärkeämpää kuin se, mitä ne oikeasti ovat. Mielikuvat luovat todellisuutta, eikä toisinpäin. (Emt.)

Woermannin (2012) jalostamat Knorr Cetinan teoretisoinnit liittyvät mediavälitteisiin elämäntapaurheilun alakulttuureihin juuri siten, että sosiaalinen media muokkaa alakulttuuria enemmän kuin aiemmat tutkimukset ehkä ovat saattaneet tulkita. Sosiaalinen media ymmärretään skooppisena systeeminä omaksi instituutiokseen, jonka tarkoitus ei ole ainoastaan välittää urheilusuorituksia ja -kulttuuria eteenpäin eikä edes kerätä palautetta videoista, vaan muokata alakulttuuriin liitettäviä arvoja, uskomuksia ja tyylejä hyvin aktiivisesti. Se, millaisena tietyn elämäntapaurheilun käsitämme, riippuu tänä päivänä hyvin paljon siitä, millaista sen alakulttuurinen materiaali sosiaalisessa mediassa on. Kun alakulttuurin dynamiikka perustuu skooppiseen systeemiin, erottautumisen ja makujen tuottaminen ei perustu ylempiin organisaatioihin tai verkostoihin, vaan (sosiaalisen) median materiaaleihin. (Woermann 2012.)

Ojala (2015, 34–35) kuvailee lumilautailijoiden 'ideoiden käänösprosessia', jossa kulttuurisia merkityksiä, asenteita, käytäntöjä ja symboleita muokataan omiin tarkoituksiin ja sopivimmiksi. Elämäntapaurheilussa areenoita, jossa tällaista neuvottelua tapahtuu, on useita. Tyyli, tekniikat ja harrastajien lajilleen antamat arvotukset elävät jatkuvasti ja sen mukaan, mitä kulloinkin ollaan tekemässä. (Emt.) YouTuben ja Instagramin kaltaisissa palveluissa oleellista ei siis ole pelkästään helppo pääsy videoihin, vaan se, että ne käsitteellistävät alkuperäistä sisältöä ja muuttavat sen merkitystä yleisön silmissä – etenkin jos video saa poikkeuksellisen suuren määrän katselukertoja. Valintojen ja erottautumisen tuottaminen on skoopin median tärkeä tehtävä pelkän sisällön levittämisen ohella. (Woermann 2012.)

Ennen sosiaalista mediaa alakulttuurista keskustelua hallitsi tarkemmin rajattu sosiaalinen verkosto (Thornton 1996, 14). Normeja ja tyylejä määrittävää mediasisältöä tuottivat erikoislehtien toimittajat, varhaiset brändit ja yksittäiset lajijulkaisut. Tällainen ylhäältä alaspäin tapahtuva koordinoitu ammattimaisten verkostojen toimesta on ristiriidassa sosiaalisen median kaltaisten skoopin järjestelmien kanssa. (Woermann 2012.) Sosiaalisen median myötä alakulttuurit saattavatkin muuttua 'globaaleiksi mikrorakenteiksi' (Knorr Cetina 2005; Knorr Cetina & Bruegger 2002) eli "*viestintä- ja yhteistoimintarakenteiksi, jotka ovat globaaleja, mutta kuitenkin sosiologisesti mikrotason yhteisöjä*" (Knorr Cetina 2005, 215). Skoopin mekanismit eivät toisaalta ole täysin korvanneet perinteistä verkostoa. Esimerkiksi freeskiing-kulttuurissa perinteisillä elokuvatuotannoilla ja erikoislehdillä on edelleen suuri vaikutus. (Woermann 2012.)

4 KULTTUURINTUTKIMUS VIITEKEHYKSENÄ

Kulttuurilla tarkoitetaan merkitysrakennetta, jonka symbolisessa ja käytännöllisessä vaikutuspiirissä tietyn yhteiskunnan jäsenet elävät. Tämä pitää sisällään ihmisten arvot, normit, asenteet, uskomukset, kielen sekä tiedon ja sen määritelmät. (Saaristo & Jokinen 2013, 142.) Historiallisessa kontekstissa kulttuurilla viitataan inhimilliseen kasvuprosessiin. Kulttuurin synty sanana jäljitetään poikkeuksetta maanviljelyn syntyyn, sillä latinan kielen sana *cultura* tarkoittaa maanviljelyä. Kulttuurilla on vuosisatojen saatossa tarkoitettu niitä oloja, joissa ihmisyyhteisöt elävät. Mitä enemmän *culturaa*, sitä parempi ihmisten on karkeasti sanoen ollut olla. (Lehtonen 1994.)

Kulttuurintutkimuksen (*cultural studies*) alkujuuret ovat toisen maailmansodan jälkeisessä länsimaiden kriisissä, kun useat sosiaaliset ja kulttuuriset ongelmat sekä valtioiden, yhteisöjen ja yksittäisten ihmistenkin identiteetikriisit vaativat selityksiä. Kulttuurintutkimuksen innoittajana toimivat esimerkiksi massakulutuksen lisääntyminen, uudenlaiset tiedotusvälineet, Yhdysvaltain ihmisoikeusliike, kansainväliset feministiliike ja ympäristöliike sekä länsimaiden nuorison voimistunut auktoriteettivastaisuus ja yleistyvät alakulttuurit; siis kaikkiaan vanhojen tapojen ja kielen hajoaminen. (Giulianotti 2016, 54–56; Lehtonen 1994; Nelson, Treichler & Grossberg 1992.)

Lehtosta (1994) lainaten ”*kulttuurintutkimus syntyi nimenomaan nykyhetken tutkimiseksi: sen selvittämiseksi, mitä tapahtuu juuri nyt.*” Moderni aikakäsitys tarkoitti ennen kaikkea sitä, että nykyhetki saattaa olla erilainen kuin eilinen, ja huomina saattaa olla erilainen kuin nykyhetki. ’Tänään’ ei ollut enää aikaisemmin tapahtuneen kaavamaista toistumista, vaan tulevaisuuden muokkaamista ja tulevan historian ensimmäinen päivä. (Emt.) Grossberg (1988, 22, Giulianottin 2016, 55 mukaan) on havainnollistanut kulttuurintutkimuksen tehtävää varsin osuvasti: kulttuurintutkijat tutkivat kulttuurisia ympäristöjä, aikoja ja paikkoja, joissa ihmiset ’tekevät historiaa’ sellaisissa olosuhteissa, jotka eivät ole heidän itsensä luomia.

Kulttuurintutkimuksessa sekoittuvat useat eri tieteenalat. Sillä ei siksi ole omaa metodologiaa tai omia suuria teorioita. Toisaalta merkittävimmät humanististen ja yhteiskuntatieteiden teoriat voidaan kulttuurintutkimuksessa asettaa keskustelemaan keskenään kenties paremmin kuin

millään muulla tieteenalalla. Yhteisöjen elämäntapojen tutkimus on pohjimmiltaan yhteiskuntatieteellistä, kun taas ihmisten ja yhteisöjen kommunikaation ja merkitysten tutkiminen on humanistisista tieteistä peräisin. Koska jälkimodernissa maailmassa yhteiskunnan eri alat ovat sekoittuneet keskenään, on kulttuurintutkimus hyödyllinen väline oikeastaan minkä tahansa jälkimodernin ajan ilmiön tutkimiseen. (Lehtonen 1994.) Giulianotti (2016, 54–56) mukaan urheilu- ja liikuntasosiologia ottavat nykypäivänä painavia vaikutteita monialaisesta kulttuurintutkimuksesta.

Kulttuurintutkimus on kiinnostunut sellaisesta sosiaalisen toiminnan tasosta, joka on mahdollisimman jokapäiväistä, koristelematonta ja autenttista (Lehtonen 1994). Esimerkiksi Raymond Williams ajatteli, ettei kulttuuria tulisi tutkia elitistisen 'korkeakulttuurin' eli kirjallisuuden tai taiteen kautta, vaan laskeutumalla 'tavallisen' arjen tasolle (ks. Giulianotti 2016, 55; Sokka 2015; Williams 1958). Juuri eri yhteisöjen jäsenten kulttuurinen merkityksenanto toisilleen ja toiminnalleen on kulttuurintutkijoiden ensisijainen kiinnostuksen kohde. Arkisella yhteisöllisyyden tasolla merkityksenanto ei perustu tiettyyn ylempään, vallitsevaan ideologiaan vaan yhteisön jäsenten väliseen tunnerakenteeseen sekä uskomus- ja arvojärjestelmään. (Lehtonen 1994; Williams 1965, 62–67; 1977, 132–133.)

Nuorisokulttuurit ja vaikkapa urheilun lajikulttuurit ovat yhä useammin ottaneet työväenluokan paikan tutkittavana yhteisönä yhteiskunnan luokkarakenteen menetettyä sosiaalista merkitystään. Työväenluokan yhteisökulttuurin tutkimisesta on varsin lyhyt matka esimerkiksi rugby- ja jalkapallofanikulttuurin tutkimiseen (esim. Hoggart 1958, Giulianotti 2016, 55 mukaan). Liikuntasosiologialla on siten varsin paksut juuret kulttuurintutkimukseen. Tutkielmassani piirrän kulttuurintutkimuksen selityksen keinoin kuvaa jalkapallon elämäntapaurheilijoista osana heidän osittain omintakeista ammatti-, harrastus- ja elämäntapayhteisöään.

4.1 Kun kulttuurintutkimus kiinnostui urheilusta: alakulttuuritutkimus

Alakulttuurin käsitteellä on klassisimman selityksen mukaan tarkoitettu yhteisöä, joka poikkeaa valtavirrasta arvoiltaan, ideologioiltaan ja/tai toimintatavoiltaan. Ero vastakulttuurin käsitteeseen on siinä, että alakulttuurinen ryhmä ei suoraan vastusta valtavirtakulttuuria.

Alakulttuuri on toiminnan merkitysrakenne, joka osin tietoisesti ja osin tiedostamatta asetetaan vaihtoehdoksi valtavirtakulttuurille. Alakulttuuri ei tarkoita valtavirran haastamista, vaikka kyseenalaistamaan se usein pyrkiikin. (Ojala 2015, 29; Saaristo & Jokinen 2013, 142–145; Yinger 1960, Ojalan 2015, 29 mukaan.) Sosiologien halu tutkia urheilun alakulttuureita juontuu tieteenalan etnografisesta ja niin sanotun poikkeavuuden sosiologian perinteestä, jossa haluttiin selvittää marginaalisten tai eksoottisten ihmisryhmien elämismaailmaa. 1920-luvulla etenkin Chicagon koulukunta tutki esimerkiksi tanssisaleja, kodittomia, slummeja, lähiöitä, nuorisojengejä ja rikollisryhmiä. (Giulianotti 2016, 24–25; Ojala 2015, 29.)

1970- ja 1980-luvuilla nuorten alakulttuurien konfliktit vallitsevien sosiaalisten normien kanssa johtivat hyvin voimakkaisiin nuorisokulttuureihin. Esimerkiksi punkmusiikin yhteyteen syntyneet punkkarit symboloivat paitsi nuorten keskinäistä solidaarisuutta myös pyrkimyksiä välttää moderni nykyaikainen koulutusjärjestelmä, rutiininomainen työ sekä ylipäättään ’valmiiksi annetut’ ja ’sivistyneet’ vapaa-ajan viettämisen muodot. (Giulianotti 2016, 56.) Näinä vuosikymmeninä koko uuden maailman järjestelmällinen ja aikuisvaltainen koodisto haastettiin muun muassa pukeutumisen, musiikin, kielen ja habituksen kautta tapahtuvalla alakulttuurisella merkityksenannolla (Hebdige 1979; 1988).

Nuorison alakulttuurista tutkimusta hallitsivat pitkään Birminghamin koulukunnan opit. Se tutki, kuinka esimerkiksi työväenluokan tai etnisten vähemmistöjen nuoret loivat omia alakulttuurejaan omimalla ja muokkaamalla modernin kapitalistisen kulttuurin jokapäiväisiä elementtejä mieleisikseen. Samalla he kohtasivat ristiriitoja vallan rakenteiden ja vanhempien sukupolvien suhteen. Birminghamin koulukunnan fokuksena oli erityisesti alakulttuuristen ryhmien ja tyylien poliittinen ja vastakulttuurinen ilmaisu. (Nelson ym. 1992.) Juuri Birminghamin koulukunnan teoretisoinnit johtivat alakulttuurisen viitekehyksen käyttöön liikuntasosiologiassa 1970-luvulta eteenpäin. Silti urheilu koettiin vielä pitkään vähemmän merkityksellisenä populaarikulttuurin tutkimusaiheena. (Giulianotti 2016, 56; Ojala & Itkonen 2013; Turtiainen 2012, 26.)

Urheilun alakulttuurien tutkimus liikuntasosiologiassa oli jopa pitkälle 2000-lukua asti rajoittunutta. Kuitenkin nykypäivänä poikkitieteellistä kulttuurintutkimusta voidaan pitää merkittävimpänä teoreettisena tutkimuksellisenä lähtökohtana liikunnan ja urheilun yhteiskuntatieteille. (Giulianotti 2016, 25–26, 54.) Atkinsonin ja Youngin (2008, 32) mukaan

alakulttuurisuus liittyy liikuntatieteisiin oleellisesti siksi, että suurin osa nuorisokulttuurisista lajeista sisältää symboliikkaa, joka osoittaa tyytymättömyyttä perinteisten lajimuotojen kulttuurista sisältöä kohtaan.

Yhteisöllisyyden peruslogiikan (Douglas 1966, Rannikon ym. 2013 mukaan) mukaisesti sosiaaliset miljööt pyrkivät kulttuuristumaan määrittelemällä itseään suhteessa muihin: ilmaisemalla mitä ne ovat ja mitä ne eivät ole. Tästä vaihtoehto- ja elämäntapalajiyhteisöjen jäsenet saavat identiteetti- ja habitusraaminsa – siis luvan olla erilaisia. Alakulttuurit ovatkin jälkimodernissa yhteiskunnassa hyvin joustavia ja dynaamisia. Vaihtoehtolajiverkostot ovat kulttuurisesti yhdenmukaisia, mutta kuitenkin avoimia uusille toimijoille. Verkostojen toimijat, siis harrastajat, merkityksellistävät toimintaansa samankaltaisilla tavoilla, arvoilla ja uskomuksilla sekä materiaalien merkitysten, kuten vaatteiden ja muun ulkoisen habituksen, kautta. (Rannikko ym. 2013.) Habituksella tarkoitetaan yksilöllistä itseilmaisua: se on raami, joka kattaa kaikki yksilön elämänkaarensa aikana kartuttamat sosiaaliset ja kulttuuriset sisällöt, arvot ja pääomat (Bourdieu 1985).

Elämäntapaurheilun alakulttuurit eivät täysin ole vastaisku perinteiselle urheilukulttuurille, vaikka ne sen epäkohtiin usein puuttuvatkin. Ne ovat vaihtoehto, joka haastaa joitakin perinteisen urheilun osa-alueita ja lainaa toisia. (Wheaton 2004; Wheaton 2013, 25–36.) 2010-luvulta eteenpäin yhä voimistunut yksilöllinen valinnanvapaus tarkoittaa yksittäistenkin lajikulttuurien fragmentoitumista ja harrastajien omien polkujen etsintää (Ojala 2015, 26). Siinä missä alakulttuurisuus ei tarkoita vastakulttuurisuutta, niin kaikki valtavirtakulttuurista poikkeava ei myöskään automaattisesti ole alakulttuurista (ks. Atkinson & Young 2008, 5–9).

Debord (1984, 100–114) on esittänyt, että yhteiskunnan vallanpitäjät pyrkivät voimakkaiden alakulttuurien 'turvallistamiseen'. Tämä tarkoittaa, että alakulttuurinen liikehdintä esitetään rauhallisempana ja soveliaampana kuin mitä se ehkä todellisuudessa onkaan. Kuvasi media esimerkiksi nuorison kuinka aggressiivisena hyvänsä, pyrkivät valtakulttuurin portinvartijat yksinkertaisesti tämän poikkeavan vastakulttuurisuuden vähättelyyn. Siten ne sulautetaan osaksi valtakulttuuria, tekemällä ne turvalliseksi. (Emt.) Clarke (2006, 147–161) kehitti tällaiselle tapahtumasarjalle alakulttuurisen *defuusion* (radikaalein sisältö poistetaan) ja *diffuusion* (sisältö myydään suurelle yleisölle lievempänä versiona ja populaarikulttuurin omana keksintönä) käsitteet.

Urheilussa lumilautailukulttuuri on 'päässyt' kokemaan tällaisen turvallistamisprosessin. Lajin kerätessä yhä suurempaa suosiota 1990- ja 2000-luvuilla kansainvälinen hiihtoliitto FIS ja KOK tunnistivat nuorekkaassa ja vauhdikkaassa lajissa merkittävän markkinapotentiaalin. Nationalistiset arvokilpailut ja osanottajien paremmuusjärjestykseen laittaminen ei kuitenkaan soveltunut lumilautailuun niin hyvin kuin FIS ja KOK ehkä olettivat. (Esim. Hänninen 2005; Ojala 2015.) Tuodessaan lumilautailuun kiistatta myös tiettyä järjestelmällisyyttä ja parempia olosuhteita, hegemonisilla kattojärjestöillä oli pelissä myös omat itsekäät intressit. Lumilautailun, surffauksen ja skeittauksen kaltaiset lajit nähtiin ja nähdään edelleen puhtaasti välineenä tavoittaa nuorempi urheilusta kiinnostunut sukupolvi. (Ks. Thorpe & Wheaton 2011.)

Osa lumilautailijoista pyrki vastustamaan huippu-urheilujärjestelmän kaupallisuutta, nationalismia ja päämääräorientoituneisuutta. FIS:n ja kansainvälisen lumilautailuliiton ISF:n valtataistelun kuumimpina hetkinä maailman tuolloinen ykköslautailija, norjalainen Terje Haakonsen, kieltäytyi osallistumasta talviolympialaisiin väittäen uhmakkaasti, että lumilautailussa ei ole kyse 'kansallismielisyydestä, politiikasta ja rahasta'. Vastalauseena olympialiikkeelle Haakonsen perusti uuden kilpailun, Arctic Challengen, joka brändää itseään urheilija-, ympäristö- ja luontolähtöisenä tapahtumana. (Giulianotti 2016, 56; Humphreys 2003; Thorpe 2012, 88–89.)

FIS:lle ja KOK:lle Haakonsenin ja muiden vastarinta ei kuitenkaan ollut ongelma, sillä lumilautailusta tuli olympiaperheen jäsen vuona 2002 Salt Lake Cityssä. Tämän johdosta autenttisemmän lumilautailukulttuurin asialla ollut ISF menetti rahoittajansa ja vaikutusvaltansa ja lopetti toimintansa vielä kyseisenä olympiavuonna. FIS sen sijaan iloitsi mahdollisuudesta esitellä uutta aluevaltaustaan suurelle yleisölle. Alkujaan alakulttuurista urheilumuotoa alettiin myydä 'uutena' ja 'radikaalina'. (Giulianotti 2016, 56; Hänninen 2005.) Giulianotti (2016, 56) kuvailee osuvasti, kuinka hiljalleen laskettelukeskuksiin kotiutui suuryritysten talviurheilubrändejä tuhansien kilometrien päähän niiltä puuterilumisilta rinteiltä, joilla kaupallisuutta kavahtaneet extreme-laskijat olivat oikeasti parhaiten kotonaan.

Osa lumilautailijoista on vielä tänäkin päivänä sitä mieltä, että lajin sielu tuli myydyksi julmalla tavalla, vaikka toki on niitäkin, joille olympiaedustus ja kilpailullisen ulottuvuuden ajaminen ei alkujaankaan ole ollut ongelma. Lisäksi lumilautailu perustuu edelleen voimakkaaseen omaehtoisuuteen, eli ei kilpailuihin kukaan pakota. Lumilautailuammattilaisuus on edelleen

mahdollista ilman merkittävää arvokilpailumenestymistä, vaikka palkintopallisijoitukset merkittävästi auttavatkin. (Hänninen 2005; Ojala 2015.)

Mielenkiintoista on, että myöhemmin Arctic Challengen otti avosylin vastaan Red Bull. Yhtiö on haalinut viime vuosikymmeninä itselleen useita alakulttuurisia extreme- ja vaihtoehtolajeja perinteiselle kilpaurheilulle vastakkaisia lähtökohtia korostamalla. Red Bullin lajistrategian ytimessä näyttäisi olevan aitouden, vapauden, seikkailunhalun ja kilpailun toissijaistamisen kaltaisia ideaaleja. Tämän mahdollistajana toisaalta on kapitalistisilta kulutusmarkkinoilta saatu tuotto, jolla lumilautailualakulttuurin ammattilaiset tänäkin päivänä ratsastavat. Paradoksaalisesti tietty lumilautailuklikki siis lopulta pakeni kaupallisuutta kuka minkäkin suuryrityksen sponsoroitavaksi.

Haakonsenin ja muiden 'FUCK FIS' -tarrojen liimailijoiden (Ojala 2015, 29) vastarinta lumilautailukulttuurin varastamista kohtaan on joka tapauksessa esimerkki siitä volyymista, jolla alakulttuuriset liikkeet voivat vastustaa poliittisia ja taloudellisia eduntavoittelijoita urheilussa (Giulianotti 2016, 56). Nykypäivänä kyse esimerkiksi olympialiikkeen hegemonian kyseenalaistamisesta ja haastamisesta on yksittäisten lajikulttuurien sijaan ihmisoikeuksista ja ympäristökysymyksistä. Toisaalta kaikki merkit viittaavat siihen, että Z-sukupolvea ei voi enää pelkästään vauhdikkailla ja radikaaleilla lajimuodoilla kosiskella. Olympialiike on 2020-luvulla huolestuneempi omasta jatkuvuudestaan enemmän kuin yhdenkään lajin sisällyttämisestä tai sisällyttämättä jättämisestä seuraaviin olympialaisiin (Thorpe & Wheaton 2011).

Ojala (2015, 29) huomauttaa lumilautailun alakulttuurisuutta pohtiessaan, että pelkkä edellä mainittujen tarrojen liimaaminen ja hegemonian vastustaminen ei saa aikaan alakulttuuria. Se, että FIS teki päätöksen määritellä lumilautailun globaalit kilpailuformaattit yksin, sen sijaan saa: ”Alakulttuuri on olemassa sekä alakulttuurin sisäisten toimien että alakulttuurin ulkopuolisen yhteiskunnan reagoinnin seurauksena” (emt). Siinä, mikä kaikki tulkitaan alakulttuuriksi, tulee tutkijan olla huolellinen ja tarkkaavainen. Ojala nostaa kevennyksenomaisesti esiin Crossetin ja Bealin (1997, Ojalan 2015, 29 mukaan) toteamuksen: tutkijan tehtävä on nykykulttuurissa arvailla, mikä on valtakulttuurin myötäilyä ja mikä vastustusta.

Giulianottin (2016, 74) mukaan alakulttuuritutkimuksessa on tapana käyttää *vastarinnan* (*resistance*) käsitettä turhan usein ja yksinkertaistaen. Käsitteellä saatetaan selittää käytännössä

kaikenlaista valtavirrasta poikkeavaa käyttäytymistä ja arvojärjestelmiä. Esimerkiksi *poikkeavuuden (transgression)* tai *karnevaalisuuden (carnavalesque)* tapaiset sanat saattaisivat olla parempi vaihtoehto, sillä niissä valtakulttuuria vastaan nouseminen ei esiinny sisäänrakennettuna oletuksena. (Emt.)

Vaikka tutkielmassani käsitän esimerkiksi freestylejalkapallon vaihtoehtolajina jalkapallon alakulttuuriksi, olen tarkoituksella suhtautunut varauksella sen vastakulttuurisuuteen ja tietynlaiseen kulttuuriseen järjestäytymiseen. Kuitenkin sen arvojärjestelmät ovat niin eroavia valtavirran huippu-urheiluun ja jalkapallokulttuuriin nähden, että se tutkimuksellisesti ansaitsee alakulttuurisen viitekehyksen.

4.2 Jälkialakulttuuritutkimus ja myöhäismoderni alakulttuuriteoria

Jälkimodernissa yhteiskunnassa alakulttuuriteoria alkoi hiljalleen saamaan osakseen kritiikkiä, joka juonsi juurensa yhteiskunnan muutokseen ja jälkitemoderniseen aikakauteen. Tutkijat havahtuivat siihen, että nuorten ja muidenkin ihmisten yhteisöistä oli tullut vähemmän pakottavia kuin aikaisemmista alakulttuureista. Yksilöt eivät enää tarvitse tukea toiseuteensa ja erilaisuuteensa, sillä kulttuurimme mahdollistaa tämän joka tapauksessa. Alakulttuurin käsite alettiin nykyisenä individualismin aikakautena kokea harhaanjohtavaksi, ongelmalliseksi ja jopa turhaksi. (Ojala 2015, 29; Rannikko ym. 2013.) Kritiikki Birminghamin koulukunnan oppeja kohtaan johti siihen, että 'jälkialakulttuurisuuden' (*post-subcultural studies*) koulukunta alkoi käyttää liikuntatieteissä skenen, uusheimon, makukulttuurin ja elämäntaparyhmän kaltaisia käsitteitä alakulttuurin sijaan (ks. Giulianotti 2016, 72–74; Hänninen 2012, 79–83; Ojala 2015, 30; Young & Atkinson 2008).

Jälkialakulttuuritutkimus rakentuu 'myöhäismodernin alakulttuuriteorian' (*post-subcultural theory*) varaan (Bennett & Kahn-Harris 2004). Suomen kielessä ei mielestäni ole suurta merkitystä, puhutaanko alakulttuuritutkimuksesta vai -teoriasta (vrt. englannin kielen sanat *studies* ja *theory*). Joka tapauksessa ne viittaavat alakulttuuritutkimuksen uuteen suuntaukseen jälkimodernina aikana. Myöhäismodernin alakulttuuriteorian ytimessä on ajatus, jonka mukaan jälkimodernin yhteiskunnan alakulttuurit ovat toistensa hybridejä: toisiltaan lainaavia ja

toisiaan läpileikkaavia. Alakulttuurit eivät myöskään enää synny pelkän luokka-aseman perusteella. (Bennett 2011; Hänninen 2012, 79–83; Puuronen, 2006, 113–127.)

Politiikantutkija Benedict Anderson kehitti käsitteen 'kuviteltu yhteisö' (*imagined community*) alkujaan selittääkseen nationalismin syntyä. Käsitteen mukaan valtio on pelkkä sosiaalinen konstruktio, joka on olemassa pelkästään tuon valtion 'kansalaisiksi' itsensä mieltävien ihmisten kollektiivisessa mielikuvituksessa. (Anderson 2006.) Myös kuvitellun yhteisön käsitteellä voidaan tehokkaasti selittää jälkimodernin ajan uudenlaista, mediavälitteistä ja interaktiivista yhteisöllisyyttä (Giulianotti 2016, 74). Niin uusheimon, jälkimodernin identiteetin kuin kuvitellun yhteisönkin käsitteet havainnollistavat mainiosti 2020-luvun vaihtoehtolajien myöhäismodernin alakulttuuriteorian mukaista, vähemmän pakottavaa ja sitovaa yhteisöllisyyttä ja alakulttuurin 'jäsenyyttä'.

Yksilöiden ja yhteisöjen suhteet ja valtarakenteet eivät siis ole enää luokkaperustaisia vaan eriytyneitä ja kontekstisidonnaisia. Alakulttuureille tämä tarkoittaa joustavaa ja jatkuvasti uudelleen muotoutuvaa tilaa sekä vaikutteiden ottamista ulkopuolelta. Esimerkiksi skeittaajien kaltaisten liikunta-, nuoriso- ja katukulttuuria yhdistelevien yhteisöjen kehitys voidaan nähdä heijastukseksi jälkimodernin ajan yleisestä yhteisöjen evoluutiosta. Maffesoli (1996) kutsuu tätä uudenlaista yhteisöllisyyttä *jälkimoderniksi heimoutumiseksi*. Jälkimodernit yhteisöt eli 'uusheimot' (*neo-tribes*) eivät sido jäseniään tai aseta heille tiukkoja rajoja. Niistä puuttuu rituaaliset elementit, sillä rituaalien sijaan jälkimoderni yhteisöllisyys käyttää huolettomuutta, hedonismia sekä jaettua ilmaisua ja iloa lujittaakseen itseään. (Maffesoli 1996, 23–25, 67–69.) Lähdekirjallisuudessani uusheimon käsitettä ovat hyödyntäneet ainakin Hänninen (2012, 79–83), Ojala (2015, 29), Rannikko kollegoineen (2013) ja Wheaton (2004, 10; 2007, 289).

Bennett (2005; 2011, 495) pitää uusheimon käsitettä parhaimpana välineenä nuorisokulttuurien tutkimiseen jälkimodernina aikana. Uusheimon jäsenten sosiaaliset taustat voivat olla vaihtelevia, mutta niillä voi silti olla yhteisöllisiä tavoitteita ja kulttuurisia merkitysjärjestelmiä. Aiemmin yhteiskuntaluokkaan sidoksissa ollut alakulttuuri 'omisti' nuoret, mutta jälkimodernissa yhteiskunnassa nuori voi taustastaan huolimatta vapaasti valita, mihin tällaiseen 'alakulttuuriin' kuuluvat. (Emt.)

Baumanin (1992; 2012) käsite 'naulakkoyhteiskunta' kytkeytyy kiinteästi Maffesolin uusheimoihin. Naulakkoyhteiskunnan nimi tulee siitä, kuinka ihmiset vaihtelevat sosiaalisten piiriensä jäsenyyttä kulloisenkin tarkoituksensa mukaan: he sopeutuvat elämänsä eri yhteisöihin ottamalla aineksia 'erilaisista' identiteeteistään ja saapuessaan paikalle ripustavat silloisen identiteettinsä, kuten sanottua, kuin takkinsa naulaan (Bauman 1992; 2012; Huttunen 2017). Giulianottin (2016, 196–198) mukaan jälkimoderni sosiaalinen identiteetti on sitä, että yksilö pystyy ottamaan vaikutteita eri (ala)kulttuureista ja luomaan itselleen sopivimman cocktailin. Identiteettimme eivät ole niin jäykkiä ja muuntautumiskyvyttömiä kuin ennen, eivätkä niitä enää niin vahvasti ohjaa lapsuudessa ja kasvatuksessa saadut raamit. Identiteetti on moniulotteisempi, mukautuvampi ja tilannesidonnaisempi, sillä se perustuu kulutukseen ja vapaa-aikaan kansallisuuden, tuotantosuhteiden tai työelämän sijaan. (Emt.)

Identiteetin ja yhteisön käsitteiden murroksen lisäksi vielä yksi oleellinen asia oli muuttumassa alakulttuuritutkimuksessa. Tämä oli sosioekonomisen aseman huomioiminen, tai oikeastaan huomiotta jättäminen. Aiempien näkemysten mukainen alakulttuurien luokkasidonnaisuus tarkoitti, että jäsenyys tietyssä alakulttuurissa riippui nuoren ja hänen perheensä sosioekonomisesta asemasta. Aikaisemmat alakulttuuriteoriat eivät nähneet nuorisokulttuureilla myöskään olevan merkitystä yhteiskunnan taloudelliseen elämään. Sen sijaan nyt oltiin kiinnostuneita juuri nuorisokulttuureiden kaupallistumiskehityksestä ja siitä, mitä se tarkoitti eri taustoista tuleville ihmisille. (Hänninen 2012, 79–83; Ojala 2015, 30; Puuronen 2006, 113–114; Wheaton 2007, 289.)

Nykyiset liikunta- ja nuorisokulttuurien hybridit asettavat usein taloudellisia tavoitteita itselleen. Esimerkiksi luovan yrittäjyysurheilun ilmiö on ammattimaistumista kyseisen lajin alakulttuurin myötä ja avulla. Alakulttuuriteorian väitteet siitä, että nuorison kulttuuriset tilat olisivat jotenkin yhteiskunnan ja median vaikutuksesta vapaita, ei ammattimaisten nuorisokulttuuristen lajien logiikan mukaan voisi olla enempää pielessä, vaikka median vaikutusta saatetaankin joskus yliarvioida. (Ks. Hänninen 2012, 79; Ojala 2015, 30.)

Myöhäismodernin alakulttuuriteorian eduksi on niin ikään laskettava se, että se korostaa nuorten luovuutta ja innovatiivisuutta. Nuoret ymmärtävät asemansa kuluttajana ja määrittelevät kulutuksellisilla valinnoillaan sitä, mitä kulttuurissa milloinkin pidetään arvostettavana. Teoriaa on kuitenkin kritisoitu siitä, ettei se huomioi alakulttuurien

kollektiivisuutta tarpeeksi. Tällä tarkoitetaan sitä, että nuorten ja muidenkin 'jäsenten' motiivit toimintansa suhteen esitetään, jos ei itsekäiksi niin vähintään sellaisiksi, ettei yhteisöä koeta yhtä merkittäväksi kuin omaa itseilmaisua ja kuluttamista. Teoria ei kritiikin mukaan huomioi yhteiskuntatieteiden perusdualismin mukaisia rakenteita tarpeeksi. (Blackman 2005; Hänninen 2012, 79–82.)

Kritiikin kritiikissä on korostettu, että kuluttaminen tulee käsittää jälkimodernissa yhteiskunnassa päinvastoin hyvinkin vahvasti rakenteisiin nojaavana toimintana. Kun myöhäismoderni alakulttuuriteoria puhuu yksilön kuluttamisesta, se ei tarkoita toimijan käyttäytyvän ympäröivästä yhteiskunnasta ja kulttuurista välittämättä. Kuluttaminen tarkoittaa jälkimodernissa yhteiskunnassa yhä harvemmin suoranaista tavaroiden ostamista rahaa vastaan, sillä kuluttaminen on myös sosiaalisten identiteettien ja verkostojen rakentamisen väline. Toisin sanoen, vaikka jonkin tietyn liikunta- ja nuorisokulttuurin hybridin jäsen rakentaisikin toimintalogiikkansa yksilöllisten kuluttajavalintojen varaan, heijastavat nämä samat valinnat myös hänen arvojaan ja uskomuksiaan osana kyseistä alakulttuuria. Esimerkiksi lumilautailukulttuurissa yksilöllinen ilmaisu persoonallisen tyylin ja laskutavan suhteen on äärimmäisen tärkeää, mutta se tapahtuu kuitenkin osana muuta kollektiivia. Siten vaikka alakulttuuri olisikin läpikaupallistunut, se ei tarkoita, etteikö sen myötä voisi silti rakentaa itselleen (ala)kulttuurista identiteettiä. (Bennett 2005; Hänninen 2012, 79–82.)

Myös Thorpe ja Wheaton (2011) sekä Giulianotti (2005, 56) esittävät, ettei Birminghamin koulukunnan lähestymistapa kelpaa selittämään niitä alakulttuureja, jotka sopeutuvat kaupallistumisprosesseihin toimiakseen urheiluteollisuuden niche-markkinana (ks. Wheaton 2007). Jälkialakulttuuritutkimus pyrkii sitä vastoin ymmärtämään ja selittämään näiden kaupallistamisprosessien monimutkaista ja muuttuvaa politiikkaa ja niitä valtasuhteita, jotka vaikuttavat vaihtoehtolajiyhteisöissä ennen kuin lajin parhaimmisto kaupallistaa itsensä osaksi urheiluteollisuuden valtavirtaa (Thorpe & Wheaton 2011).

Luokkakysymyksen hylkäämisessä ja kaupallistumisen vaikutusten pohtimisessa on Hännisen (2012) ja Ojalan (2015) mukaan myöhäismodernin alakulttuuriteorian arvo 2010- ja 2020-lukulaiselle nuorisokulttuurisen liikunnan tutkimiselle. Koska vaihtoehtolajista – tai perinteisen lajin uudesta muodosta – itselleen ammatin tehneiden urheilijoiden työekosysteemi ja toimintalogiikka perustuu kaupallisten sponsoreiden, (sosiaalisen) median ja toisaalta oman

lajikulttuurin hyödyntämiseen, olisi perinteinen alakulttuuriteoria tässä suhteessa liian hedelmätön. Se ei kykenisi selittämään urheilun lajialakulttuurien kaupallistumisviehätystä.

Tästä huolimatta jälkialakulttuuritutkimukseenkin on liitetty yhä haastavampia käsitteitä, ja tutkijoiden on kenties vielä aiempiakin vuosikymmeniä vaikeampaa hahmottaa kokonaiskuvaa siitä, mikä voidaan käsittää alakulttuuriksi. Tähän vaikuttavat etenkin nykynuorten muuttuvat kulutustottumukset, (sosiaalisen) median valtava rooli nuorten elämäkokonaisuuksissa, kulttuurien fragmentoituminen sekä erilaisten trendien ja tyylien nopea muutostahti. (Ojala 2015, 29; Ojala & Itkonen 2013.) Voidaan myös kysyä, miksemme voisi käyttää yksinkertaisesti uusyhteisön käsitettä – tai olisiko mahdollista puhua vaihtoehtolajialakulttuurien voimakkaasta mediavetoisuudesta johtuen vaikkapa 'verkkokulttuureista' (ks. Turtiainen 2012, 12).

Urheilun ja liikunnan kontekstissa on kuitenkin huomioitava alakulttuuriteoriaan hyvin keskeisesti kuuluvat elementit kuten tyyli, elämäntavallisuus ja autenttisuus (Bennett & Kahn-Harris 2004). Siksi alakulttuurin käsitettä ei tulisi liikuntasosiologiassa kokonaan hylätä. Tämän puolesta puhuu myös Rannikon ym. (2013) esittelemä Williamsin symbolisen interaktionismin teoria, jonka mukaan nykypäivän alakulttuurit muuttuvat ja muokkautuvat jatkuvasti vuorovaikutuksessa 'ulkomaailman' kanssa. Tämän huomaa tutkimalla eri vaihtoehtolajien alakulttuurien suhdetta toisiinsa. Jokaisella näistä on oma spesifi historiansa ja kehitysmiskulkunsa, mutta niiden eetoksissa ja ideologioissa on myös samankaltaisuuksia. (Wheaton 2004, 10.) Vaihtoehtolajien harrastajaryhmissä alakulttuurin edustajat ovat siten yhdessä erilaisia, mutta ilmaisevat itseään silti individualismin nimiin, omia valintojaan tekevinä (Rannikko ym. 2013; Rannikko 2018, 26).

Joka tapauksessa seuraan tutkimuksessani jälkialakulttuuritutkimusta ja myöhäismodernia alakulttuuriteoriaa, enkä siten koe esimerkiksi luokka- tai sosioekonomista taustaa relevanttina tutkimuskysymyksenä jalkapallon alakulttuureja hahmotellessani. Otan tässä suhteessa vaikutteita Ojalan (2015) lisäksi myös Hännisestä (2012), joka hänkin tutki väitöskirjassaan lumilautailun kulttuurista merkityksenantoa ja alakulttuurisia arvolatauksia. Ojala tosin perustelee sosioekonomisten merkitysten tutkimatta jättämistä osittain ajallisten resurssien rajallisuudella, mutta kokee silti, että jälkimodernissa yhteiskunnassa luokkataustoja ei tule liiaksi korostaa alakulttuureja tutkiessa. Silti hän tuo esiin Jensenin (2006, Ojalan 2015, 29

mukaan) tutkimuksen, jossa havaittiin, että yhteiskuntaluokalla oli ainakin vielä 15 vuotta takaperin merkitystä siinä, mikä tulkittiin nuorten toimesta *alakulttuuriseksi pääomaksi*. Alakulttuurinen pääoma vaikutti siihen, millaisista harrastuksista ja muista aineksista nuorten elämät myöhemmin muodostuivat (emt). Hänninen (2012, 83) puolestaan huomauttaa, että tutkimuskohteesta riippuen yhteisö tai kulttuuri saattaa edellyttää sekä alakulttuurista että jälkialakulttuurista lähestymistapaa.

On nähdäkseni selvää, että jalkapallon alakulttuurisuutta on niin voimakkaasta kaupallistumis- ja medioitumiskehityksestä johtuen välttämätöntä tarkastella juuri myöhäismodernin alakulttuuriteorian tarjoamin välinein. Luovan yrittäjyysurheilijan päällimmäinen tavoitehan on itsensä brändääminen ja kaupallisen kiinnostuksen mahdollisimman tehokas säilyttäminen – ainakin viimeistään silloin, kun harrastuksesta tehdään ammatti. Vaikka ammattimaistuminen on tietenkin tavoitteena vain osalla harrastajista, on tämän yrittäjävähemmistön vaikutuksesta elämäntapaurheilullisten lajimuotojen toimintalogiikka jälkimodernina aikana hyvin vahvasti yksityisen sektorin vetämää. Siten näiden lajien kulttuurien tulkitseminen kaupallisuuden hylänneinä tai sitä välttelevinä olisi kerta kaikkiaan väärin.

4.3 Bourdieun distinktioteoria ja alakulttuurinen pääoma

Jälkimodernien vaihtoehtolajien alakulttuurisuus syntyy hyvin pitkälle alakulttuurisen pääoman kartuttamisesta ja kollektiivisen lajitietoisuuden rakentamisesta – sekä lajiteknisiä taitoja harjoittamalla että tyyliseikkoja verkkovälitteisestä materiaalista omaksumalla (Ojala 2015). Alakulttuurisen pääoman käsite on jatkettu Bourdieun kuuluisasta distinktioteoriasta (1984), jonka perusajatus on, että erilaiset kulttuuriset käytännöt ja siten kulttuuristen hyödykkeiden kulutus vaihtelevat toimijan sosiaalisen ja koulutuksellisen aseman mukaan. Koettu sosiaalinen maailma muodostuu *kentistä* eli yhteiskunnallisista areenoista, joiden hallinnasta ja sosiaalisten sääntöjen määrittelystä toimijat kamppailevat. Taloudellisen, kulttuurisen ja sosiaalisen pääoman keruun taustalla ovat kunkin ryhmän eroavat elämäntavalliset asenteet ja suhtautumistavat ympäröiviin ilmiöihin. (Bourdieu 1985.)

Habitus on samanaikaisesti sekä subjektin oman erityisen elämäntavan ilmaisemista, että vallitsevan kulttuurijärjestelmän tuotteen ilmenemistä yksilön muodossa. Habitus on itsen

kuvailemista suhteessa muihin, siis erottautumisen keino. Habituksen kautta yksilöt tuottavat omia merkityksiään ja makujaan eri seikoista, joiden pohjalle heidän yksilöllinen elämäntapansa rakentuu. Habitus on yksilön koko elämänkaaren mittainen kokemusten ja suhtautumisen tapojen tarina, jonka pohjalta yksilö näkee itsensä muiden silmin, ja ilmaisee omaa erityisyyttään suhteessa muihin. (Bourdieu 1985.)

Habitusta rakennetaan ja ilmaistaan *sosiaalista, taloudellista, kulttuurista ja symbolista pääomaa* keräämällä. Sosiaalinen pääoma tarkoittaa sosiaalisia verkostoja, taloudellinen pääoma aineellista vaurautta ja kulttuurinen pääoma aineettomia resursseja liittyen koulutukseen ja sivistykseen. Symbolinen pääoma on luonteeltaan merkityksellisempää kuin muut pääomat; se on lähellä sitä linssiä ja arvotusta, jonka läpi muut ihmiset katselevat yksilöä. Eri pääomat voi nähdä erivärisinä pelimerkkeinä (*tokens*), joita yhteiskunnan kentillä on kerättävissä. Se, miten paljon pelaajalla on erivärisiä pelimerkkejä ja minkä toisen värin kustannuksella, kertoo yksilöllisen habituksen. (Bourdieu 1985; Bourdieu & Wacquant 1992, 98–100; Giulianotti 2016, 173–175.)

Joillakin kentillä saatetaan kerätä useaa eri pääomaa samanaikaisesti. Hallitsevat ryhmät ja kulttuuriset arvot määrittelevät, mitkä ovat arvokkaimmat pääomat ja parhaimmat keinot niiden tehokkaaksi keräämiseksi. Tämä johtaa Bourdieun neljänteen ydinkäsitteeseen eli *doxaan*. Doxa tarkoittaa kaikkia kentällä toimimisen kannalta tarkoin määriteltyjä tai vain yleisesti hyväksytyjä käsityksiä ikään kuin kaikesta siitä, mikä on olemassa sanomattakin. (Bourdieu 1985; Bourdieu & Wacquant 1992, 73–74, 98–100; Giulianotti 2016, 173–175.)

Tietyt sosiaaliluokat ohjaavat kohti tietynlaista habitusta, joka rakentuu eri aktiviteeteista ja mielenkiinnon kohteista, kuten urheiluharrastuksista. Urheilu ei bourdieulaisesta näkökulmasta ole erillinen sosiaalisen elämän saareke, vaan päinvastoin kulttuurisen erottautumisen keino siinä missä muutkin yhteiskunnan ja vapaa-ajan osa-alueet. Bourdieu käsitti urheilun kentän erityislaatuisena sen itsenäisyydestä, omintakeisista laeista ja arvojärjestelmistä johtuen. (Clement 1995; Giulianotti 2016, 182.)

Olympialajien kirjoja tarkastelemalla voi nähdä, millaisilla yhteiskuntaluokilla on hallitsevimmat asemat urheilun doxassa. Näistä esimerkiksi yläluokkaisen perinteen omaavat ampumaurheilu, hevosurheilu ja purjehdus ovat lajeja, joissa kehittymiseen ja etenemiseen

tarvitaan huomattavia määriä sosiaalista ja taloudellista pääomaa. (Giulianotti 2016, 175–177.) Saman logiikan mukaan voi pohtia, millaisia lajeja olympialaisissa ei ole: ei ainakaan niin sanottua baariurheilua, kuten dartsia ja snookeria, vaikka ne herättävätkin suurta kansansuosiota ja mediakiinnostusta. Työväenluokkaisten publajien lisäksi toinen pitkään olympialaisten ulkopuolelle jätetty lajiryhmä on nuorisokulttuuriset urheilulajit – jotka ovat kuitenkin päässeet olympialaisiin varsin nuorena: darts ja snooker ovat niihin verrattuna suoranaisia urheilulajivanhuksia. Olympialiikkeen doxan kannalta vanhat ja alaluokkaisemmat, mutta populaarit lajit ovat toissijaisia nuorisoa – sekä mikä tärkeintä rahaa ja sponsoreita – liikuttaviin uusiin urheilumuotoihin nähden.

Nuorisokulttuurisen liikunnan ja elämäntapaurheilun viitekehyksissä distinktioteoriolla voidaan selittää toimijoiden motiiveja, hahmottaa yhteisön sisäistä dynamiikkaa sekä arvioida sitä, miten harrastajat merkityksellistävät sitä tilaa, jossa toiminta tapahtuu. Se, millaisen määrän harrastaja omaa mitäkin pääomaa, määrittää hänen asemaansa harrastajayhteisössä. (Hasanen 2017, 202–203.) Pääomien keräämisen tärkeydestä käy osoituksena sekin, että harrastajien keskinäinen kunnioitus ja vertaisarviointi on vaihtoehtolajien harrastajien piirissä erittäin olennaisessa osassa (mm. Itkonen ym. 2018, 30–31).

Hasanen (2017) väitöstutkimuksessa tärkeimpänä pääomana nuorisokulttuurisen liikunnan harrastajille näyttäytyi sosiaalinen pääoma. Sen kartuttaminen toimi edellytyksenä muiden pääomien keräämiselle: ”*Sosiaalisen pääoman voi nähdä omaehtoisen liikkumisen kenttien keskeisenä pääomana, joka vaikutti tiloihin sisään pääsemiseen, määrittä nuoren asemaa tilassa sekä ohjasi nuoren valintoja.*” (Hasanen 2017, 203.) Kulttuurisen pääoman piiriin tutkimuksessa luettiin muun muassa lajitaidot, valmius omaksua uusia taitoja, kokemus ja yleinen tietotaito. Kulttuurinen pääoma korostuu taidollisesti vaihtoehtolajeissa taidon oppimisen kannalta, sillä yksityiskohtaisten suoritusten hallinta on toisinaan hyvin haastavaa. (Hasanen 2017, 203.) Toisaalta kulttuurisen pääoman piiriin voidaan laskea myös oikeanlainen ja trendikäs pukeutuminen sekä yksilön ulosanti ylipäättään. Tämän voisi kuvitella pätevän erityisesti freestylejalkapallon ja skeittauksen tapaisissa, voimakkaan katukulttuurisen taustan omaavissa vaihtoehtolajeissa.

Hasanen (2017) aineistossa taloudellinen pääoma jäi pieneen rooliin. Kuitenkin voi epäillä, että luovat yrittäjyysurheilijat ovat uransa aikana tarvinneet taloudellista pääomaa monenlaiseen

toimintaan: esimerkiksi korkealaatuiseen audiovisuaaliseen teknologiaan ja ympäri maailmaa matkustamiseen. Toisaalta yhden pääoman puutetta saattaa korvata toisella. Kenties tässä tapauksessa taloudellista pääomaa on jossain määrin mahdollista korvata sosiaalisella – tuntemalla oikeat piirit. Tai vastaavasti kulttuurista pääomaa voi omistaa paljon vaikkapa asuessaan kaupungissa, jossa on helppo toteuttaa erilaisia kulttuurin ja taiteen projekteja. (Ks. Hasanen 2017.)

Distinktioteoria saattaa kuitenkin olla erityisen ongelmallinen suhteessa vaihtoehtolajeihin, jotka ovat synnystään asti olleet vapaita luokkasidonnaisuudesta (Ojala 2015, 31). Sen suurin puute on yksilöiden liian ennalta päätetty suhtautuminen liikunnallisuuteen ja urheiluun. Sosiaaliset toimijat lokeroidaan ahtaisiin luokkiin ja heidän mahdollisuuksiaan ja halujaan yksilöllisiin elämäntyyllisiin valintoihin aliarvioidaan. Teoria ei myöskään ota huomioon yksittäisten lajikulttuurien sisällä tapahtuvia pääomataisteluita. (Giulianotti 2016, 185–188.) Lisäksi jälkimodernissa yhteiskunnassa liikunta ja urheilu on usein kulttuurisena hyödykkeenä pikemminkin eri sosiaaliluokkia yhdistävää kuin erottautumiseen keinoja tarjoavaa (Gartman 1991; Kahma 2010; Thrane 2001). Esimerkiksi Kahman (2010) tutkimuksessa suomalaisten liikunnan harrastamisesta selvisi, että mitään yksittäisiä lajeja ei voitu luokitella työväen urheiluksi, ja suosituimpia lajeja harrastivat ihmiset kaikista luokista. Suomessa luokkaerojen esiintyminen tai ainakin niiden väliset erot on ylipäätään todettu minimaalisiksi (esim. Karisto 1988; Liikkanen 1998; Purhonen ym. 2010).

Myöhäismoderni alakulttuuriteoria ja alakulttuurisen pääoman käsite voivat osittain sivuuttaa ne ongelmat, joita distinktioteoriaan liittyy vaihtoehtolajien suhteen (Giulianotti 2016, 187–188). Thornton (1996) oivalsi tutkimuksessaan 1990-luvun diskokulttuurista yhdistää median merkityksen alakulttuurien syntyyn ja kehitykseen nyky-yhteiskunnassa, käsittäen alakulttuurit 'makukulttuureina', joiden *alakulttuurisen pääoman* kartuttamisessa sosiaalinen luokka oli toissijainen. Luokan sijaan ratkaisevassa roolissa oli media – tuona aikana lähinnä erikoislehtien ja muun offline-tiedonvälityksen muodossa. Sitten printtimateriaali on tehnyt tilaa videomateriaalille, mikä on alakulttuurisen viestinnän suhteen tehokkaampaa, sillä (laji)pioneerien videoblogeissa ja vastaavissa heidän brändinsä on näkyvillä reaaliajassa, sijainnista tai aikavyöhykkeistä riippumatta. (Ojala & Ikonen 2013; Thornton 1996.)

Alakulttuurisen pääoman kartuttaminen tarkoittaa lajikulttuurisen tietoisuuden kasvattamista ja ylläpitämistä eli käsitystä siitä, mikä milloinkin on trendikästä, arvostettavaa ja 'coolia'. Uusien tempujen ja tekniikoiden lisäksi tällaiset sisällöt saattavat liittyä esimerkiksi mediatuotantojen musiikkiin, visuaalisuuteen tai harrastajien habitukseen muodin, ulkonäön ja käytettyjen varusteiden osalta. (Ojala 2015, 32.) Ilmiöiden muodikkuuteen saattavat vaikuttaa myös populaarikulttuurin tuotteet, kuten musiikkivideot ja elokuvat, sekä ammattiurheilijat, joita yritykset ovat saattaneet palkata nuorisokulttuurisen autenttisuuden levittäjiksi (Beal & Weidman 2003; Ojala & Itkonen 2013).

Tutkielmassani käsitän jalkapallon alakulttuuriset erikoismediat, etenkin freestylejalkapallon lajikulttuurisessa kontekstissa, alakulttuurista pääomaa välittäviksi. Kasvaminen ja kehittyminen näissä kevytyhteisöissä rakentuu juuri alakulttuurisen pääoman keräämisen ja trenditietoisuuden kasvattamisen varaan. Esimerkkeiksi erikoismedioista käyvät seuratuimpien yrittäjyysurheilijoiden ja harrastajien omien sosiaalisen median sivustojen, ennen kaikkea Instagramin ja YouTuben, lisäksi ainakin Urban Pitch, SoccerBible, I am a Freestyler sekä Red Bullin mediaprojektit.

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tässä pääluvussa esittelen pro gradu -tutkielmani tutkimustehtävän, sen perustelut sekä kolme tutkimuskysymystäni. Esittelen myös niitä tieteenfilosofisia kytkentöjä, jotka ohjasivat paitsi tutkimusaiheeni valintaa myös tutkimukseni metodologiaa ja tulosten tulkintaa. Käyn lisäksi läpi tutkimuksen toteuttamiseen liittyvät seikat, kuten aineistonkeruun ja sen analysoinnin vaiheet. Pohdin myös tutkielmaani liittyviä ja sitä ohjanneita tutkimuseettisiä ohjenuoria.

5.1 Tutkimustehtävät

Urheilujärjestelmän ilmiöitä ja sen kehittymistä tutkitaan liikuntasosiologiassa useimmiten joko poliittis-taloudellisen tai yhteiskunnallis-kulttuurisen linssin läpi (Giulianotti 2016, 233; Ojala 2015, 41–42). Giulianottin (2016, 233) mukaan siitä huolimatta, että liikuntasosiologian tulee edelleenkin suunnata katseensa makrotason ilmiöihin, kuten urheilun valtasuhteisiin, on jälkimodernin yhteiskunnan aikakaudella jopa tärkeämpää olla kiinnostunut yksilöiden ja yhteisöjen jokapäiväisestä kokemusmaailmasta ja urheilusta sosio-kulttuurisena ilmiönä. Yksittäisetkin lajiyhteisöt voivat paljastaa globaaleja kulttuuriprosesseja. Toisaalta niillä on myös paljon opetettavaa sen suhteen, miten liikunta ja urheilu voidaan jokapäiväisellä tasolla kokea mahdollisimman merkityksellisenä. (Emt.)

Perinteisen urheilukulttuurin suurlajeja, kuten jalkapalloa, ei ole aiemmin asetettu elämäntapaurheilullisen tai alakulttuurisen kehyksen alaiseksi. Yksilöllistymisen, kaupallistumisen sekä työn ja vapaa-ajan sekoittumisen kaltaiset jälkimodernit trendit läpileikkaavat koko läntistä maailmaa, eikä liikunta ja urheilu ole tästäkään yhteiskunnallisesta kehityssuunnasta erillinen saareke. Toisaalta sosiaalisen median yrittäjäyys, bisnesmallit ja sisällöntuotanto ovat viestinnän ja markkinoinnin tutkimuksessa varmasti tutkimusaiheena jo arkipäivää. On ollut yllättävää huomata, että näiden ilmiöiden vaikutusta liikunnan ja urheilun lajikulttuureihin on liikuntasosiologiassa tutkittu käytännössä yksinomaan jälkimodernina aikana syntyneiden lajien, mainittavimmin skeittauksen ja lumilautailun, näkökulmasta.

Tutkielmassani esitän, että jalkapallon uusimpaan kehitysaaltoon liittyy ei välttämättä lajin valtavirtaa vastaan kilpailevan, mutta vähintään sen rinnalla toimivan alakulttuurin synty.

Tarkoitukseni on kuvailla jälkimodernin yhteiskunnan tarjoamia mahdollisuuksia tehdä urheilusta ammatti uudella ja poikkeavalla tavalla käyttäen jalkapallon maailmaa eräänlaisena case-esimerkkinä. Tutkimukseni noudattaa laadullisen tutkimuksen yleistä tyyliä siinä, etten keskitä tutkimustani tai sen tuloksia mihinkään yksittäiseen teoriaan, vaan sen sijaan sovittelen tutkimukseni aihealueisiin useita erilaisia teoreettisia käsitteitä pohtien niiden vahvuuksia ja heikkouksia pikemminkin kuin kertoen niiden ehdottomasta sopivuudesta (ks. Tuomi & Sarajärvi 2018, 110). Tutkimuskysymykseni ovat:

- 1) Millaisia ovat luovien yrittäjyysurheilijoiden ja/tai freestylejalkapalloilijoiden toiminnan motiivit ja miten ne ovat yhteydessä heidän yksilölliseen identiteettiinsä?
- 2) Millaisia kulttuurisia merkityksenantoja he antavat toiminnalleen?
- 3) Millä tavoin luoville aloille tyypilliset piirteet ilmenevät heidän ammatinharjoittamisessaan?

Ensimmäisessä tutkimuskysymyksessä sovittelen aiempaa tutkimusta nuorisokulttuurisesta liikunnasta jalkapallon elämäntapaurheilijoiden mielenmaisemiin liikunnan ja urheilun harrastamisesta sekä siihen sisältyvästä tavoitteellisuudesta. Toiseen tutkimuskysymykseen kulttuurisesta merkityksenannosta haen yhtymäpintaa myöhäismodernista alakulttuuriteoriasta, Bourdieun distinktioteoriasta johdetusta alakulttuurisen pääoman käsitteestä, sekä toisaalta jälkimodernin identiteetin ja uusyhteisöllisyyden teoretisoinneista. Kolmatta tutkimuskysymystä ja luovaa yrittäjyysurheilua pohdin suhteessa aikaisempaan tutkimukseen luovista aloista ja luovasta yrittäjyydestä sekä Ojalan (2015) kuvailuihin lumilautailun luovista yrittäjyysurheilijoista. Pääluvussa 7 käsittelen luovaa yrittäjyysurheilua spekulatiivisemmalla tasolla osana urheiluteollisuuden uusia trendejä ja kulttuurista postmodernismia. Pohdin lyhyesti myös sitä, kuinka nämä seikat yhdessä mahdollisesti linkittyvät urheilun vallanpitäjien kulttuuripoliittiseen projektiin, jossa tavoitellaan säilyttämään nuorison mielenkiinto perinteistä urheilua kohtaan jatkossakin (ks. Thorpe & Wheaton 2011).

5.2 Tieteenfilosofiset kytkenät

Laadullinen tutkimus pyrkii hahmottamaan kokonaisvaltaisen ja moniulotteisen kuvan tutkimuskohteestaan. Se ei kysy, kuinka monta tai kuinka usein, vaan pikemminkin miksi ja

miten. Laadullisessa tutkimuksessa ei ole tarkoitus tuottaa suoria vastauksia tutkimuskysymyksiin, vaan avata uusia ja oivaltavia näkökulmia aiheesta. Laadullista tutkimusta leimaavia tunnusmerkkejä ovat tutkittavia osallistava näkökulma ja 'tutkittavien ääni', harkinnanvarainen ja pienehkö tutkimusotanta, hypoteesittomuus, tutkijan usein poikkeuksellinen positio, sekä narratiivisuus eli kerronnallisuus. Tutkimusaineisto on useimmiten tekstiä, kuvia ja/tai videoita määrällisen tutkimuksen numeraalisten aineistojen sijaan. (Eskola & Suoranta 1998, luku 1.) Giulianottin (2016, 233) mukaan etenkin laadullisin keinoin voidaan saavuttaa entistä syvällisempi yhteiskuntatieteellinen käsitys liikunnan ja urheilun estetiikasta, viestintäjärjestelmistä, konflikteista, harrastajaidentiteeteistä, merkityksistä, rooliodotuksista ja rituaaleista.

Laadullisen tutkimuksen voidaan katsoa sisältävän seitsemän toisistaan enemmän tai vähemmän eroavaa perinnettä (Tuomi & Sarajärvi 2018, 2). Tutkielmani metodologia pohjaa fenomenologis-hermeneuttiseen perinteeseen, sillä tiedonintressini kohdistuu ihmisten antamille merkityksille kokemusmaailmastaan (Tuomi & Sarajärvi 2009, 34–36). Pysin asettumaan heidän saappaisiinsa ja tekemään tulkintoja siitä, miten he hahmottavat kulttuurista ympäristöään, työtään ja kollegoitaan. Koska tutkimukseni kannalta keskeisiä käsitteitä ovat kokemus, merkitys, yhteisöllisyys ja laajempaan kontekstina (ala)kulttuurinen merkityksenanto, on itsestään selvää, että tieteenfilosofiset lähtökohdat nojaavat juuri fenomenologiaan ja hermeneutiikkaan. Merkitysten voidaankin sanoa olevan fenomenologisen tutkimuksen varsinainen kohde (Tuomi & Sarajärvi 2009, 34–36).

Hermeneutiikka on tieteenfilosofian perinne, joka tarkoittaa merkitysten tulkintaa ja ymmärtämistä. Hermeneutiikka on aina 'toisen asteen tietoa', eli jo olemassa olevien konstruktioiden, kuten yhteiskunnallisten rakenteiden ja ilmiöiden merkityksellistämistä. Siksi hermeneutiikasta ei voisi puhua ilman sen kahta avainkäsitettä: esiyymmärrystä ja hermeneuttista kehää. Esiyymmärryksellä tarkoitetaan sananmukaisesti tutkijan jo valmiiksi tiedostamaa tutkimusaiheestaan. Hermeneutiikka ei synny nollasta, vaan jotta tulkinta ja ymmärtäminen olisi mahdollista, tutkijalla on oltava valmiiksi tietynlaiset ajatusmallit tutkimuskysymyksistään. Hermeneuttinen kehä on sitä, kun valmis tieto ja ymmärrys kohtaavat tutkimusprosessissa uudet tulkinnat, ymmärrykset ja merkitykset yhä uudelleen. Tutkijan vanha ja tutkimuksestaan saama uusi tieto keskustelevat keskenään ja tämän myötä syntyy fenomenologisen ilmiön oivaltamista. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 34–36.)

Hermeneutiikan vaikutus fenomenologiseen tutkimukseen piilee tarpeessa tehdä tulkintoja. Fenomenologis-hermeneuttisessa tutkimusmetodissa pyritään käsitteellistämään tutkittava ilmiö, usein kokemus tai merkitys. Tarkoitus on 'tehdä jo tunnettu tiedetyksi'. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 34–36.) Tämä on juuri graduni ytimessä, sillä tiedän tutkivani aihepiiriä, jonka olemassaolon arvot, motiivit ja syyt koen tiedostavani jo valmiiksi, mutta liikuntasosiologinen tutkimus ei vain ole niihin vielä tarttunut. Puen siis tutkimuksen keinoin ja informanttien kokemusmaailman kautta sanoiksi ilmiötä, joka on ollut olemassa omassa tietoisuudessa ja reaali maailmassakin jo pitkään, mutta liikuntasosiologisen kirjallisuuden sivuilla ei.

Koen tutkielmani tiedonintressin ja tulosten tulkinnan ottavan vaikutteita myös postmodernista tutkimuksesta. Siinä missä käsitteellä 'jälkmoderni' viitataan ajanjaksoon läntisessä maailmassa 1960–1970-luvuilta eteenpäin, on postmodernismi tuona aikana kehitetty yhteiskuntateoria ja filosofian suuntaus. Postmoderni yhteiskuntateoria korostaa ennen kaikkea erottautumista, yhteisöjen monimutkaisuutta sekä ajan ja paikan suhteen mullistumista (Harvey 1991). Postmoderni tutkimus taas on eräs laadullisen tutkimuksen perinne. Postmodernin tutkimuksen tieteenfilosofiassa keskiössä on abduktiivinen päättely, jossa teoriaa ja tutkijan omia havaintoja yhdistelemällä luodaan uutta tietoa, teorian ja aineiston toisinaan hyvinkin vapaamuotoisessa vuoropuhelussa. (Lehtonen 1994.)

Michel Foucaultin, Jacques Derridan ja muiden kuuluisimpien postmodernistien mukaan maailmaa ei tule ottaa ja tutkia annettuna. Sosiaalinen todellisuus on nimittäin aina ihmismielen määrittelystä riippuvainen. Postmodernismi vetää tässä yhtä köyttä kulttuurintutkimuksen kanssa: tutkimusilmiötä ei ole mahdollista tutkia neutraalisti ulkopuolelta, tiedostamatta itse olevansa jonkin kulttuurin tuote. Erilaiset elämänkaaren aikana kertyvät kokemukset, näkemykset ja oletukset vaikuttavat väistämättä tutkimuksen tekemiseen. (Lehtonen 1994.)

5.3 Haastatteluaineisto ja sen keruu

Haastattelu on henkilökohtainen keskustelutilanne tutkijan ja informantin kesken, jonka tutkija kirjaa jo haastattelutilanteen aikana tai myöhemmin litteroinnin keinoin ylös. Teemahaastattelu mahdollistaa kaikista haastattelutekniikoista parhaiten ihmisten eri ilmiöistä muodostamien tulkintojen, merkitysten ja niiden syntymekanismien selvittämisen. (Hirsjärvi, Remes &

Sajavaara 2009, 205–206; Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 3.) Käytän tutkielmassani aineistonkeruumetodina teemahaastatteluita eli puolistrukturoituja haastatteluita, jotka edetessään tosin sisälsivät myös avoimen haastattelun ja jopa dialogin piirteitä. Haastattelun käyttö menetelmänä oli itsestäänselvyys, sillä halusin selvittää ihmisten kokemuksia ja niiden merkityksiä. On järkevää tiedustella näitä asioita heiltä itseltään.

Koska jalkapallon elämäntapaurheilullinen skene on niin pieni, oli haastattelijoukon valintaprosessi suhteellisen helppo. Päätimme ohjaajani kanssa, että 4–6 haastattelua olisi sopiva määrä. Siispä lähestyin kuutta valitsemaani Suomen tunnetuimpiin freestyle- ja/tai jalkapallovideoiden tekijöihin kuulunutta henkilöä sähköpostitse ja/tai Instagramissa yksityisviestillä. Määrittelin kuuden 'kärkiehdokkaan' joukon heidän Instagram-seuraajiensa lukumäärän perusteella. Haastattelu ehdokkaista kaksi ei vastannut haastattelupyyntöni viikkojenkaan odottelun jälkeen, joten valitsin heidän tilalleen 'varasijoilta' kaksi muuta henkilöä. Kaksi alkuperäiseen toivelistaan kuulunutta vastasi myöhemmin myöntävästi samalla pahoitellen viivettä, mutta päätin tuolloin, että kuusi haastattelua on tarpeeksi. Tuossa vaiheessa sisällönanalyysityö oli ehtinyt jo alkaa, ja olin jo viimeisissä haastatteluissa havainnut tietyn saturaatiopisteen. Lisähaastattelut eivät olisi tuoneet tutkimuksellisesti mitään mullistavaa ja pro gradu -tutkielman tasoisessa opinnäytetyössä kuusi teemahaastattelua on jo oiva määrä (ks. Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 3). Informanttini esiintyvät tutkimuksessa omilla nimillään. Haastattelijoukkoni oli kokonaisuudessaan Emmi Björn, Ilari "Ilaripro" Hakala, Lassi Hurskainen, Valtteri "Joltter" Jormanainen, Roni Lappalainen ja Pekko "Pege" Piirto. Esittelen heidät informatiivisemmin liitteessä 2.

Haastattelut ajoittuivat Suomen ensimmäiseen korona-aaltoon keväällä 2020, joten oli pakon sanelemaa käyttää etäyhteyttä. Haastatteluista viisi käytiin Zoom- ja yksi Google Hangouts - palvelussa. En koe, että tällä olisi ollut merkittävää vaikutusta haastatteluiden antiin, päinvastoin sosiaalisen eristämisen myötä aikaa haastattelulle löytyi informanttien kalentereista ehkä helpommin. Lisäksi sekä tutkijan että haastateltavan ollessa kotonaan tai muussa tutussa ympäristössä oli tunnelma sopivan rento. Toisaalta videoyhteys teki tilanteesta myös tarpeeksi 'luonnollisen'. Kaikki kuusi tutkimukseen osallistunutta olivat hyvin innoissaan mukana kertomassa itsestään ja ammatistaan. Kaikkiaan haastateltavien rekrytointiprosessi kävi nopeasti ja helposti. Haastattelutilanteet jäivät mieleen paitsi tutkimuksellisesti onnistuneina, myös miellyttävinä keskusteluina ja olen tästä haastateltaville kiitollinen.

Hahmottelin haastattelukysymykseni puoliavoimiksi, sillä halusin varmistua siitä, että informantit kokisivat haastattelutilanteen keskustelunomaiseksi enkä huolestunut siitä, että he saattaisivat puhua jostain 'turhastakin'. Ajattelin, että litterointivaiheen jälkeen epäolennainen keskustelu jäisi joka tapauksessa tutkimusaineistosta pois. Panostin haastattelutilanteen miellyttävyyteen, sillä koin, että tällöin informantit olisivat avoimempia ja tätä myöten saamani tietokin olisi hedelmällistä. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, ettenkö olisi suunnitellut haastattelurunkoa varsin tarkasti ja aikaisempiin teoreettisiin käsitteisiin tukeutuen (ks. Tuomi ja Sarajärvi 2018, luku 3).

Toimitin haastattelurungon informanteille etukäteen nähtäväksi. Lisäksi olin sisällyttänyt jo ensimmäiseen haastattelupyyntöön linkin samaa aihepiiriä käsitelleeseen kandidaatintutkielmaani. Informantit olivat tutustuneet haastattelun teemoihin vaihtelevasti, eikä mieleeni ole jäänyt erityisesti, että heidän mahdollisesti tekemällään taustatyöllä olisi ollut sen kummempaa merkitystä itse haastattelutilanteeseen. Tietenkään en olettanut, että informantit olisivat valmistautuneet mitenkään erityisesti ja tätä painotin myös heille. Tuolloin haastattelutilanteesta olisi varmasti karissut tietynlainen luonnollisuus ja keskustelun rytmi. Tästä huolimatta haastattelurunko on hyvä toimittaa haastateltaville etukäteen nähtäväksi jo kohteliaisuuden ja eettisyydenkin vuoksi (Tuomi ja Sarajärvi 2018, luku 3). Esittelen haastattelurunkoni liitteessä 1.

Noin kolmasosa teemahaastattelurunkoni kysymyksistä liittyi aina yhteen tutkimuskysymykseeni. Puoliavoimia kysymyksiä oli siten yhteensä 27, 8–10 kutakin tutkimuskysymystä kohden. Koska kysymykset olivat puoliavoimia, vastaukset niihin limittyivät ja sekoittuivat keskenään käytännössä jokaisessa haastattelussa. Itselleni tärkeintä oli saada kuvailuja jokaiseen kysymykseen, joten en noudattanut haastattelurunkoa orjallisesti, vaan pikemminkin ohjailin keskustelua sen avulla. Haastattelurungon rooli oli olla enemmän tukisana- ja muistilista kuin kiveen hakattu haastattelutilanteen käsikirjoitus. Tämä tarkoittaa myös sitä, etten esittänyt kysymyksiä aina samassa järjestyksessä ja samoin sanamuodoin – mikä on teemahaastatteluissa muutenkin lähinnä makukysymys (ks. Tuomi ja Sarajärvi 2018, luku 3). Joka tapauksessa koin jo ensimmäisen haastattelun jälkeen onnistuneeni haastattelurungon luomisessa varsin hyvin. Kestoltaan haastattelut olivat keskimäärin reilun tunnin luokkaa, lyhimmän ollessa noin 50 minuuttia ja pisimmän noin 120 minuuttia. Litteroitua tekstiaineistoa kertyi rivivälillä 1,5 ja fontilla 10,5 tasan 100 sivua.

5.4 Teoriaohjaava sisällönanalyysi

Analysoin tutkimusaineistoni teoriaohjaavan sisällönanalyysin, tyypittelyn sekä temaattisen analyysin keinoin. Oikeastaan temaattinen analyysi näkyy tutkimuksessani vain siten, että olen mieltynyt puhumaan 'teemoista' 'luokkien' sijaan, sillä jälkimmäinen kalskahtaa korvaani liian rajatulta, kun tarkoituksena on avata tutkittavien yksilöllistä kokemus- ja merkitysmaailmaa. Voisi sanoa, että suoritin analyysin ensimmäiset vaiheet teknisesti sisällönanalyysin keinoin, mutta mitä enemmän kyse oli tulkinnasta aineiston mekaanisen käsittelyn sijaan, oli analyysini temaattista. Tyypittelyllä tarkoitetaan aineiston ryhmittelyä samankaltaisiin 'tarinajoukkoihin' eli tyyppiluokkiin (Eskola & Suoranta 1998, luku 4), joita aineistossani edustavat freestylejalkapalloilijat ja videotyyppit. Sisällönanalyysini ei siis ollut kovinkaan suoraviivainen prosessi, mutta laadullisessa tutkimuksessa näin harvoin onkaan. Tärkeintä on, että tutkija säilyttää jatkuvan yhteyden tutkimuskysymyksiinsä ja tuntee keräämänsä aineiston täysin. (Ks. Eskola & Suoranta 1998, luku 4; Ruusuvoori, Nikander & Hyvärinen 2010.)

Teoriaohjaavuus valikoitui analyysini ohjenuoraksi kuin itsestään. Voin todeta, että tiesin etukäteen ja viimeistään haastattelujen toteuttamisen jälkeen, millaiseksi aineisto tulisi jäsentymään ja mitä asioita tulisin tutkimustuloksissa esittämään. Hahmotin tilanteen siten, että haastatteluaineistoni ja sisällönanalyysini toimisivat ikään kuin todistusaineistona sille, mitä kandidaatintutkielmassani ja tämän pro gradu -tutkielman kirjallisuuskatsauksessa käyn läpi. Tietenkin kaikki pohjautuisi osuviksi kokemuksi teorioihin liikuntasosiologiasta (nuorisokulttuurinen liikunta), kulttuurintutkimuksesta (myöhäismoderni alakulttuuriteoria) sekä sosiologiasta (Bourdieu'n distinktioteoria ja uusyhteisöllisyys). Koska olin pohtinut näitä kaikkia ulottuvuuksia jo kandidaatintutkielmassani, tietty teoriaohjaavuus oli koko ajan olemassa.

Teoriaohjaavan sisällönanalyysin tekniset lähtökohdat ovat samat kuin aineistolähtöisen analyysin. Näiden kahden ero on teoreettisten käsitteiden käytössä. Aineistolähtöinen analyysi hakee ja muodostaa keskeiset teoriasidonnaisuudet aineistostaan, mutta teoriaohjaavassa analyysissä käsitteet ovat 'jo tiedossa' ennen varsinaista sisällönanalyysiä. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4.4.5.) Esimerkiksi Tuomen ja Sarajärven (2018, taulukko 15) esimerkissä teoriaohjaavasta analyysistä yläluokat tuodaan valmiina, vaikka alaluokat synnytetäänkin aineistolähtöisesti. Teoriaohjaavan ja teorialähtöisen sisällönanalyysin eron tekee puolestaan

se, poimitaanko alkuperäiset ilmaisut ja kiinnostavat käsitteet haastatteluaineistosta heti tietyn ennalta määritellyn teorian 'kielellä', vai lähdetäänkö analyysiä tekemään mistään valmiista teoriasta varsinaisesti välittämättä. Teorialähtöisessä analyysissä voidaan periaatteessa päästä samaan lopputulokseen kuin teoriaohjaavassakin, toki tutkijan ajatteluketjuista riippuen. Valinnalla näiden kahden analyysitavan välillä ei välttämättä ole suurta merkitystä. Kyse on usein teknisistä valinnoista ja subjektiivisista mieltymyksistä. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4.4.5.)

Tutkimuksessani hylkäsin puhtaan teorialähtöisen sisällönanalyysin sillä perusteella, että kyseisessä analyysin muodossa testataan jotakin jo tiedettyä teoriaa koko aineistonkeruun ikään kuin perustuessa oletukseen, että muunlaisia kuin tähän tiettyyn teoriaan perustuvia teemoja tai sisältöjä ei voida löytää. Koska tutkimuksessani tutkimuskohde on niin ennalta tutkimaton, teorialähtöinen sisällönanalyysi olisi voinut osoittautua vaikeaksi toteuttaa. Toisaalta samasta syystä myös puhdas aineistolähtöisyys olisi ollut haastavaa. Tutkimusaiheeni oli niin uusi, että koin tarvitsevani teoreettista tukea sisällönanalyysissä tekemiini päätelmiin. Käyttämässäni teoriaohjaavassa analyysissä kyse on abduktiivisesta päättelylogiikasta, jossa tutkija yhdistelee omaa esiymmärrystään, tieteenalansa valmista käsitteistöä ja empiiristä aineistoaan toisiinsa (ks. Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4.2). Tässä on varaa tietynlaiselle luovuudellekin. Tuloksena voi syntyä uusia avauksia tieteenalan teorioihin, mutta ei välttämättä. (Emt.)

Teoriaohjaavassa analyysissä teoria toimii analyysin apuna, mutta analyysi ei pohjaudu suoraan teoriaan. Analyysiyksiköt eli yläluokat ja alaluokat tai yläteemat ja alateemat valitaan ja haetaan kyllä aineistosta, mutta tutkijan aikaisemman tiedon vaikutuksesta. Ongelmana ei ole, miten tutkija voisi ymmärtää haastateltavaa parhaiten, vaan se, miten tutkimuksen lukija parhaiten ymmärtäisi ja vakuuttuisi tutkijan sanomisista. Teoriaohjaavan sisällönanalyysin metodein laaditusta tutkimusraportista tunnistaa – ja pitääkin tunnistaa – aikaisemman tiedon vaikutuksen, mutta tämä tieto harvemmin on aikaisempaa teoriaa haastavaa, vaan lähinnä uusia ajattelumalleja luovaa. Itse haastateltujen kokemukset ovat aidosti aineistolähtöisiä, mutta lopputulos ja -päätelmät ovat hieman karrikoiden jo teoriaosuudessa päätettyjä. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4.2.) Nähdäkseni teoriaohjaavassa sisällönanalyysissä on kyse siitä, että tutkimuksen lähtö ja maali on nähtävissä, mutta matkalle täytyy tutkijan muodostaa uskottava reitti. Kyse on juuri abduktiivisesta päättelystä: mikä teoria selittää parhaiten hallussa olevan aineiston.

Aloitin tietynlaisen koodaamistyön välittömästi litterointien jälkeen korostamalla eri väreillä kolmen puhtaaksi freestylejalkapalloilijaksi katsoneeni ja kolmen laaja-alaisemmaksi videotyypiksi luonnehtineeni informantin haastattelut. Tämä sama värijako säilyi läpi sisällönanalyysin. Ideana oli, että tämän myötä minun olisi helppo seurata mahdollisesti erilaisia toistuvia teemoja ja puhetapoja koulukuntien kesken. Tämän kummempaa värikoodausta en noudattanut, vaikka olen ymmärtänyt, että se on hyvinkin yleistä sisällönanalyysiä työstäessä. Itse kuitenkin koen pärjänneeni mainiosti ilman sitäkin.

Kuvailen seuraavaksi sisällönanalyysini vaiheet – jotka toki myös limittyivät keskenään työn aikana. Noudatin tässä Tuomen ja Sarajärven (2018, luku 4.4.5) esittämää kaavaa. Ensimmäisessä vaiheessa eli redusoinnissa karsin haastatteluaineistosta kaiken epäolennaisen pois. Etsin aineistosta kaikki tutkimustehtäviä kuvaamaan sopineet ilmaisut ja loin niistä lyhennetyt, siis pelkistetyt ilmaisut. Pelkistetyt ilmaisut listasin uudelleen allekkain mitään datasta kadottamatta. Seuraava vaihe oli aineiston klusterointi eli ryhmittely. Kävin läpi kaikki poimimani alkuperäisilmaisut, ja etsin niiden kesken samankaltaisuuksia. Ryhmittelin samaan ilmiöön liittyvät ilmaisut ja yhdistin ne eri luokiksi, joista hahmottelin sisällönanalyysini alateemat. Alateemoihini siis sisältyi useampia pelkistettyjen ilmaisujen ryhmiä. Klusteroinnissa luodaan pohja tutkimuksen perusrakenteelle (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4.4.5).

Kolmas vaihe oli aineiston käsitteellistäminen eli abstrahointi. Abstrahoinnissa alkuperäisdatan olennainen tieto pyritään käsitteellistämään ja käsitteistä muodostetaan edelleen johtopäätöksiä. Koko ajan on pidettävä huolta siitä, että säilytetään polku ja yhteys alkuperäisaineistoon. Abstrahoinnissa etsin pelkistetyille ilmauksille ja niiden ryhmille, eli alateemoille, sopivan 'kodin' yläteemoista, jotka olin määritellyt jo redusointivaiheessa. (Ks. Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4.4.5; luku 4.4.3.) Abstrahoinnin jälkeen edessä oli sisällönanalyysin puhtaaksi kirjoittaminen. Jäsentelin tutkimustulokseni siten, että yksi tutkimuskysymys sai 'vastaukseen' yhden sisällönanalyysini yläteeman, joka puolestaan sisälsi 3–4 alateemaa.

Yläteemojen yläpuolelle voidaan vielä muodostaa koko analyysikehikkoa yhdistävä käsite tai tutkimustehtävää havainnollistava 'yhdistävä tekijä' (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4.4.3). Olin määritellyt sisällönanalyysini yhdistävän tekijän eli eräänlaisen yläteemojen yläteeman jo valmiiksi. Alkuperäisessä muodossaan se oli 'jalkapallon alakulttuurin toimija', mutta osittain

aineiston vaikutuksesta se sai lopulta nimekseen hieman eri muodon 'jalkapallon luova yrittäjyysurheilu'. Alateemojen perusteella muodostetut yläteemat loin käytännössä aineistolähtöisesti. Kuitenkin esiyymmärrykseni vaikutti varmasti siihen, minkälaisia tuloksia tutkimuskysymyksiini näiden yläteemojen myötä sain. Toisaalta tässä tiivistyy juuri teoriaohjaavan sisällönanalyysin keskeinen idea: empirian, teorian ja tutkijan esiyymmärryksen tehokas vuoropuhelu ja tutkimustulosten luominen hermeneuttisen kehän kautta.

Aluksi suunnittelin sisällönanalyysini siten, että kaksi koulukuntaa – videotyypit ja freestylerit – muodostaisivat analyysini yläteemat. Samalla suunnittelin, että nimenomaan jalkapallovideoihin keskittyvistä toimijoista voisi käyttää nimitystä 'luova yrittäjyysurheilija', siinä missä freestylejalkapallon harrastajat ja ammattilaiset olisivat nimensä mukaisesti 'freestylejalkapalloilijoita'. Kuitenkin tutkimuskysymysteni identiteetti-, motiivi-, merkityksenanto- ja elämäntapadiskurssit osoittautuivat molemmilla 'ryhmillä' hyvin samankaltaisiksi. Mikä tärkeämpää, empiirisen aineiston myötä kävi selväksi, että freestylejalkapalloilijat ovat ammattilaisina käytännössä luovia yrittäjyysurheilijoita, vaikka eivät vieroksuisikaan perinteistä kilpailemista. Siksi jaottelu alkoi tuntua yksinkertaistetulta, vaikka olisi näennäisesti saattanutkin toimia. Käytännössä kaikki freestylejalkapallon ammattilaiset ovat luovia yrittäjyysurheilijoita, mutta läheskään kaikki luovat yrittäjyysurheilijat eivät ole freestylereita. Päädyin siihen, että nostin yläteemoiksi koko haastattelujoukkoa leimaavia, parhaiten tutkimuskysymyksiini vastaavia haastattelujoukkoni luonteenpiirteitä ja tavoitteidenasetteluja. Samalla nostin luovan yrittäjyysurheilijan käsitteen ikään kuin tasoa ylemmäs, teoriaohjaavassa sisällönanalyysissä edellyttäväksi yhdistäväksi käsitteeksi tai pääteemaksi.

Teoriaohjaavassa sisällönanalyysissä kuvaillaan usein yhdistävän käsitteen jakautumista ilmiön 'ominaisuuksiin' ja 'ulottuvuuksiin'. Ominaisuuksia pyritään kuvailemaan alateemoilla ja ulottuvuuksia yläteemoilla sekä yhdistävällä käsitteellä (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4.4.5). Sisällönanalyysissäni tämä oli helppo toteuttaa siten, että alateemat ilmaisevat luovaan yrittäjyysurheiluun liittyviä yksittäisten toimijoiden luonteenpiirteitä ja niiden yhteyttä työekosysteemiin. Nämä pätevät sekä freestylejalkapalloilijoihin että videotyyppeihin. Samalla yläteemoihin on sisällytetty luovan yrittäjyysurheilun ulottuvuuksia, jotka ilmenevät hieman eri tavoin sen mukaan, onko kyse juuri freestyleristä vai laajemman skaalan sisällöntuottajasta. Tutkittavan ilmiön, eli luovan yrittäjyysurheilijan, ominaisuudet siis pätevät läpi

haastattelujoukon, mutta ulottuvuudet näyttäytyvät hieman erilaisina sen suhteen, mikä toiminnassa ja ammatillisissa sisällöissä painottuu eniten. Havainnollistan sisällönanalyysini kulkua taulukossa 3 käyttäen esimerkkeinä kolmen alkuperäisen ilmauksen kulkua alateemoihin, yläteemoihin ja siten pääteemaan asti. Pääluvussa 6 käyn läpi tuloksia laajemmin, 'todistusaineistoani' suorien sitaattien avulla esitellen.

TAULUKKO 3. Tiivistys tutkielman teoriaohjaavasta sisällönanalyysistä kolmea aineistositaattia esimerkkinä käyttäen.

Jalkapallon luovan yrittäjyysurheilun ominaisuudet		Jalkapallon luovan yrittäjyysurheilun ulottuvuudet	
PÄÄTEEMA / YHDISTÄVÄ KÄSITE: JALKAPALLON LUOVA YRITTÄJYYSURHEILU JA SEN KOULUKUNTAJAKO			
ALKUPERÄINEN ILMAUS	PELKISTETTY ILMAUS	ALATEEMA	YLÄTEEMA
<i>"On paljon just sellasii luovia, seikkailijahaluisii tyyppjeä. Ainakin tällä alalla ite just huomaa. -- Mä oon itekki ollu vähä sellanen et mä aion tehdä sitä mikä on siistii, taval tai toisel."</i>	'Sopimus' itsensä kanssa epävarmuuden kestämisestä, jotta unelma-ammatti ja itsensä toteuttaminen olisi mahdollista.	Epävarmuuden hyväksyminen	Motiivit ja yksilöllinen identiteetti: Erottuvia ja yrittäjiä
<i>"Sanoisin et se taide on melkein tärkeempi ku se itse urheilu. Mutta voi olla myös paljon vähemmän taiteellinen, jos on sit urheilullisesti tosi huippu - joku video voi olla erittäin makeesti kuvattu tai leikattu, tai joku huikee musa taustal et se on sil taval viihdyttävä. Tai sit voi olla vaa tosi haastava urheilullinen suoritus jollaki videolla, ja se sit saa jengin leuan auki."</i>	Luovuus ja itseilmaisu sekoittuvat urheilullisiin sisältöihin tavalla, jonka kukin toimija itse on vapaa määrittelemään.	Luovuus ja taiteellisuus	(Laji)kulttuurinen merkityksenanto: Urheilun ja taiteen vuoropuhelu
<i>"Ehkä yks asia mikä siin huippu-urheilussa, huippufutiksessa ja sit täs mikä tää mun juttu nyt onkaa, ni on sellanen pitkäjänteisyys ja tälle, et omistautuu sille. Molemmat tottakai vaatii ei nyt uhrauksia mut paljon aikaa ja omistautumista sille duunille."</i>	Itsensä kehittäminen ja omistautuminen työlle on uraa keskeisesti leimaava asia.	Henkilöbrändi ja työ elämänsisältönä	Luovan yrittäjyysurheilun työekosysteemi: Kauneus katsojan silmässä

5.5 Tutkimusetiikka

Omaleimainen seikka tutkimuksessani on, ettei haastattelemini informanttien henkilöllisyyttä ole pseudonymisoitu. Koska tutkimusaiheeni on niin ennalta tutkimaton ja sijoittuu niin pieneen skeneeseen, tämä vaihtoehto tuntui alusta asti jopa luonnolliselta. Toisaalta tutkijanpositioni on paikoittain jopa etnografinen, jolloin menettely tuo tutkimukseeni myös tietynlaista autenttisuutta, rosoisuutta ja informanttien maailmaan sukeltamista. Lisäksi, koska pohdin niin teoria- kuin empiriaosiossani sosiaalisen median sisältöjä, joista osa on informanttieni tuottamia, olisi heidän pseudonymisointinsa tuntunut oudolta – siis että tulkitsisin heidän luomiaan sisältöjä, mutten saisi kertoa, mitä he oikeasti ajattelevat. Yksi omalla nimellä esiintymisen puolesta puhuva seikka on vielä se, että muutamat informanteistani ovat tunnettuja julkisuuden henkilöitä, ainakin sosiaalisessa mediassa. Kaikki heistä suostuivat esiintymään omalla nimellään tutkimuksessa ennen haastatteluiden aloittamista ja tämä asia varmistettiin niin lisäyksellä tietosuojalomakkeeseen kuin vielä erillisellä kuittauksella sähköpostitse.

Laadullisen tutkimuksen tiedonhankinta muistuttaa hyvin paljon arkielämän kanssakäymistä, tai vähintään sisältää siitä piirteitä. Samalla tutkijanpositio on aineistonkeruussa kaikkea muuta kuin arkinen, päinvastoin sen pitäisi olla ainakin jokseenkin institutionaalinen eli muodollinen. Poikkeuksellista on sekin, kuinka tutkimuseettistä pohdintaa voi etenkin avoimia tiedonkeruumenetelmiä käyttäessä harjoittaa käytännössä vasta, kun aineisto on jo kerätty. (Hirsjärvi ym. 2009.) Laadullisessa tutkimuksessa eettisyys palautuu siksi vahvasti kysymykseen tutkimuksen johdonmukaisuudesta. Tutkijan täytyy pystyä perustelemaan jokainen valintansa – liittyi se sitten aineistonkeruuseen, kirjallisuuskatsauksen teknisiin ratkaisuihin, metodologiaan tai vaikkapa tulosten tulkintaan. Tietenkin nämä kaikki asiat pätevät myös määrällisessä tutkimuksessa, mutta juuri johdonmukaisuus täyttää parhaiten määritelmän siitä, millaista on 'hyvä' laadullinen tutkimus. Hyvä tutkimus puolestaan tarkoittaa eettisesti kestävästä tutkimusta. (Hirsjärvi ym. 2009, 232–233; Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 5.)

Tutkielmani tiedonintressi sijoittuu tutkittavien yksilöllisiin identiteetteihin, motiiveihin sekä heidän toimintansa kulttuuriseen merkityksenantoon. Kaikki aihealueet ovat sellaisia, joista voi odottaa saavan hyvin henkilökohtaisiakin kuvailuja. Haastattelurunkoa hahmotellessani kiinnitin huomiota siihen, että kysymykset ohjaisivat antamaan mahdollisimman laajoja kuvailuja, mutta samalla vältin liiallista henkilökohtaisuuteen menemistä. Tästä huolimatta

useampikin haastateltava kuvaili elämänpolkujaan ja omia ajatuksiaan hyvinkin henkilökohtaisella tasolla. Haastatteluissa ja analyysityössä opin tuntemaan informanttien paineita liittyen stressaavaan työympäristöön ja 'omiin polkuihin', mikä joskus oli saattanut tarkoittaa jopa pieniasteista työuupumusta tai muuten vain suurehkoja paineita tulevasta. Tämä tarkoitti itseltäni hienovaraista työtä ja tietynlaista maalaisjärkeä koko prosessissa, kuten haastattelujen ja litteroinnin tekemistä pelkästään kuulokkeet päässä, litteroitujen tekstien huolellista säilyttämistä ja niin edelleen.

Haastattelututkimukset, etenkin avoimet ja puoliavoimet, ovat monessa mielessä sellaisia, joissa eettisiä näkökohtia tulee huomioida erityisellä painoarvolla. Lisäksi tutkimusasetelmani on kulttuurintutkimuksesta vahvasti vaikutteita ottava, mikä tarkoittaa tietynlaista informanttien maailmassa 'vaeltamista' (ks. Lehtonen 1994), vaikei etnografisesta tutkimuksesta olekaan kyse. Kuitenkin koen, että tutkijanpositioni voisi olla neutraalimpikin. Toisaalta aihevalintani luovasta yrittäjäyysurheilusta juuri jalkapallon kontekstissa on liikuntasosiologian historiaan peilaten uusi pelinavaus, ja haastateltavista huomasin tämän: he olivat tutkimukseen 'pääsystä' monessa mielessä innostuneita ja otettuja.

Samalla eettistä pohdintaa aiheuttaa se, että freestyle-jalkapallon ja jalkapallovideoiden piirit ovat varsinkin Suomessa todella pienet. Haastattelemiini henkilöt todennäköisesti tietävät ja tuntevat toisensa siinä määrin, että osaavat arvata ainakin jonkun toisen, joka on ollut heidän lisäksi mukana tutkimuksessa. Tämä saattaa tarkoittaa sitä, että he keskustelevat haastatteluista ja tutkimuksesta yleisesti keskenään. Tähän tutkija ei tietenkään voi vaikuttaa. Lisäksi haastateltavat mainitsivat toisiaan toistensa esikuviksi asiasta kysyttäessä. Osa heistä myös kysyi, olenko haastatellut jotakuta tiettyä henkilöä, mihin tietysti vastasin todenmukaisesti. En pitänyt tätä kaikkea eettisesti ongelmallisena vaan päinvastoin osoituksena siitä, että olen todella valinnut oikeat informantit, vaikkakin itse tunne kyseisiä piirejä kuin korkeintaan sosiaalisen median välityksellä.

Turtiainen (2012, 49, 54–55) pohti väitöskirjassaan 'verkkotutkijan' eettisyyttä tutkimustyössä. Vaikkei aineistoni olekaan internetistä ja sosiaalisesta mediasta kerättyä, ovat sosiaalisen median viestintämekanismit niin alakulttuurin sisällä kuin urheiluteollisuuden markkinointityössäkin keskeisesti tutkimusaiheeseen vaikuttavia. Verkkovälitteisiin

materiaaleihin tutustuminen on kartuttanut itselleni tietynlaista hiljaista, jopa alakulttuurista tietoa. Siten lasken itseni osittain myös verkkotutkijaksi tutkielmani puitteissa.

Tutkimuseettisesti tällä on vaikutusta etenkin siihen, minkä koen relevantiksi ja akateemisesti uskottavaksi lähteeksi tai vähintään todistukseksi jostakin esittämästäni asiasta. Eettistä pohdintaa tulisi tehdä etenkin sen suhteen, onko internet tutkimuksen väline, lähde vai kohde (Turtiainen 2012, 49). Tutkijan on tärkeää muistaa lähdekritiikki myös akateemisten lähteiden ulkopuolella, hahmottaa kunkin verkkoaineiston syntykonteksti sekä nähdä ne kulttuuriset käytännöt, jotka siihen ovat vaikuttaneet. Tämä vaatii tutkijalta paitsi tutkimuskohteensa kentän laaja-alaista tuntemista, myös tutkimuksen tekemisen eettisten periaatteiden ja sääntöjen hallintaa; eräänlaista tutkimuksellista itseluottamusta. (Turtiainen 2012, 49, 54–55.) Tiivistäen:

”Digitaalisen kulttuurin ilmiöiden ja asiasisältöjen sekä tutkimusmenetelmien tunteminen yhdistettynä läpinäkyvään tutkimustapaan mahdollistaa perusteltujen tutkimuseettisten valintojen tekemisen – verkossa ja muualla. Omiin tutkimuksellisiin menettelytapoihinsa luottavan tutkijan on helpompi tehdä myös luotettavaa tutkimusta.” (Turtiainen 2012, 54.)

Koen, että olen onnistunut kohtuullisen hyvin antamaan kuvauksen urheiluteollisuuden, sosiaalisen median ja alakulttuurisuuden cocktailista ainakin yhden lajin kontekstissa. Silti minulla oli paikoittain vaikeuksia keskittyä tarpeeksi yksityiskohtaisiin asiakokonaisuuksiin etenkin kirjallisuuskatsausta tehdessäni. Toisinaan vaikkapa Instagramia ’vapaa-ajalla’ selatessani saatoin törmätä kiinnostaviin sisältöihin, esimerkiksi urheiluvälinevalmistajien uusiin mainoskampanjoihin, joiden suhde omaan tutkimusaiheeseen aiheutti pohdintaa. Osaltaan tämä johti siihen, että kirjallisuuskatsaukseen keräämäni lähdekirjallisuuden määrä paisui pro gradu -tutkielman mittakaavassa rehellisesti sanottuna liiankin suureksi. Kirjoittamisprosessiin tämä aiheutti jälkeinpäin katsottuna ’turhaa’ työtä, mutta toisaalta tekstin tiivistäminen jälkeinpäin on paljon helpompaa, kuin sen määrän epätoivoinen lisääminen.

6 TULOKSET

Tulosluvussa kirjoitan teoriaohjaavan sisällönanalyysini auki, tulkiten teemahaastatteluita ja esittelen tutkielmani keskeisiä tuloksia. Ennen kuin pureudun varsinaisiin tuloksiin, nostan alaluvussa 6.1 esiin kenties keskeisimmän tekemäni havainnon: koulukuntaeron freestylejalkapalloilijoiden ja jalkapallovideoiden tekijöiden välillä. Koen, että tämä tuo myöhempiin alalukuihin aimo annoksen lukijaystävällisyyttä. Mainittakoon myös selvyuden vuoksi, että käytän kaikista informanteista toisinaan 'luovan yrittäjyysurheilijan' käsitteen lisäksi nimitystä 'jalkapallon elämäntapaurheilijat'. Freestylejalkapalloilijoita saatan nimittää 'freestylereiksi' tai 'puhtaammin freestylevideoihin keskittyviksi'. Jalkapallovideoihin keskittyviä kutsun välillä 'laajempiin videotuotantoihin keskittyviksi' tai 'videotyypeiksi'.

Alaluvussa 6.2 vastaan ensimmäiseen tutkimuskysymykseeni jalkapallon elämäntapaurheilijoiden motiiveista ja identiteeteistä. Alaluvun otsikko *Motiivit ja yksilöllinen identiteetti: Erottuvia ja yrittäjiä* on samalla yksi sisällönanalyysini kolmesta yläteemasta. Sama koskee kahta muutakin alalukua. Kunkin alaluvun alaotsikot puolestaan ovat tämän yläteeman alle sijoitettavia alateemoja. Alaluvun 6.3 otsikko ja samalla yläteema (*Laji*)*kulttuurinen merkityksenanto: Urheilun ja taiteen vuoropuhelu* vastaa toiseen tutkimuskysymykseen jalkapallon elämäntapaurheilijoiden kulttuurisesta merkityksenannosta toiminnalleen. Kolmannen ja viimeisen alaluvun 6.4 yläteema *Luovan yrittäjyysurheilun työekosysteemi: Kauneus katsojan silmissä* toimii vastauksena kolmannelle tutkimuskysymykselle siitä, millä tavoin luoville aloille tyypilliset piirteet ilmenevät jalkapallon elämäntapaurheilijoiden ammatinharjoittamisessa.

6.1 Freestylejalkapallon ja jalkapallovideoiden ristiriita – onko sitä?

Koulukuntaerolla tarkoitan a) osana omaa urheilulajiaan toimivia freestylejalkapalloilijoita, sekä b) jalkapallovideoihin keskittyviä luovia yrittäjyysurheilijoita. Jaottelu havainnollistuu ennen kaikkea toimijoiden ammatillisen lopputuotteen perusteella; onko kyse ensisijaisesti freestyletemppejen esittelystä freestyleyhteisölle vai jalkapalloon ja toisinaan siihenkin löyhästi kiinnittyvistä videotuotannoista. Ne, jotka eivät kokeneet alakulttuurisen pääoman kartuttamista niin merkityksellisenä omaan toimintaansa ja tavoitteellisuuteensa peilattuna,

ajautuivat kauemmas freestylepiireistä, kohti kevyempää ja viihteellisempää sisällöntuottamista – jopa niin sanottua performatiivista sisällöntuotantoa.

Tutkimuskysymyksiin viitaten eroavaisuudet toimijoiden identiteeteissä, motiiveissa ja kulttuurisessa merkityksenannossa liittyvät tiiviimmin freestylen lajikulttuurissa toimimiseen. Tällöin harrastaja tai toimija ilmaisee itseään tämän kulttuurin kielellä ja sen viitekehityksessä. Tästä huolimatta myös freestylejalkapallopiirien ulkopuolella uraa tekevillä on olemassa tietynlainen kevytyhteisö tuossa kulttuurissa. Jalkapallovideoilla voidaan sanoa olevan omat juurensa freestylejalkapallossa, ja tämä toimii myös toisinpäin.

Luovan yrittäjyysurheilun kaltainen alakulttuurinen toimeliaisuus jalkapallossa on syntynyt laadukkaan kuluttajateknologian yleistyessä. Jokaisella on alusta asti ollut vapaat kädet keskittyä tuotannoissaan mihin haluaa, esimerkiksi tiukasti freestyletempuihin osana lajikulttuuria tai niin sanottujen trick-shottien tekemiseen näiden ohella, mutta motiivit ja mahdollisuudet toiminnan aloittamisessa ovat samoja. Toiminta on sittemmin lähtenyt kehittymään vaikkapa tämän tutkimuksen haastattelijoukkoa tarkastellen tubettamisen, lyhytelokuvien tai kaupallisten sponsorien kanssa tehtyjen brändivideoiden suuntaan.

Koulukuntajakoon kenties painokkaimmin vaikuttava päätelmä juontuu freestylejalkapallostaan itselleen ammatin tehneiden samankaltaisista urakehityksistä. Edetessään kohti täysammattilaisuutta freestylejalkapalloilija ajautuu väkisin pois oman lajikulttuurinsa vaikutuspiiristä. Motiiveja tai syitä tähän tiedusteltiin vain osassa haastatteluja keskustelun ajautuessa siihen, sillä en osannut sisällyttää tätä tutkimuskysymyksiin ennalta tutkimattomasta aiheesta johtuen. Koulukuntien väliset erot eivät näyttäytyneet ennako-oletuksissani lainkaan niin selvinä kuin haastattelujen perusteella kävi ilmi – vaikka tarkoituksella pyrin saamaan informanteiksi juuri kolme freestylejalkapalloilijaa, ja kolme sellaista, joiden toiminnan käsitin olevan enemmän 'jalkapallovideoiden' tekemistä. Siten eri koulukuntia tutkimuksessani edustavat a) Emmi, Pege ja Roni sekä b) Ilari, Lassi ja Valteri.

Täysammattilaisuus rakentuu uuden sukupolven elämäntapaurheilussa hyvin vahvasti tai lähes täysin yksityisen sektorin vetoavun ympärille. Freestylejalkapallo ei ole poikkeus. Freestylejalkapalloilijaa ei puhtaasti urheilijan ammattina ole olemassa, vaan sponsoreiden ja eri verkostojen kautta on tehtävä hyvin moniulotteista sisältöä. Pelkällä urheilumenestyksellä

ei freestylejalkapallossa voi ammattilaisen määritelmää täyttää. Tämä ei silti millään tapaa vedä mattoa kasvuun tähtäävän lajin alta, vaan ainoastaan seuraa liikuntasosiologiassa jo tunnistettuja havaintoja nuorisokulttuuristen lajien ja kaupallisuuden yhteenliittymästä. Haastattelemani freestylejalkapalloilijat havainnollistavat oivasti kehityskulkuja, joissa suosiotaan kasvattaneet freestylerit ovat alkaneetkin olla amatillisesti pääasiassa jotain muuta:

”On nähny sitä trendii et tehää videoita vähä semmosille ei-lajin-harrastajille, enemmän ‘normaaleille’ futispelaajille, ni sit niis korostuu just se, että yritetään tehdä vaik jotai trickshottii -- tai jotai mikä näyttää ei-lajiin-perehtyneen silmään hienolta. -- Sil saa paremmin katselukertoi ja voi olla mahollista paremmin saada brändein kaa yhteisyösopimuksii, tehdä kaupallisii yhteistöitä tai sit saada suoraa jostai sosiaalisen median kautta rahaa.” -Roni

”Aika monilla on varmaan et jos ne pärjää kisoissa, ni ne rupee panostaa siihen someen ku ne on saanu näkyvyyttä sen kautta. Sit nää jotka kisaa, ni niilhän se on lähinnä sitä että kisataan tai treenataan nii pitkää, et joku temppu menee sillee et sä osaat sen silmät kii -- sit on toisii jotka panostaa vaan siihe sosiaaliseen mediaan.” -Emmi

Myös freestyleyhteisön ulkopuolella luovaa yrittäjäyysurheilua harjoittavat korostavat kahden eri koulukunnan eroavaisuuksia. Lähtökohtana on juuri se, että freestylejalkapallo käsitetään omana lajinaan, mutta jos harrastaja alkaa joko omaa luovuuttaan tai yhteistyökumppaneiden ehdottamana panostamaan tuotannoissaan muuhun kuin itse lajitekniisiin seikkoihin, aukeaa muitakin mahdollisuuksia.

”Sillo ku mäki tein aikoinaan freestylevideoit, ni mä en ollu missää tapaukses sellanen, et kaikist huikeimpui tempui. Mut sen takii mä panostin just näihin, et mis mä kuvasin ja vähä jotai editointii koitti tehdä -- mä ehk erotuin monest muusta, jotka vaa kuvas olohuonees ja pelas sukkasiltaa ja teki jonkin hienon tempun. -- Freestylepuolel mä väittäisin, et suurin osa on enemmän sen lajin perässä. Et tekee urheilullisin ehdoin tai pystyy taltioimaan omaa kehitystä ja saada sen unelmatempun nauhalle.” -Valtteri

”Mun juttu on aina ollu täysin erilainen, se on et yks idea ja sä mietit ne kuvat ja kaikki, et se kerran onnistuu ja sit siirrytään eteenpäin. -- Freestyle on sit taas, et sä reenaat ja reenaat ja sit sä pystyt tekemään sen, vaikka silmät kii täyden yleisön edessä. Mä arvostan kyllä freestylereita yli kaiken, et itellä oo sellasta kärsivällisyyttä, ku heillä.” -Lassi

Kehityskulkuja voi osaltaan selittää myös freestylejalkapallokulttuurin tietynlaisella vaativuudella. Luovalle luonteelle mediatuotantojen rajaaminen yksittäisiin tempuihin tai komboihin voi jossain kohtaa alkaa tuntua jopa tylsältä. Toisaalta suuremmat katsojamäärät ja laajempien yleisöjen kerääminen on helpompaa, jos katsojan ei tarvitse tunnistaa jokaista tempusarjaa erikseen.

”Se freestylefutis on nykyä ihan sekopäistä meininkiä, et siit ei saa niinku mitää selvää -- mut se taitotaso mikä siihe vaaditaan, on niin paljon enemmän erilaisempi et sit pitää vähä jopa tuntee sitä lajii enemmän. Et jos joku vetää kolmestkympist yläpesään, ni ehk siin on vähän helpompi nähä et toi on tosi vaikeet.” -Valtteri

”Siin pitää olla aika hyvin perillä niist jutuist. Jos sä katot futisvideoo ku joku vetää pallon maaliin, ni apinakin tajuu et mitä siin tapahtu. -- Siin on kaikki nää omat tempunsa ja ne näyttää tosi samalta, jos sä et oo tutustunu siihe hommaan -- maallikolle se ei näytä niin ihmeelliseltä. -- Se käy tosi itseäntoistavaks jos siinä hommassa ei oo perillä.” -Ilari

Tietenkin on muistettava sekin, ettei kaikille freestylejalkapalloilijoille ole itsetarkoitus päästä toiminnassa luovan yrittäjyysurheilun ammattilaiseksi populaarikulttuurin ja urheiluteollisuuden välimaastoon. Mutta mikäli mahdollisuuksia yhteistyösopimukseen kaupallisten osapuolten kanssa tulee eteen, on niistä varmasti vaikeaa kieltäytyä. Sen kummempaa vastakkainasettelua koulukuntien suhteen ei ole olemassa.

”Esim Ilariipro kuuluu just siihe futispelaajakoulukuntaan, hänt kiinnostaa nimenomaan futis ja futikseen liittyvät asiat, eli vetäminen ja mitä vehkeitä käyttää -- freestyletempu on hänelle osa sitä futista, ku meil freestyletempu on niinku kaikki. -- Se on tavallaa se ero, et meil on oma lajimme, joka me on luotu niinku tyhjästä, ja sit niil futistyypeillä on se et ne halua paneutuu joihinkin futiksen tiettyihin yksityiskohtiin niis omis videoissaan.” -Pege

Eräs esimerkki pitempään kyteneestä kiistanaiheesta koulukuntien välillä liittyy kahteen kenties maailman tunnetuimpaan jalkapallon luovaan yrittäjyysurheiliijaan, Jeremy Lynchiin ja Billy Wingroveen. Kaksikon brändi tunnetaan nimellä F2Freestylers. Kuitenkin freestylejalkapallon kanssa heidän tuotannoillaan on hyvin vähän tekemistä. Toisaalta tämä kertoo myös omaa kieltään juuri kahden koulukunnan limittymisestä toisiinsa. Kaupallisen kiinnostuksen herättämiseksi täytyy aina lainata vähän jotakin vanhaa, jotta voisi luoda jotakin uutta.

“Heillä <Lynchillä ja Wingrovella> on aivan sairas fanilauma, tosi iso reach ja ne on isoi tekijöitä. Mut ku ne on sielt futispuolelta sataprosenttisesti, ja ku ne kutsuu itseään freestylereiksi, niin se on tavallaan vähän vaivannu freestylefutaajii. Mut ei se ny enää, ku kaikki on tavallaan kasvanu isommaks, ja ymmärtää että kaikkihan täs yrittää tavallaan vaa tulla toimee ja tehä hyvää settii katsojille.” -Pege

6.2 Motiivit ja yksilöllinen identiteetti: Erottuja ja yrittäjiä

Tähän yläteemaan sisältyvät alateemat *Halu tehdä itse*, *Elinikäinen side jalkapalloon* sekä *Ei se loppu vaan se matka – epävarmuuden hyväksyminen*. Yläteemassa näkyy selvästi jalkapallon, yrittäjäsuuntautuneisuuden ja omien polkujen kulkemisen viehätysten merkitykset yksilöllisessä kasvuprosessissa ja identiteetin rakennustyössä. Useat tutkimukset ovat tunnistaneeet urheiluharrastuksen vaikutukset myöhemmässä iässä esimerkiksi yrittäjän ammatissa tarvittaviin sitkeyteen, päämäärätietoisuuteen, yhteistyötaitoihin ja hyvään itsetuntoon (ks. Coakley 2011; Pekkala 2011). Haastattelujoukkoa myös leimasi luovien alojen yrittäjyyden tutkimuksen kanssa täysin linjassa olevat luonteenpiirteet (ks. alaluku 3.2).

Kenties urheilun fyysisiä vaikutuksia korostetaan toisinaan liikaakin verrattuna luonteen kehittymiseen, toisten ihmisten huomioimiseen ja yhteisten sääntöjen noudattamiseen. Lapsena aloitetun urheiluharrastuksen eväät eivät rajoitu pelkkään fyysisesti aktiivisen elämäntavan opetteluun. Etenkin nykyinen, 2020-lukulainen maailma on helppo kokea kaoottiseksi, paineita asettavaksi ja jopa pelottavammaksi kuin edellisillä vuosikymmenillä. Urheiluharrastus voi hyvinkin tarjota hyödyllisiä välineitä ’selviytymiseen’ stressin alla.

6.2.1 Halu tehdä itse

Kaikissa haastatteluissa kävi ilmi, kuinka omat kiinnostuksenkohteet ajoivat jo varhaisessa iässä omien temppujen ja suoritusten tallentamiseen sekä nykymittareilla alkeellisen kuvaus- ja nauhoitusteknologian pariin. Informanteista vanhimman voidaan katsoa aloittaneen toimintansa lähes ensimmäisistä laajaan kuluttajakäyttöön tarkoitetuista digitaali tuotteista. Saatavilla olleiden laitteiden ei tarvinnut olla tasoltaan mitenkään ensiluokkaisia – oikeastaan päinvastoin. Tärkeintä oli saada omia suorituksia nauhalle varsinaisesta laadusta tinkien.

”Mulla oli isoveljen digikamera, jolla mä kuvasin ja sit mä ostin ite semmosen DV-kasettikameran -- käytiin potkimassa ja kuvattiin meidän pelejä.” -Lassi

”Mä halusin jostai löytää sen kännykän, jos mä saisin ne klipit kunnon perunal kuvattuu, semmost Minecraft-matskuu -- jollai Bluetoothilla sit pistäny etiäppäi, mutta en mä sillo mistää YouTubeista tai mistää tienny, et omaks huviks mä muistan jotain kuvannu.” -Ilari

Kontrasti nykyaikaan on varsin selvä, sillä nyt käytännössä jokaisella länsimaisella nuorella on käytössään laadukkaan videokuvan nauhoittamisen mahdollistava älypuhelin, ja omalle klipille saa musiikki- ja kuvatehosteita parilla sormen painalluksella. Nykyajan lapset ja nuoret myös kasvavat kulttuuriin, jossa älypuhelimia ja suosituimpia sosiaalisen median sovelluksia, kuten Instagram ja Snapchat, käytetään oletusarvoisesti valokuvien ja videoiden kuvaamiseen ja jakamiseen. Omat videonsa voikin ladata yhteisöpalveluihin koko maailman nähtäväksi silmänräpäyksessä, mikä olennaisesti helpottaa kuvaustoiminnan aloittamista ja siihen panostamista. Tietyllä tapaa kynnyksen alakulttuurisen pääoman keräämisen aloittamiseen ei ole läheskään niin korkea kuin aikaisemmilla vuosikymmenillä. Myös ennen omien videoiden kuvaamista esimerkiksi Instagramista saa ’ohjeistuksen’ siitä, mitä oikein onkaan lähdössä tekemään.

”Tää skene on kymmenen vuoden aikana muuttunu ihan täysin, tekijöitä on satakertaisesti enemmän ja koko ajan tulee vastaan Instagramissa noita tosi taitavii nuorii freestylereita. --

Nyt on kaikilla tämä näin <älypuhelin> ja sä pystyt kuvaamaan ja näyttämään ja promoamaan ittees ja rakentaa sitä yhteisöä. Ja nykyisin kanavia on nii paljo enemmän, ku sillo ku oli vaa toi YouTube ja Facebook.” -Lassi

”Nykyää kaikilla on kännykkä millä voi saada tarpeeks hyvän laatust. -- Ei voi enää inistä että ei oo niinku mahollisuuksia. Tämmönen entry level, ei oo enää hirvee semmonen taso mistä pitäis maksaa tuhansia ja tuhansia et pystyis tekee videoita. -- Tälkin alal sen huomaa, et ei ne budjetit enää oo niin isoja ku ne oli ennen... Ku on viiskyt kertaa enemmän tyyppejä, ketkä osaa tehdä edes jotain.” -Valtteri

Muutkin uuden sukupolven (nuorisokulttuuriset) lajit kuin freestylejalkapallo ovat hyötynet merkittävässä määrin yhteiskunnan teknologisoitumisesta ja digitalisoitumisesta. Vaikka lajikulttuuri olisi kuinka lapsen kengissä, leviävät uudet innovaatiot, temput ja nimet ympäri maailmaa sekunneissa. Alakulttuurisen pääoman kerryttäminen on mediavälitteisesti varsin vaivatonta. Tämä ei koske ainoastaan lajin teknistaktisia ominaisuuksia, vaan myös hallinnollisia ja kaupallisia työkaluja sekä yhteistyökumppaneita ja ideoita, joilla lajia voitaisiin kehittää 'vakavampaan' suuntaan. Tässä kenties vaikuttaa vahvimmin sosiaalisen median merkitys ja sen muuttuminen: some ei ole enää jakamis- vaan myös bisnesalusta.

”Laji on kehittyny, temput on kehittyny, tempujen tekijät on kehittyny, ne on kasvanu ihmisinä. Lajina on tullu älyttömästi sellasta henkistä pääomaa, eli on tavallaan fiksumpaa porukkaa ajattelemas lajin kehitystä. Mä sanosin, et harrastajamäärät on ehkä satakertaistunu siitä ku mä alotin. -- Mitä tulee pääomaan ylipäänsä, rahaan ja bisnessuhteisiin, ni ne on varmasti jopa monisatakertaistunu maailmanlaajusesti.” -Pege

Haastatellut kertoivat olleensa jo jalkapalloharrastuksensa aikana erityisen kiinnostuneita yksittäisistä teknisistä suorituksista: Cristiano Ronaldon omalaatuista ja urauurtavaa potkutekniikkaa sekä Ronaldinhon tapaisten taitureiden harhautus- ja pomputtelurepertuaaria oli ihasteltu YouTube-videoilla pienestä asti. Kiinnostus videoiden tekemiseen oli peräisin etenkin freestylejalkapalloilijoiden ja skeittaajien lyhytelokuvista YouTubeessa. Alun perin sisällytin teemahaastattelurunkoon kysymyksen esikuvista puoliksi keskustelun virittelyn vuoksi, mutta oli kiintoisaa huomata, kuinka etenkin haastattelijoukosta nuorimmat kertoivat esikuvikseen pidemmän uran tehneitä, saman haastattelijoukon jäseniä! Myös kokeneemmat ja meritoituneimmat haastatellut kertoivat seuraavansa nuorempien haastatteltujen tuotoksia.

”Suomen tommonen oikee lippulaiva, en tiää pääsetsä haastattelee, mut Ilaripro tekee paljon hyviä juttuja.” -Lassi

”Lassi Hurskaisen YouTube-videot oli kyl kovas katsannos, et niit katottii monta kertaa uudellee ja uudellee.” -Emmi

”Pakko sanoo myös et todella vahvasti semmonen kaveri, ku Joltter vaikutti siihen et mä ylipäänsä alotin freestylefutiksen.” -Pege

”Kävin ite laittaa YouTubeen myös videoita, ja sitä kautta tapasin yhen suomalaisen freestylefutaajan Pege Piirron, joka on siis Suomessa yks lajin semmosii pioneereja -- sit kans semmonen suomalainen freestyleri, tai ei ehkä enää tee freestylee nykyää mut kumminki, semmonen ku Joltter.” -Roni

6.2.2 Elinikäinen side jalkapalloon

Tietenkin jalkapalloharrastus oli YouTubeen lisäksi laukaiseva tekijä alalle suuntautumisessa. Jokainen haastattelujoukosta oli pelannut jalkapalloa nuoruudessaan, tasojen vaihdellessa piirin sarjoista aina A-junioreiden SM-sarjaan asti. Ilari kertoi harrastavansa lajia edelleen divaritasolla ajankäyttöisten mahdollisuuksiensa puitteissa. Suhtautuminen jalkapalloon sekä sen jättämissä muistoissa että lajiin huippu-urheiluna yleisellä tasolla, vaihteli hieman. Toisaalta pukukoppielämää kaivattiin paljonkin, toisaalta jalkapalloa ei saatettu seurata ollenkaan. Motiivit ajautumiseen videoalalle ja freestyle-jalkapalloon perinteisen lajimuodon sijaan oli karkeasti jaettavissa kahteen eri kategoriaan. Ensimmäkin loukkaantumiset juniori-ikäisenä olivat ohjanneet freestyle-jalkapalloon tutustumiseen. Toiseksi omaehtoisesti tehdyt videot olivat herättäneet kaupallisen yhteistyökumppanin kiinnostuksen.

”Sit ku on sellanen 15-v teini, ei pysty pelaa futista, ei pysty tekee juuri mitää muuta sellast liikunnallist hauskaa ulkona, ja YouTube oli just sellane aika haippihomma, ni mä olin YouTubees päivät pitkät -- mä olin päättäny mielessäni, et sit ku tää varvas on parantunu ni mä rupeen treenaa freestylefutista.” -Pege

”Ku loukkaantuneena halus kuitenkin tehdä jotai, ni sitte kävi kikkailee pallon kaa, vähä harjottelee sitä tekniikkaa enemmän ja pomputtelee ja kaikennäkösii kikkoja oikeestaa, ja etti netistä et mitäs kaikkii kikkoja sitä vois tehdä. Ja sit huomaa et okei, että täähän on ihan

juttu et jatkuthan tekee pelkästään näitä kikkoja. -- Kävi harjottelee vähä vaativampii juttuja ja sit se vei vähä mennessää se ite kikkailu.” -Roni

Kenelläkään unelma jalkapalloammattilaisuudesta ei ehtinyt realisoitua. Ehkä osittain siksi valinta suomalaisen divarifutiksen ja itsensä toteuttamisen välillä oli loppujen lopuksi helppo, rakkaudesta lajiin huolimatta. Kaksi kenties pisimmälle jalkapallon junioriurallaan päässyttä informanttia eli Valtteri ja Ilari kertovat:

”Mä kävin lukiookin varmaan jonkun viis vuotta sen takii ku mä pelasin fudist, meil oli kahet treenit päivässä ja mä kävin koululla suunnillee ehk syömäs -- sit mul oli semmonen, et pitäiskö alkaa ny tekee näit videoita vai pitäiskö viel yrittää pelaa futista. -- Sit tollast jatku just pari vuotta, et mä tein niinku molempii. -- Se oli se mun duuni, et mä tein YouTube-videoita ja pelasin futista.” -Valtteri

”Ehkä B-junnuihin asti oli suht vakavasti vielä semmonen ajatus, et mä haluisin ammattilaispelaajaks. -- Mä jäin muistaakseni ensimmäisen A-junnukauden jälkee pois joukkueesta. -- 1+1 mä osasin laskee, et jos mä pääsen tonne kolmos-nelosdivariin ryynäämään sitä futista, niin mä en saa pennin hyrrää siitä hommasta. Mut sit jos mä voin tehdä tätä, potkii palloa, tehä niit kikkoi mitä mä oon tykänny ja viel sillee vähä pönkitystä omalle egolle et jengi kattoo niit videoita! Ja siit jotai maksetaankin, ni täähän on ihan huippuhomma -- kyl mä sitä fudista siel divarissa pääsen pelaa, jos mä haluan.” -Ilari

Kyse oli siis tietystä mahdollisuuksien avautumisesta sopivaan aikaan. Toisaalta kilpaurheilun ei koettu tarjoavan tarpeeksi mielenkiintoisia 'pääomia' omaan elämään. Valinnat omaehtoisuudesta ja itse luomisesta osana kollektiivia toimimisen sijaan ovat molemmat tunnistettuja aiemmassa tutkimuksessa nuorisokulttuurisesta liikunnasta. Toisaalta voi sanoa, että tässä kyseisiä valintoja eivät ohjanneet niinkään tiettyyn vaihtoehtolajikulttuuriin kiinnittyminen, vaan pikemminkin ympäristön tarjoamat keinot, erityisesti kuvausteknologia.

Kevyenä hypoteesina tutkimukselle oli, että etenkin freestylejalkapallopiireissä huipputaso jalkapallo julkisuusmarkkinallisena tuotteena olisi saatettu käsittää jotenkin moraalisesti turmeltuneena, ja että oma elämäntapaurheilullisista lähtökohdista peräisin oleva toimeliaisuus freestylen parissa olisi tietyllä tapaa 'rehellisempää'. Toisaalta pidin mahdollisena, että

jalkapalloharrastus olisi saatettu jopa lopettaa kilpailullisuuden vierastamisen vuoksi. Tällaisia mielipiteitä ei kuitenkaan kovin jyrkissä muodoissa esiintynyt, vaikkakin todettiin, että freestylejalkapallossa on haluttu etenkin aiemmin pitää selvä hajurako jalkapalloon. Tämä on kuitenkin häivyttynyt osittain olosuhteiden pakosta, sillä freestylejalkapallo hyötyy maailman suosituimman pallopelin tarjoamista kaupallisista mahdollisuuksista niin merkittävästi. Täysin jalkapallomaailman sateenvarjon alle ei kuitenkaan olla hakeutumassa.

”Ollu aika ajankohtanen aihe, et tykätäänkö siitä et freestylefutis yhistetään jalkapalloon niin vahvasti, vai pitäiskö ne eritellä ihan täysin. Mut mä oon henkilökohtasesti sitä mieltä, et ilman futista meillä ei ois niin paljoo mahollisuuksia. -- Vaikken mä ite seuraa futista, niin se on avannu mulle tosi paljon ovia.” -Emmi

Videotuotantoon keskittyville yrittäjyysurheilijoille moraalinen katsantokanta huippufutikseen oli vielä vaikeampi teema ottaa kantaa kuin freestyleille. Tämä ei johdu eturivin jalkapallotähtien kanssa tehdyistä promootiovideoista tai mainoskampanjoista, vaan pikemminkin siitä, ettei asialla ole sinänsä vaivattu päätä, koska oma toimeliaisuus perustuu omaan yritteliäisyyteen ja verkostoon, ei niinkään jalkapalloilevaan maailmaan sinänsä. Lassi kuvaili omaa suhtautumistaan julkisuusmarkkinallisen jalkapallon moraalidilemmoihin:

”Mä oon aina ite kokenu, et on tiettyjä asioita mihin ei voi tietenkään vaikuttaa, eikä ne kosketa niin sanotusti itseään. -- Skandaalit on osa sitä viihde-elämystä, mikä siitä tulee koko ajan siitä jalkapallosta -- kyllä se vaan niin suuri valta-asema futiksella on tässä maailmassa että... Pitää vaa yrittää nauttii siit lajista.” -Lassi

6.2.3 Epävarmuuden hyväksyminen

Tietynlainen seikkailunhalu ja kyky riskinottamiseen omalla polulla oli informanteille ominaista aina nuoresta iästä alkaen. Etenkin varsinaisen freestylejalkapallon sijasta videotuotantoon keskittyneillä Iilarilla, Lassilla ja Valtterilla oma ura luovana yrittäjyysurheilijana on hyvin varhaisesta vaiheesta asti näyttäytynyt kunnianhimoiselta ja tavoittelemisenarvoiselta, huolimatta alan pirstaloituneisuudesta. Itse asiassa useimmalle heistä oma ammatti ja teollisuudenala oli vaikea ylipäättään nimetä; tämä 'tehtävä' saatettiin kokea

jopa huvittavana. Joka tapauksessa omaa verkostoa on lähdetty rakentamaan rohkeasti, pelkäämättä ja omatoimisesti, jotta pääsisi tekemään työkseen sitä, mistä eniten nauttii.

”Ku mä olin joku kakskyt, nii tämmönen Unisport Tanskasta lähetti mulle ihan kylmiltää semmosen mailin et ‘moro me nähtiin jotain sun videoita et haluisiks muuttaa tänne, tekee jotai videoita tääl Tanskas’. -- Se oli niinku semmonen iso, et en mä tuntenu täält ketää ja ... Vähä niinku hyppäs semmosee et kokeillaa nyt jotai -- kyl mä sanoisin, et heti sen futisammattilaisuuden jälkeen, ni kyl tää ois se siistein juttu mitä pääsee tekee.” -Valtteri

Haastatteluissa kävi myös selväksi epävarmuustekijöiden aiheuttama stressi – olennainen osa luovien alojen yrittäjyyden, ja yrittäjyyden yleensä, mielenmaisemaa. Kyseessä on tietynlainen unelma-ammatin varjopuoli: vapaus tuo myös vastuuta ja yhdistettynä tämän joukon monissa määrin perfektionistisiin luonteenpiirteisiin, on luomisen tuska toisinaan todellista. Tässä on mielenkiintoinen paradoksi kontrollipremissin, eli kyvyn ja halun hallita omaa elämäänsä ja uraansa, kanssa, sillä ala on sellainen, jossa jatkuvaan muutokseen on totuttava.

”Helpommallakin ois voinu elämässä päästä, ku näillä kikkojen tekemisellä. Mut aina on halunnu sitä, että teen tätä juttua mikä mulla on, että siitä vois jonkinlaista tuloakin saada. Ja pyrkiny kaikkien kanssa, että kyllä me jokin yhteistyömalli löydetään. -- Täs on oppinu sen, että asioilla on tapana järjestyä, että niitä on kymmenen vuotta tehty noita hommia, että kyllä niitä tullaan vielä tekemään. -- On vaan hyväksyny sen, että ei tässä oikee tiedäkään mitä tulee vastaan.” -Lassi

”Se tulee sillo, ku sä stoppaat hetkeks. Mäki lähen johki lomalle ja sit siel vähän mietiskelee ja sit ku tulee bäkkii ni ei saatana, se on... -- Sit ku on nää yhteistyökeissit ja kaikki... Välil sitä on niinku tosi stresseis. -- Tavallaan kaiken pystyis tekee tosi paljon helpommin ja pystyis tyytyy, et okei tää on ihan hyvä, et mennään seuraavaan juttuun. Mut oon ehkä luonteeltani vähän semmonen, että en päästä itteenikään helpolla.” -Ilari

Myös puhtaammin freestyle-jalkapalloon keskittyvillä haastatelluilla on samanlaisia näkemyksiä omasta luonteestaan, identiteetistään ja niiden yhteyksistä juuri freestylen kautta avautuviin mahdollisuuksiin. Haastatelluista Roni ei työskennellyt freestylen parissa, vaikka olikin yrittäjä luovalla alalla, tarkemmin videomarkkinoinnissa. Toisaalta hän oli itse sitä

mieltä, että olisi tuskin koskaan ajautunut alalleen ilman freestylen parissa tehtyjä videoita, lyhytelokuvia ja niistä mukaan tarttuneita oppeja. Eräänlainen vaihtokauppa vakiotyön tuomasta varmuudesta ja oman unelman jahtaamisen myötä hyväksyttävästä työympäristön epävakaudesta kävi selvästi ilmi myös freestylereilla:

”Jos mä haluaisin vaa tiätsä rahaa, ni mä tekisin ihan varmasti jotain muuta. -- Mä oon äärimmäisen ylpee siitä, että hyvin usein mun duuni ei edes tunnu duunilta. -- Tää on se mitä mä haluan tehdä, et mä oon jo siinä ns unelmaduunissa. -- Välil se menee sillee, et jos mä tekisin jotai verokorttihommii ni tääl olis tulot <näyttää ylös> ja toisaalt vapaa-aika menis näi <näyttää alas>.” -Pege

”Arvostan sitä, että se työ mitä tekee, mitä ikinä se onkaan, niin on merkityksellistä ja sillee. En oo ehkä semmonen tyyppi, joka tekis työtä vaan sen työn takii ja saa vähä niinku vaa rahaa et sen takii pitää käydä töissä, vaan haluan et se on just oikeesti sitä työtä, mitä haluu tehdä. -- Tykkään siitä, että on vähän riskii myös mukana.” -Roni

Jossain määrin oma lukunsa oli Emmin työ haastatteluhetkellä ympäri maailmaa kiertävässä kuuluisassa sirkuksessa, Cirque du Soleilissa:

”Mä oon aina aatellu et työn pitää olla tosi mielekästä. -- Mä haluan tehdä töitä sen eteen, et mä oon duunissa mikä ei tunnu duunilta! -- Meillä vaihtuu paikka aina kahen kuukauden välein, ja sit ku rakastaa nähä eri ihmisiä, eri kulttuureita -- mä uskon, et semmoselle ihmiselle tää sopii, ketkä haluu oikeesti nähä maailmaa ja tykkää esiintyy. Mut sit pitää myöskin pystyy tulla toimeen sen faktan kaa, et sä et nää sun läheisii.” -Emmi

6.3 (Laji)kulttuurinen merkityksenanto: Urheilun ja taiteen vuoropuhelu

Seuraavaan yläteemaan sisältyvät alateemat *Luovuus ja taiteellisuus, Autenttisuus ja vapaus, Ristiriitaista kilpailullisuutta* sekä *Yhteisöllisyys*. Kaikki alateemat keskittyvät urheilun ja taiteen vuoropuheluun, mikä on aikaisemmassa vaihtoehtolajitutkimuksessa jo havaittu teema. Käsitukset siitä, mikä koetaan arvostetuimmaksi, riippuu siitä, kuinka suuret varannot

alakulttuurista pääomaa harrastaja on ehtinyt keräämään. Tämä näkyy esimerkiksi siinä, kuinka pitkäaikaisimmat harrastajat toimivat tärkeissä kilpailuissa tuomareina.

6.3.1 Luovuus ja taiteellisuus

Sekä video- ja lyhytelokuvatuotannossa että freestylejalkapallon lajikulttuurissa luovuus, taiteellisuus ja itseilmaisuus muodostavat perustan toiminnalle. Tämä havainnollistuu uusien ideoiden, projektien ja yhteistöiden pohtimisessa, suunnittelussa ja toteuttamisessa. Uutta on keksittävä jatkuvasti, sillä kaupallinen kiinnostus täytyy pitää yllä sekä sponsoreiden että katsojien kiinnittämiseksi. Freestylejalkapallossa enemmän kiinni olevat Emmi, Pege ja Roni korostivat luovuuden suhteen etenkin sitä, kuinka lajissa kaikista tärkeimpänä lähtökohtana on luovuuden pohjalta tapahtuva itseilmaisuus. Palkitsevimpia hetkiä ovat uusien temppujen ja liikesarjojen eli 'kombojen' harjoittelu, tai mikä parhainta, niiden itse keksiminen ja onnistunut kokeileminen videoilla, esityksissä ja kilpailuissa. Luovuus käsitteenä kiinnittyy freestylen lajikulttuurissa eniten juuri lajin teknillisiin ulottuvuuksiin ja uuden keksimiseen, vaikka videoita ja lyhytelokuvia toteutettaessa käytetäänkin useita tehokeinoja taiteellisten aspektien korostamiseen. Tällaiset kulttuurisen merkityksenannon ulottuvuudet ovat tuttuja aiemmasta vaihtoehtolajien tutkimuksesta.

"Freestylefutiksessa on pohjimmiltaan kyse niistä jalkapallotempuista ja itsensäilmaisusta -- tavallaan se jo käsitteenä ni vähän antaa sitä, että et jos sä ilmaiset itseäsi ni et sä sit tavallaan ilmaise itsellesi, vaan muille! -- Mitä kaikkee erilaista porukka pystyy keksimään, mitä kaikkee erilaista ne pystyy luomaan tavallaan tyhjästä, mitä ne pystyy sen pallon kaa tekee mitä kukaan muu ei oo koskaan ennen tehny." -Pege

"Rakastan sitä fiilistä, et jos on joku idea mielessä, sä näät sen sun pään sisällä ja sä pystyt toteuttamaan sen ni se on paras fiilis ikinä -- kun on tuol bakkärillä treenannu jotain temppua ja vihdoon uskaltaa kokeilla sitä lavalla, ja sit jos se menee... Niin se fiilis on ihan tosi hyvä ja varsinkin, jos näkee et ihmiset tykkäs siitä ja tälle. -- Se on ehkä itelle freestylefutiksessa tärkeintä, se et 'vau miten toi keksi ton', vaik se ei ois ees vaikee juttu." -Emmi

Woermann (2012) kuvailee osuvasti kameran merkitystä freeskiereille samaksi kuin mikä peilillä on balettianssijoille. Tämän voisi kuvitella pätevän freestylejalkapallossakin, sillä onhan liikkuvuuden ja sulavuuden muodostama tekniikka se, mitä mitataan. Myös kilpailusuorituksissa on kyse lajitekniikan, musiikin ja kehonkielen yhteistoiminnasta.

”Sä et voi mitenkään olla maailman paras freestylefutaaja, jos sun peli on taiteellisesta näkökulmasta sellasta tyhjää tai mitäänsanomatonta. Et sil taiteellisuudel on siel urheilupuolellaki äärimmäisen iso osa.” -Pege

Roni kuvaili freestyle-kulttuurissa ansiokkaina pidettyjä videoita ja lyhytelokuvia verraten niitä skeittauselokuvien mielenmaisemaan. Havainnollistavaa oli eroavaisuuksien kuvailu sen suhteen, mikä on videon kohdeyleisö – eli onko tarkoituksena tehdä elokuvaa lajikulttuurin sisälle vai levittää sitä muuallakin sosiaalisessa mediassa tai kaupallisissa kanavissa.

”Se on siisti juttu et siin on joku tarina taustalla, tai et se on kuvattu tosi laadukkaasti -- vaihellaan kuvakulmaa, ettei kaikki oo kuvattu samal taval samast tasosta. Sit vaihella sitä, että missä niitä temppui tehää -- musiikilla on tosi iso merkitys, miten se on rytmitetty se video, että onko siinä jotai tosi pitkii temppusarjoj paljon, vai onks siin lyhyempi -- sitte siin voi olla jotai karnevaalisuutta, mikä tekee videosta siistin.” -Roni

Teknisesti vaikeimpia suorituksia kuvataan ennen kaikkea harrastajapiirien omaan käyttöön. Langen (2007, Turtiaisen 2011 mukaan) käsite mediapiiri tarkoittaa teknologiavälitteistä vuorovaikutusta tietyssä yhteisössä sosiaalisen kanssakäymisen sijaan. Edellytyksenä on, että koko yhteisö osaa tulkita videoista ja kuvista olennaisia symboleita ja muuta kulttuurista sisältöä (emt). Kuten Turtiainen (2011) toteaa, etenkin urheilun voi käsittää osa-alueena, jossa tällainen kulttuurinen tietoisuus korostuu.

”Niit vaikeimpii juttuja tehää just ite lajin edustajille. -- Siin on tosi paljon se, et mitä oppii ymmärtämään vaik jonkun musikaalisuuden suhteen, sit vast ku on enemmän perehtyny siihen <lajiin>.” -Roni

Enemmän freestylen ulkopuolella toimivilla yrittäjyysurheilijoilla voi sanoa olevan luovuuden suhteen vielä vapaammat kädet, lajitekniisten taitojen ollessa hieman pienemmässä roolissa

kuvauksellisten ja tarinankerronnallisten seikkojen kustannuksella. Toisin sanoen freestylevideoissa editointiin ja muuhun visuaalisuuteen ei välttämättä tarvitse nähdä niin paljoa vaivaa, jos temput itsessään ovat vaikeita tai luovia. Sen sijaan lajipiirien ulkopuolelle suunnatuissa videoissa on kuvauksellisilla ulottuvuuksilla ja itse henkilön persoonalla tärkeämpi rooli, jotta katsojien kiinnostus säilyisi yhä uudelleen. Videoprojekteihin keskittyvistä varsinkin Valtteri ja Lassi olivat tarkoituksella ajautuneet pois freestylen ja toisinaan jopa jalkapallon kontekstista ja kokeilleet uutta.

”Sekin oli yks syy, miks me aikoinaan päätettiin et pitäiskö meidän tehä meidän oma duuni, et vaik oli siisti tehä niit futisjuttui, ni sit me haluttiin tehä viel jotai... -- Mikä ei millää tapaa liity futikseen. -- Me reissattiin tosi paljon ja hengailtiin kaiken maailman pelaajien kaa mut sekin sit, niinkin oudolta ku se kuulostaa, se muuttu vähä tylsäks sit. -- Jos pystyy tekee viihdyttävän jutun päivästä ja viikost toiseen, ni siinä niinku... Ei oo mitää muita sääntöjä. Ja mun mielest ihan yks lysti se nykyään on, että miten sä sen teet.” -Valtteri

”Pyrkiny aina siihen, että tekis luovaa työtä, että tekis jotai uutta. -- Sehän on itsensä ilmaisemista ja itsensä toteuttamista. -- Ehkä pitää olla otettu siitä, että esimerkiksi noissa tv-jutuissa on täysin itse saanu käsikirjotuksia soveltaa ja kuvauksissa niinku keksiä ja olla luova.” -Lassi

6.3.2 Autenttisuus ja vapaus

Autenttisuudella tarkoitetaan jotakin aitoa, perinteistä ja vanhoista raameista vapaata toimintaa – siis itse toimintaa ilman ulkoisia tai historiallisia vaikutteita tai tarkoitusperiä. Vapaus taas on tietyllä tapaa esioletus autenttisuuteen pyrkivälle toiminnalle. Toisaalta vapaus valita on freestylessä usein johtanut juuri videoihin panostamiseen varsinaisen lajikulttuurin sisällä toimimisen sijaan. Luoville yrittäjyysurheilijoille vapaus tarkoittaa luomisen vapautta, mutta myös elämäntapaan liittyvää vapautta omista menemisistä, tulemisista ja toimintansa toteuttamistavoista.

”Mä oon aina ollu vähä semmone katotaan mitä tulee -tyyppi. Et mä en oo hirveen semmonen et okei tehään tätä ja sit tätä. -- Tää ammatti hyvällä tuurilla tai parhaas tapaukses saattaa

just antaa tosi vaihtelevan duunin. -- Mä veikkaisin, et joka päätyy tämmöselle luovalle alalle, niin ne on vähän tämmösiä taitelijatyyppejä -- on paljon just sellasia luovia, seikkailijahaluisia tyyppejä. -- Joskus me kuvataan vielä keskiyölläkin jotain, et tää ei oo missää tapaukses sellanen yheksästä viiteen duuni.” -Valtteri

”Ei oo semmosia aikataului. En mä nyt sillee kokenu et se ois mulle mikään ongelma ollu ikinä... -- Ei ollu aina illal niitä treenei, et sit jos on jotai muut hommaa, edittiä tai jotai, ni sit pysty tekee. Fiilistelin sitä tosi paljon. -- Nyt ku mut laitettais jokin kunnon nine-to-five-hommaan, ni kyl siin pää ois hetken et niinku mitä!” -Ilari

Freestylejalkapallossa autenttisuus itsessään on eräänlainen ihanne. Siihen voidaan liittää lajin katumaisen urbaani luonne ja perinteet, mutta myös juuri vapaus. Harrastajat ovat vapaita olemaan omia itsejään, vapaita yhdistelemään uusia ja vanhoja temppuja, vapaita harjoittelemaan missä ympäristössä keksivätkään, sekä vapaita panostamaan toiminnassaan mihin haluavat eli valitsemaan omat polkunsu. Toisaalta vapaudella voidaan jäljitellä myös vaihtoehtolajikulttuureihin yleensäkin kuuluvaa rentouden ideaalia. Kun ilmapiiri on jokaiselle yhtä avoin, on yhteisö jännitteistä vapaa, eikä freestylerin tarvitse tuntea sananmukaisesti sen kummempaa jännitystä.

Esimerkiksi freeskiing- ja lumilautailukulttuurissa urheilulliset ja elokuvalliset tavoitteet yhdistyvät yhdeksi projektiksi. Videoissa ei kuvata ainoastaan laskemista, vaan matkustamista, sopivien laskupaikkojen etsimistä, esteiden rakentamista, oikean sään odottamista, materiaalien kokoamista ja niin edelleen. (Ojala 2015; Woermann 2012.) Sama pätee freestylejalkapalloon: lyhytelokuvat ovat oiva tapa ilmaista vapautta ja yhteisöllisyyttä.

”Niis halus tuoda just sitä freestylen kulttuuria esiin, ja sitä semmosta omaleimasuutta ja luovuutta -- sitä autenttisuutta, mikä siihen liittyy -- yritin tuoda paljo sitä esiin, miten siel vapaa-ajalla hengailaan ja tehään niit temppui ihan omaks ilokseen. -- Ehkä vapaus on yks semmonen <arvo> selkeesti minkä vois nostaa esiin, mikä nyt on siinä nimessäkin. Se että tehää just sitä mitä halutaan, eikä niinkään seurata semmosia jotai vanhoi sääntöjä.” -Roni

”Kun olin Euroopassa kiertelee -- Serbiassa parin freestylefutis-kaverin kaa katuesiintyy, ni eihän me siinä vertailla yhtään, et kuka on paras jne. Meil on vaan se oma juttu, mitä me

tehään ja ihmiset nautti siitä. Se on parasta tavallaan siinä freestylefutiksessa, et näkee mite me voidaan yhdessä nauttii siitä mitä tehään, ja voidaan samalla antaa muillekin tavallaan viihdettä siitä.” -Emmi

Etenkin skeittauskulttuurissa autenttisuus liitetään usein vastakulttuurisuuteen ja katuuskottavuuden kaltaisiin rosoisiin ideaaleihin. Myös freestylejalkapallosuorituksia kuvataan usein urbaaneissa ympäristöissä, etenkin jos tarkoituksena on panostaa visuaalisuuteen ja näyttävyyteen vaikkapa lyhytelokuvassa. Toisaalta suorituspaikoilla oli haastattelujen perusteella vähemmän merkitystä, mitä tutkijan ennakko-oletuksissa. Kyse on enemmänkin tyyliseikoista kuin varhaisen skeittikulttuurin tapaisesta kaupunkitilan omistamisen halusta. Suhteessa alakulttuuriseen pääomaan freestylejalkapallokulttuurissa tekninen osaaminen ja yksilöllinen tyyli vaikuttaisi näyttävämpänä lähteenä kuvauksellisten ympäristöjen sijaan. Tässä on ero skeittaukseen ja lumilautailuun. Roni tosin huomautti osuvasti, että tämä voi johtua yksinkertaisesti siitä, että freestylejalkapalloa voi oikeasti tehdä missä vain – erona skeittaukseen ja lumilautailuun.

”Jotenki se tavallaan antaa semmost miellyttävyyden tunnetta olla jossain siistis paikas, mis tavallaan kaikki tuntuu olevan kohdallaan sen treenaamisen suhteen. Sit taas, jos sä haluat tehdä vähä sellast old school -videoo, et sä mietit ne temput, ja ne paikat, niin ne taas sit tavallaan kulminoituu siihen, et milt se video näyttää. -- Must tuntuu, et jotkut pääsee vaa niin sanotusti paremmin zoneen tietys paikas, tietys tunnelmas.” -Pege

”Kyl multa ainaki henkilökohtasesti se vie tiettyy hohdokkuutta pois, jos on liikaa jossai futiskentäl tehty temppei, koska se on siistii jos siin erottuu se, että kysees on kuitenkin urbaani laji. -- Skeitissä se ympäristö liittyy siihen niin tarkasti et mitä vaik temppei tehää, et pitää löytää oikeesti siistei spottei -- mut sit freestylefutikses sil ei oo nii välii et missä sitä tekee. Mut sen videon kannalta yleisesti se on vaa kivempaa, jos se ei oo kaikki siinä ihan samassa paikassa koko ajan.” -Roni

6.3.3 Ristiriitaista kilpailullisuutta

Kilpailu on erottamaton osa urheilua ja sen määritelmää, eikä urheilua voi olla ilman kilpailua. Urheilussa paremmuus ja kilpailu tarkoittavat laskettavia ja toisiinsa osanottajiin verrattavia sekunteja, desimaaleja, pisteitä, maaleja ja pituuksia. Perinteisen urheilukilpailun lopuksi osallistujat asetetaan paremmuusjärjestykseen, ja syntyy voittajia ja häviäjiä.

Pelin, leikin, urheilun ja liikunnan käsitteet sisältävät jo ennako-oletuksena tiettyä ristiriitaisuutta, vaikkei tätä arkikielessä välttämättä aina nähdäkään. Kun leikki muuttuu peliksi ja liikunta urheiluksi, poistuu toiminnasta tietynlaista omaehtoisuutta ja itseisarvoisuutta. Tapahtumien kulkua kontrolloivat säännöt ja tavoitteet. (Turtiainen 2012, 33.) Niin freestylejalkapallo lajina kuin jalkapallovideotuotannotkin ovat hankalasti arvioitavissa keskinäisen paremmuuden tai kilpailullisuuden linssin läpi. Tämä on enemmänkin sääntö kuin poikkeus vaihtoehtolajitutkimuksessa (esim. Ojala 2015, 24). Kysymys kilpailullisuudesta linkittyi haastatteluissa hyvin vahvasti kysymykseen urheilun ja taiteen välisestä 'kamppailusta' videoalalla sekä siihen, identifioidaanko haastateltava itsensä ensisijaisesti urheilijaksi vai taiteilijaksi. Tähän käytännössä kukaan ei osannut valita toista mainitsematta toista – tosin suora vastaus ei ollut kysymyksen tarkoituksenaan. Valtterin vastaus tiivistä tämän dilemman oikeastaan kaikkien muidenkin osalta:

"Mä oon enemmän kallistunu vähä sellaseen taiteilijaan tottakai nykyään, ku urheilija... Mut kyl sit urheilun pohjalta on tottakai syntyny kaikki täs munkin uralla. -- Kyl mä sanoisin, et se taide on melkein tärkeempi ku se itse urheilu. Mutta voi olla myös paljon vähemmän taiteellinen, jos on sit urheilullisesti tosi huippu." -Valtteri

Lumilautailun luovat yrittäjyysurheilijat mittaavat keskinäistä paremmuutta videotuotantojen kaupallisen ja sosiaalisen suosion kautta perinteisten kilpailemisen mittareiden sijaan (Ojala 2015, 39–40). Tämä määritelmä täyttyy jossain määrin myös jalkapallon kontekstissa. Toisaalta erotuksena Ojalan teoretisointeihin lajitekniisten suoritusten kilpailullisuus näyttäytyy toissijaisena sitä useammin, mitä enemmän toiminta on freestylejalkapallokulttuurin ulkopuolella tapahtuvaa. Keinot menestymiseen omassa toiminnassa nivoutuivat kiinteästi osaksi brändäystä, kumppanuuksien etsimistä ja verkostojen rakentamista. Koska toiminta on sananmukaisesti yrittäjämäistä, eivät toimijat mielellään aseta toisiaan

paremmuusjärjestykseen. Oma tuote on tärkein asia, ja sitä kehitetään ennen kaikkea yhteistyön eikä kilpailun keinoin.

”Itselle ainakaan kilpailua ei oo ollu minkäänlaista. Pitää ymmärtää se, että ne katsojat ei oo toiselta pois. Et jos jollain on seuraajia ja jos jollain on katselijoita, jos sä teet jonku yhteistyön, ni se on molemmille hyvää sisältöä ja se on lisää seuraajia itse kullekin.” -Lassi

Toisten tuotoksien onnistuneisuutta tai laadukkuutta voidaan kuitenkin jossain määrin arvioida, vaikka tässäkin on pohdittava ensimmäisenä näkökulma arvostelulle. Kollegan ja ’ulkopuolisen’ katsojan silmissä eri suoritukset painottuvat eri tavoin.

”Tottakai leikkauksel, editoinnil, pystyy ehkä saamaan jotain laatua. -- Jos sä vedät huikeen volleyn tai teet jonkun sairaan tempun, ni sekin saattaa nostaa sitä laadukkuutta, ku se itse se suoritus on hankalampi. Joku huikee musa taustal et se on sil taval viihdyttävä. -- Ja jos sä kuvaat Eiffel-tornin edessä, ni näyttää vähä ehk makeemmalt ja mielenkiintoisemmalt ku jossai takapihalla Joensuussa. -- Parashan on aina semmone vähä subjektiivinen näkökulma, et mikä on nyt hyvä, et onks Ferrari parempi ku Bentley.” -Valteri

Kysymys paremmuudesta palautui takaisin kysymykseen viihdyttävyydestä. Jos oman tuotteen tarkoituksena ei ole puhutella freestylejalkapallopiirejä tekemällä teknisesti haastavia suorituksia, on videoissa tärkeintä se, että ne ovat viihdyttäviä – siis se, että niitä katsotaan myös lajipiirien ulkopuolella. Lisäksi katsojamäärät ovat numeraalisia, joten niiden perusteella toimijoita voidaan toki asettaa jonkinlaiseen järjestykseen.

”YouTubessa, eikä varmaa futikseskaan, tietenkään se taitavin aina oo paras pelaaja. -- Fakta on aina se et niin kauan, ku jengi kattoo paljon sun videoita, niin sillon sä oot hyvä myös. -- Aina on se yks, joka sanoo, et no täst mun videost saa tämmöst ja tämmöst, vittu jos sitä ei kukaan, anteeks, jos ei sitä kukaan kato, niin...” -Ilari

Freestylereilla sen sijaan suhde kilpailullisuuteen oli selkeämpi. Toisaalta koko kysymys keskinäisestä paremmuudesta jo itsessään olennaisempi, sillä freestylejalkapallo on urheilulaji ja kilpailullista toimintaa, jossa urheilijoita pyritään asettamaan paremmuusjärjestykseen. Perinteisin numeraalisin mittarein freestylejalkapalloa ei kuitenkaan voida arvioida, vaan

kilpailuiden asiantuntevat tuomarit arvostelevat esityksiä puhtaasti tyylipistein. Tämä on harvalle harrastajalle ongelma, sillä lajikulttuurin perimmäinen luonne nojaa muuhun kuin toisia vastaan kilpailemiseen. Sekä jalkapallovideoissa että freestylejalkapallokilpailuissa kauneus on sanonnan mukaisesti katsojan silmissä.

”Mä koen ite nää freestylekilpailut nimenomaan urheilukilpailuina. Mutta vähä niinku taitoluistelus, nii sul on mukana siinä koreografiaa ja elementtei, jotka tulee sielt taiteellisesta sielunmaisemasta mukaan siihen urheilusuoritukseen. -- Useat välttää sitä kilpailuu siitä syystä, et taiteellisuuden osuus siin kilpailussa on heidän mielestään liian pieni ja sitä taiteellisuutta rajoitetaan niil kilpailun säännöillä.” - Pege

”Siinä <urheilussa> tavoitteena on, että voidaan laittaa joku paremmuusjärjestykseen, mut taitees on vähä kliseisesti sillee aina vähä katsojan silmässä et kuka täs nyt oli paras.” -Roni Juuri urheilun ja taiteen aiheuttaman ristipaineen takia kisatuomareiden rooli lajikulttuurissa herättää vilkasta keskustelua. Tämä on ymmärrettävää, sillä vaikka harrastajan henkilökohtaiset ambitiot olisivatkin muualla kuin kilpailujen voittamisessa, kuten haastatteluaineiston perusteella usein ovat, niin kilpailut ovat kuitenkin aina kilpailuja, eikä kukaan halua lavalle mennessään hävitä. Tuomareiden vaikea asema ja henkilökohtaiset mieltymykset ovat usein herättäneet kilpailutapahtumien jälkimainingeissa jopa turhautumista.

”Miten esimerkiksi yhen freestyle-ottelun voittaja valitaan, ni se riippuu ihan niist tuomareist ja sitä hierotaan joka vuos, et se ois mahdollisimman oikeudenmukanen -- mutta kuitenkin aina se niinku, ‘it always gets down to the judges’ -- henkilökohtasel tasol koen, et se kollegoilta saama arvostus ja hyväksyntä on tärkeempää ku se mite hyvä sä oot kilpailuis.” -Pege

”Sitä pohditaan edelleen, että miten tätä hommaa kannattais tuomaroida et saatais tavallaan se oikea tulos. -- Joistakin asioista on erimielisyyksiä, vaikka et oliko tää temppu nyt puhas ja niin pois päin.” -Emmi

Freestylejalkapalloilijoista Emmi oli tähdännyt lajissa hyvin nopeasti kilpailulliseen menestymiseen. Tämä kuitenkin osoittautui hänen silmissään epämiellyttäväksi poluksi, mikä johti jopa lyhyeen taukoon koko lajista:

”Itelle se on vaa sitä, että ton pallon kans tekee semmosii juttui, millä pystyy ilmasee itteesä.

Ni nyt tavallaan rupes pakottaa ittesä siihe, et pitää tehdä näitä ja näitä et näillä pärjää kisoissa. Ja sit mä vaa vähä niinku hukkasin itteni jokskin aikaa. -- Tottakai mä haluan myös kisata tulevaisuudessa. Mut en sillee kisallisesti haluu enää ikinä asettaa itelleni semmosta tavoitetta, et nyt mun pitää voittaa tähän mennessä tämä kisa ja tälle.” -Emmi

Myös Ronin ja Pegen jakama näkemys on, että kilpailumenestyksen perään lähteminen ajaa helposti sellaisten temppujen ja koreografioiden harjoitteluun, joilla uskoo pärjäävänsä kilpailuissa, mutta joiden tekemisestä ei varsinaisesti nauti. Tämä johtuu lajikulttuurille olennaisen luovuuden ideaalin hylkäämisestä.

”Se on mun mielest myös tosi vaikeeta vetää eroi sen suhtee, et kuka nyt tekee jonkun tempun, et mikä on vaikeempaa ku joku juttu. Ja en ees haluis et se välttämättä menee siihe suuntaan, koska sit siit tulee liian semmost et se on rajotettua, et niit tiettyi juttui pitää vaa harjotella. --

Mulla on ollu aina se just se luovuus siin taustalla ja semmonen... Oon osallistunu myös kilpailuihin mut se ei ollu ikinä se mun pääjuttu, ja en oo nauttinu siitä niin paljoo.” -Roni

Toisaalta kilpailumenestyksen perässä ahkerammin olevia freestylejalkapalloilijoita ei välttämättä voi määrittellä sen enempää tavoiteorientoituneemmiksi kuin muitakaan harrastajia. Osalle kilpailulava vain näyttäytyy paikkana, jossa parhaiten voi näyttää omaa kehitystään ja osaamistaan. Heillekään voittaminen ei välttämättä ole tärkeintä, vaan esiintyminen liveyleisölle. On muistettava sekin, että freestylejalkapallon kilpailutapahtumat eivät ulospäin vaikuta kovinkaan perinteisiltä urheilutapahtumilta livemusiikkineen ja värikkäine harrastajajoukkoineen. Kilpailut ovat usein sosiaalisia kokoontumisia, joissa tärkeintä ei ole menestyminen. Kilpailullisuutta ei kuitenkaan pyritä freestylejalkapallossa hylkäämään, vaan sen käsitettä muokataan uudelleen. Myös kilpailumenestys ja symbolisen pääoman muodot, kuten tunnustukset ja palkinnot, saattavat kasvattaa myös alakulttuurisen pääoman määrää. Freestylejalkapallon nuorena kertomuksessa tai 'doxassa' ei kuitenkaan nähdä palkintojen ja maineen saavuttamista usein yhtä merkittävänä asiana kuin alakulttuurisen pääoman kartuttamista, itsensä voittamista ja sosiaalisen pääoman keräämistä.

”Toisilla on tosi kova kisadraivi, et ne haluu oikeesti kisata ja ne haluu pärjätä ja mun mielestä se on ihan fine, et se on niitten se ykkösjuttu. -- Se voi olla monille myös se tavallaan

tavote että ei välttämättä se et sä voitat, vaan se et sä pääset tuomaan ne omat temppus esiin siel lavalla. -- Itellä on ehkä just tärkeintä se, että pidetään hauskaa.” -Emmi

”Vähä yritetään ottaa urheilullista elementtiä et yritetään laittaa järjestyksee et tää oli ykkönen, tää kakkonen, tää kolmonen jossain kisassa, mut sit kuitenkin loppujenlopuks ne on aika mielipidekysymyksiä.” -Roni

Kuitenkin freestylerit nostivat painokkaasti esiin huomion, jonka mukaan kilpailutoimintaa ehdottomasti tarvitaan ja siihen tulee panostaa voimakkaasti, sillä kilpailutapahtumat toimivat lajin näyteikkunana sekä uusille harrastajille että sponsoreille. Lisäksi järjestelmällisempi kilpailupolitiikka on luonnollisesti olennainen osa vakavasti otettavampaa ja kypsempää laji-imagoa.

”Mun mielest se <kilpailullisuus> on tärkeetä sitä kautta, että kuitenkin niitte kisojen avulla pystyy saamaan lisää sen lajin kannalta, lisää seuraajia ja lisää katsojii ja sitä kautta kasvattaa sitä laji.” -Roni

”Nykyään todella paljon paremmuutta ja onnistumista mitataan kilpailumenestyksellä -- jos ajatellaan tota kilpailupolitiikkaa, niin siinä se <kilpailullisuus> on huippuoleellista. -- Et kaikki laitetaan paremmuusjärjestykseen ja se on viel oleellista, et tavallaan saadaan ne paikkansa ansainneet pelaajat oikeille paikoilleen.” -Pege

Siten kilpailuita ja kilpailullisuutta tarvitaan myös siihen, että maailman kärkinimet pääsevät urallaan eteenpäin, solmimaan uusia sponsorisopimuksia ja kumppanuuksia. Tässä tutkimuksessa ei ryhdytty selvittämään, johtuuko tämä pelkästään siitä, että freestylejalkapallossa ei pelkällä kilpailumenestyksellä voi täysammattilaisuutta saavuttaa. Toisin sanoen ei voida tietää, olisiko maailman parhailla freestylejalkapalloilijoilla ja koko lajikulttuurissa olemassa voimakkaampaa kilpailuviettä, mikäli arvokilpailujen voittajat voisivat täysammattilaistua pelkän urheilullisen menestyksen myötä, kuten vaikkapa lumilautailussa.

6.3.4 Yhteisöllisyys

Liikuntasosiologinen tutkimus on perinteisesti yhdistänyt nuorisokulttuuriin lajeihin esimerkiksi voimakkaan yhteisöllisyyden, harrastajien keskinäisen kunnioituksen ja vertaisarvioinnin tapaisia merkityssisältöjä. Freestylejalkapallo asettuu tässä katsantokannassa juuri tällaisten viitekehysten piiriin. Vaikka kilpailutapahtumat koetaankin lajin kannalta tärkeiksi, on freestylekulttuurin perimmäinen tarkoitus puskea toisia eteenpäin ja luoda uutta sekä olla osa yhteisöä sen sijaan, että kukin pyrkisi olemaan harrastajajoukosta paras. Yksilöllisen identiteetin rakentamistyö heijastuu lajiyhteisön yhteenkuuluvuuteen ja avoimuuteen.

”Se on loppujenlopuks aika kilpaileva yhteisö, mut silti, ku näkee ku porukka treenaa esimerkiksi nois kisois ja miiteissä keskenään, et miten paljon tää yhistäää kaikkii -- kunnioitus on heti sen <kilpailun> jälkee molemminpuolista, et se kunnioituksen määrä on tosi kiva tässä yhteisössä” -Emmi

Juuri kilpailutapahtumien ja 'miittien' rooli lajikulttuurisen yhteisöllisyyden rakentajana korostui haastatteluissa. 'Hengailu' ja yhteisöllisyyden tunne on isolle osalle harrastajajoukkoa tärkeintä jopa kilpailupyramidin huipulla. Pege kertoi Super Ball -tapahtumasta, eli avoimista maailmanmestaruuskilpailuista:

”Sinne tulee yli 400 tyyppiä, mut siit ehkä 250–300 kisaa. Eli sinne tulee neljäsosa jengii pelkästään hengaamaan -- ihan vaan sen takii, et ne halua olla mukana siinä uskomattomas yhteisöllisyyden tuntees.” -Pege

Toinen tähän läheisessä yhteydessä oleva ja nuorisokulttuuriin lajeihin usein yhdistetty teema liittyy toiminnan avoimuuteen. Erilaisista taustoista ja sosiaaliluokista tulevat harrastajat ovat yhtä tervetulleita lajiyhteisöön, olivat omat juuret tai henkilöhistoria millaiset hyvänsä. Tässäkin freestylejalkapallon lajiipiirit samaistuvat esimerkiksi skeittaajiin. Skeittikulttuuri mahdollistaa myös vaihtoehdoisen elämäntavan ja länsimaisen aikuisuuden uudelleenmäärittelyn (ks. Borden 2001).

”Jos se toinen kaveri on myös freestylefutaaja, ni mä pystyn lähestulkoon vannomaan, et meil klikkaa -- se laji yhdistää tosi paljon, ja viel tosi erilaisii tyyppi. -- Joka puolel maailmaa mä henkilökohtasesti tunnen tyypejä ja se on uskomattoman siistiä. Meil ei oo niinku mitää bisnestä keskenää, et meit ei yhdistä opiskelu, meit ei yhdistä duuni, vaa meit yhdistää nimenomaan tää laji.” -Pege

”Kun sulla on se pallo, niin pystyy jo heti keskustelee ja tulee toimeen, niin se on jo tosi kaunista.” -Emmi

Toisaalta yhteisöllisyyden pitäminen korkeassa arvossa on osaltaan johtanut mielenkiintoiseen vuoropuheluun kilpailullisuuden kanssa. Freestylejalkapalloilijoista kaikki eivät käy kilpailuissa lainkaan, mutta silti osaa tällaisista tapauksista saatetaan pitää maailman parhaimmistona. Kun osaamista ja kehitystä välitetään sosiaalisen median ja videojulkaisujen kautta, lajipiirin myöntämä status ohjaa käsityksiä paremmuudesta kilpailupolitiikan sijaan. Freestyleyhteisöllä on siten kilpailutuloksia korostuneempi rooli mielipiteiden ohjaajana. Nämä poikkeustapaukset ovat usein arvostettuja pitkän linjan lajiaktiiveja. Käsitän tämän alakulttuurisen pääoman itseisarvoisen merkityksen konkretisoitumiseksi.

”On sellasii kavereita, jotka ei aina osallistu kilpailuihin ja jotka kaikki tietää, et on aika jumalattoman hyvii -- sillen jos niilt kysytään heidän mielipidettä johonkin asiaan, niin sil on kyl todellakin painoarvo, just sen kollegoiden suoman arvostuksen takii. -- Se tekee mut todella onnelliseks, et sinne ei vaan oteta et okei toi kaveri voitti tänä vuonna tän ja tän kisan, me otetaan nyt se tähän luuppiin, päättää koko lajin maailmanlaajuisista asioista.” -Pege

Yhteisöllisyys tarkoittaa myös olemattomia raja-aitoja aloittelijoiden ja jopa ammattilaisstatukseen kiinni päässeiden kesken. On varsin tavallista, että Instagramissa satojen tuhansien seuraajien freestylerit kommentoivat kannustaen aloittelijoiden videoita. Tämä toimi usean haastatellun kohdalla voimakkaana motivaattorina lajikulttuuriin kiinnittymisessä. Toisaalta nähtäväksi jää, missä määrin tämänkaltainen todellisuus enää näyttäytyy, mikäli laji kasvaa tulevaisuudessa merkittävästi isommaksi.

”Aika harvassa lajissa voi vaan päättää, että meen tonne ja sitte pystyy tavata ne omat idolit ja maailman huiput ja jutella niitten kaa kaikista jutuista, ja ihan olla niinku kavereita ja sillee tasavertasii.” -Roni

Pege kertoi ensimmäisistä freestylejalkapallon SM-kisoistaan eli Red Bull Street Stylestä:

”Mä olin siis niin huono oikeesti! Mut se fiilis oli vaan jotenki niin siisti, siel oli kaikki Suomen parhaat freestylefutaajat, Red Bull oli tuonu musat, siel oli muistaakseni Vallu Popovich yks tuomareista ja sit joku lumilautastarba -- mä olin sillee et huhhuh täähän on ihan sairaan mageet.” -Pege

Videotyypeillä yhteisöllisyys kollegoiden tai freestylepiirien kesken ei näyttäytynyt yhtä vahvana. Tämä on luonnollista toiminnan erilaisen luonteen vuoksi. Omatoimiseen verkostojen rakentamiseen ja yrittäjyysmäisyyteen perustuvaa työilmapiiriä on vaikea verrata tietyn urheilulajin kontekstissa tapahtuvaan toimintaan, sillä kyse ei ole omasta lajikulttuuristaan ja sen ympärille rakentuvasta sosiaalisesta järjestelmästä. Jalkapallovideoihin keskittyvät ovatkin sidoksissa lähinnä omiin yhteistyöverkostoihinsa enemmän kuin freestyle- tai jalkapallopiireihin, vaikka heidän oma uransa onkin saattanut ponnistaa näistä lajiyhteisöistä. Yhteydenpito saattaa olla tiivistäkin, mikäli yrittäjyysurheilija on aiemmin tehnyt pitkän uran freestylerinä. Joka tapauksessa tällöinkin kyse on pikemminkin valinnasta olla osa lajiyhteisöä kuin siitä, että se olisi välttämätöntä menestyäkseen omassa ammatissa.

”On paljon sellast, et jengi tuntee toisiaan ja tsempataan ja ei oo mitää sellast niinku kilpailuu -- näis futisjutuis on paljo tämmösii tyyypei, ketkä on pitempään ollu mukana niis kuvioissa eli siinä on sellanen aika vankka pohja. -- Ihan hyvä yhteisö ja jos halua olla, niin voi olla tosi aktiivinen, et kyl jengi siel laittaa viestei toisilleen koko ajan.” -Valtteri

”Varmaan viittaat tähä freestylefutis-porukkaan -- en mä ihan hirveesti niis porukois oo hengailllu -- mut on samanhenkistä porukkaa ja siis siel niitten kaa on tosi sillee hyviikin frendejä.” -Ilari

Kuten aikaisemmin on jo kuvailtu, ovat teknologiset mahdollisuudet lisänneet kenen tahansa innokkaan nuoren mahdollisuuksia ryhtyä videoalalle urheilullisinkin sisällöin. Luonnollisesti

alan pioneerit ovat niitä, keiden kanssa mieluiten tehtäisiin näkyviä yhteistöitä. Ilari nosti aiheen esille todeten osin ymmärrettävästi, ettei halua olla kenen tahansa urakehitystä vauhdittamassa ihan vain silkasta auttamisen ilosta:

”Mä tiän et kui helvetisti mä oon ite tehny duunii sen eteen, et mä oon saanu ton tube-homman pyörii -- ni mä oon myös vähä itsekäs, et mä en sillee kovi helposti, pakosti lähe nostaa ketää muita ellen mä oikeesti halua -- koska en mäkää varsinaisesti oo keltää sitä jeesii saanu.” -Ilari

Tutkimuksessa ei suoranaisesti pyritty selvittämään, kuinka usein jalkapallovideoilla läpi lyönyt yrittäjyysurheilija on aiemmin tehnyt uraa freestylejalkapallossa, mutta haastattelut antavat ymmärtää, että näin on ollut hyvin usein niin Suomessa kuin ulkomaillakin. Joka tapauksessa vähäisempi yhteisöllisyyden rooli luovassa yrittäjyysurheilussa näyttäytyy täysin loogisena, sillä onhan kyse nimenomaan yrittäjyydestä ja yksilöistä, jotka ovat tehneet valinnan lähteä toteuttamaan omia projektejaan lajikulttuurin sisällä toimimisen sijaan.

Mielenkiintoinen dilemma on siinäkin, että vaikka freestylejalkapallon kulttuuri kiistatta on kaikille avoin ja vastaanottavainen, on se kuitenkin hyvin omintakeinen ja siksi ajan hermolla pysymisen suhteen hyvin vaativa. Kenties tässä mielessä alakulttuurissa ei voi lopulta olla kiinni vain puolittain; on oltava joko aktiivinen tai ei ollenkaan. Tämä näyttäisi pitävän paikkansa siitä huolimatta, että uuden alakulttuuritutkimuksen mukaan alakulttuurit ovat vähemmän pakottavia kuin aiemmin. Alakulttuuri ei edelleenkään ole kuin mikä tahansa muu kevytyhteisö.

”Suomessa on tosi hyvä meininki ja tälle, mut siis pieni skenehän se on maailmallakin -- se on enemmän ehkä jopa taidetta, se on semmost aika underground-hommaa -- ei ees sen takii, että se on skenenä pienempi, tottakai, kun normifutis, mut muutenki se on vähä... Et sä meet tonne johonki Stadin metrotunnelii -- siin haetaan vähä semmost rososuutta ja vähä semmost graffitien tuhrimaa meininkiä.” -Ilari

Liittyen juuri alakulttuurisuuden dilemmaan siitä, että osaksi yhteisöä pääsee helposti, mutta siinä saattaa olla vaikeaa pysyä omien kiinnostuksenkohteiden vetäessä muualle, on esiteltävä haastateltujen ajatuksia freestylen tulevaisuudesta. Onko lajin paikka mainituissa stadin

metrotunneleissa vai vaikkapa Olympiakomitean virallisen lajin statuksen saaneiden listalla? Usein tämä kysymys hahmotettiin ristiriidaksi tai valinnaksi juuri urheilullisuuden ja taiteellisuuden välillä. Kuten aiempikin sitaatti, myös seuraava Valtterin kuvailu on osittain lajiyhteisön ulkopuolelta ja kuvailee freestylejalkapallon nykyistä tilannetta ehkä juuri siksi osuvasti:

”Freestylepiireis ne koittaa rakentaa sitä yhä isommaks ja isommaks -- on paljon erilaisii kilpailui ja maailmanrankingei ja kaikkee tällast tilpehöörii. -- Jotkut mielellää haluis kasvattaa sitä lajii ja ehkä vaa tuoda sitä isomman jengin tietoisuuteen, mut sit on kans just monia, jotka on enemmän tämmösii niinku underground... Et se on 'siistii ku se on vaa tämmönen meidän juttu'.” -Valtteri

Vaihtoehtolajeilla olympialiike kosiskelee juuri nuorten mielenkiintoa osakseen. Freestylejalkapallo olisi tässä mielessä looginen valinta joukkoon, josta valitaan seuraavat tulokaslajit. Haastatteluiden pohjalta on selvää, että lähtiessään tähän kelkkaan freestylejalkapallo ilman muuta joutuisi luopumaan jostain, kuten yhteisöllisyyden ja vertaisarvioinnin ihanteista, tehden samalla tilaa perinteisemmille kilpailua ja urheilua määrittäville merkityksille. Tällaista olisi esimerkiksi suurten massojen ja yleisöjen kanssa toimiminen, uusien harrastajien järjestelmällinen kiinnittäminen ja kehittäminen sekä kilpailutoimintaan panostaminen.

”Hirveetä sanoo, mut mun mielestä on hauskaa, et se on niin pieni juttu ja spessu. Mua myös pelottaa ajatus, et entä jos tää kasvaa tosi isoks. Must tuntuu et jotkut vanhemmat freestylejalkapalloilijat, jotka on joku kymmenen vuotta pelannu ni ne on vähä nyt sillee... -- Et ei ei, et tää on muuttunu vähän eri suuntaan...” -Emmi

”On mietitty, et voisko freestylefutiksesta tehdä olympialajin kans. Se auttais varmaan siihen tunnettuuteen ja massojen keräämiseen. Mutta siin on se kolikon kääntöpuoli, et vieks se sitä tunnelmaa pois tästä lajista, sitä underground-vibee, mistä tää on tavallaan lähtösin koko tää freestylefutis-geimi, et oisko tää kivempi pitää siellä kaduilla -- se on se taiteellisuuden ja urheilun ikuinen taistelu, että undergroundis on enemmän se taide ja urheilus on enemmän noi olympialaiset.” -Pege

Kysymys kytkeytyy myös lajin sisäiseen ilmapiiriin ja vaihtelevaan suhtautumiseen kilpailullisuudesta. Kuten todettua, osaa kovankin luokan freestyleereista kiinnostaa lähinnä luovuus ja itseilmaisuus lajin keinoin. Tässä mielessä asiasta tulee helposti liikunta- ja kilpailupoliittinen: jos freestylejalkapallosta tulisi Olympiakomitean tunnustama laji, olisivatko kilpailuissa harvemmin käyvät esimerkiksi vähemmän oikeutettuja urheilija-apurahoihin kuin muut? Kysymys on tietenkin vielä voimakkaan hypoteettinen, mutta se antaa oivia apuvälineitä pohtia lajin tulevaisuutta.

”Mä ottaisin sen Olympiakomitean tukirahan, et mä voisin järjestää ne kilpailut ja ylläpitää sitä kilpailutoimintaa kehityksellisenä. Ja sit mä haluisin tukea tavallaan kans niitä, joita se kilpailu ei kiinnosta, et ne vois toteuttaa sitä omaa taiteellist puoltaan. Koska mä välitän ihan yhtä paljon tavallaan molemmist, vaik ne onkin sikäli vähän eri koulukuntaa, ja mä tiedän et ne kilpailijat vs ne taiteilijat, nekin välittää toisistaan ihan samal tavalla.” -Pege

Selvää kuitenkin on, että mikäli lajia ja harrastajamääriä halutaan kasvattaa, on juuri kilpailullisuus tähän tehokkaampi keino taiteen tekemisen sijaan.

”Ku porukka näkee freestylefutista, ni eihän ne voi tietenkään siltä seisomalta tietää mistä siinä lajissa on kyse, ajatellaan esim tätä huikeeta yhteisöllisyyttä ja taiteellisuutta ja kilpailupuolta. Mut kuitenkin ne pystyy siinä urheilullisesti varmaa samaistuu, et täs on nyt kilpailu menossa ja paras voittaa.” -Pege

Kysymys lajin tulevaisuudenvalinnoista voidaan liittää myös takaisin keskusteluun siitä, kuinka monet suosituimmat freestyleammattilaiset ovat ajautuneet oman lajinsa parista pois kohti jalkapallomaisempia videotuotantoja, jahdatakseen suurempaa kaupallista suosiota ja tienestejä.

”Jos se menee siihen kaupalliseen suuntaan ja lähemmäs sitä futista, nii sit siit kyl hävii semmonen tietty, mikä on ainaki freestylen alus on ollu...” -Roni

Toisaalta freestylejalkapallo saattaa ajautua kohti urheilullisuuden tietä ilman sen kummempia valintojakin. On useita esimerkkejä nuorista lajeista, jotka kasvuprosessinsa myötä ovat sittemmin kehittyneet vakavasti otettavaksi kilpailutoiminnaksi, kuin itsestään.

”Voihan se olla, että tää alku oli ihan vaa semmonen -- vaik kahenkymmenen vuoden päästä muistellaan, et no silloin se oli vähä semmosta, mut eihän se nyt oikeesti se freestyle ookaan semmosta.” -Roni

6.4 Luovan yrittäjyysurheilun työekosysteemi: Kauneus katsojan silmissä

Yläteeman *Luovan yrittäjyysurheilun työekosysteemi: Kauneus katsojan silmissä* alateemat *Henkilöbrändi ja työ elämänsisältönä*, *Kaupalliset yleisöt onnistumisen mittarina* sekä *Moninainen ansaintarakenne* ovat kaikki linjassa aikaisemman tutkimuksen kanssa luovista aloista ja luovista yrittäjistä. Tutkielmassani kävi ilmi, että kaupallisiin yleisöihin keskittyminen merkitsi alakulttuurisen pääoman toissijaistamista oman urakehityksen kustannuksella. Toisaalta tämä on valinta, johon on vapaa päätyämään freestylejalkapalloyhteisön sisällä.

6.4.1 Henkilöbrändi ja työ elämänsisältönä

Jalkapallon luova yrittäjyysurheilu edellyttää kaupallisen kiinnostuksen herättämistä erilaisin yhteistyömallein, esimerkiksi kollegoiden tai sponsorien kanssa tehtävien mainoskampanjoiden myötä. Toiminta on markkinavetoista, aivan kuten aikaisemmissakin luovan yrittäjyysurheilun teoretisoinneissa on kuvailtu. Kaupallisuus ja henkilöbrändin rakentaminen havainnollistuu paitsi videotyyppien toiminnan ytimenä, myös freestylessä ammattilaiseksi pyrkivien uran urkenemisen edellytyksenä.

”Ollu aina nimen tuomista esiin et tulevaisuudessakin nimi jäis muistiin, ois joku asiayhteys. - Tommonen osaaminen, mitä on tullu täs vuosien varrella videoiden tekemiseen, ni se sitten tietysti hyödyttää pitemmälle. -- Se on ollu semmonen ittensä promoomistapa.” -Lassi

”Sinä päivänä, ku mä ehkä lopetan YouTube-videoiden tekemisen -- ni sit jengi ainaki tietää kuka mä oon ja missä mä oon hyvä, ja missä mua voi käyttää. -- Vuosii mä oon jo miettiny, et mihin kaikkee tätä vois lähteä viemää eteenpäi -- sehän on brändin kasvatusta ja kehittämistä -- mielikuvien rakenteluahan tää on loppupeleissä.” -Ilari

Etenkin videotyyppien koulukunnan eli Lassin, Valterin ja Ilarin puheista heijastui kunnianhimo ja yrittäjän luonne. Nämä havainnot perustuvat hyvin vahvaan päämääräorientoituneeseen puhuntaan, jopa pakkomielteiseen onnistumisen tunteen jahtaamiseen – kansankielellä kunnianhimoon. Ainakin tässä mielessä asetan kyseenalaiseksi narratiivin siitä, että luovat yrittäjyysurheilijat olisivat urheiluteollisuudessa asettuneet tietynlaiseen kilpailullisuuden ja perinteisen urheilupuhunnan *hylkäämisestä* syntyneeseen tyhjiöön. On mahdotonta muodostaa päätelmää siitä, onko luovassa yrittäjyysurheilussa kyse jollain tapaa vähemmän raadollisesta uravalinnasta kuin ammattiurheilussa – sitä paitsi tällaiset kokemukset ovat aina subjektiivisia ja siten vaikeasti yleistettävissä. Joka tapauksessa ainakin tämän tutkimuksen perusteella työhön ja harjoitteluun käytetyt tunnit sekä uusien yhteistyömahdollisuuksien metsästäminen eteen nähty vaiva on todellista.

”Siinä on se epätoivo mikä tulee, ku sä huomaat et kello on puol kuus aamulla, et mite voi olla että tää ei oo vielä onnistunu. Sitte sä kaivat jonkun ihan älyttömän raivon, minkä avulla sä painat vaa -- siihen tulee semmonen pakkomielle siihen onnistumiseen -- ja aina ku se on valmis se kokonaisuus, ni ajattelee et eihän tätä voi enää kattoo, et tuon ois voinu tehdä paremmin ja on hyvin itsekriittinen.” -Lassi

Työn ja vapaa-ajan sekoittuminen on yksi selvästi tunnistetuista trendeistä niin sanotun luovan luokan tutkimuksessa. Osittain tämä johtuu vapaasta työilmapiireistä ja siitä, ettei työstään useimmiten ole vastuussa kuin itselleen, mutta myös juuri määrätietoisuuden ja kunnianhimon aiheuttamasta työmäärästä sekä siitä, että työ koetaan jopa tärkeimmäksi elämänsisällöksi.

”Tätä on niin monta vuotta tehny ja siin on kuitenkin minä ite aina näis hommis keskiössä -- semmone oma identiteettikin aika vahvasti rakentuu kaiken tämmösen ympärille. Ihan sama mitä muuta väittää, onhan se niinku aika fakta. -- Kyl se <työ> omas henkilökohtases elämäs varmaan tärkein juttu on -- tottakai terveydet ja näi, et tyhmä nyt tälle puhua, mut tosi tärkeä juttu kyllä. Ku sen tietää, mite paljo tähä on sitä aikaa oikeesti käyttäny.” -Ilari

Ei mul oikee oo mitää muuta elämää, ku tää duuni! -- Työ on se ihan eka juttu -- se on ykkösprioriteetti. Se on yks mun isoist vahvuuksist kans, et mä oon vähän tämmönen psykopaatti, et mä oon aina tehny tosi paljon duunii.” -Valteri

Kysymykseen työn tärkeydestä itsessään sain haastatteluissa toinen toistaan samoja merkityssisältöjä heijastelevia vastauksia. On kiintoisaa ja lähdekirjallisuudessa osin piiloonkin jäänyttä, kuinka iso osa elämää työ on juuri luovilla aloilla työskenteleville. Kenties luovilla yrittäjyysurheilijoilla aiempi vakava urheiluharrastus näkyy tällöin usein ammattuurheilijaan liitettävissä luonteenpiirteissä, vaikka toiminnan lopputuote onkin lopulta viihteellinen ja osa kulttuuriteollisuutta ja/tai sosiaalista mediaa. Juuri määrätietoisuus olikin yksi puheista selvästi erotettavissa oleva luonteenpiirre.

”Ehkä yks asia mikä siin huippu-urheilussa, huippufutiksessa ja sit täs mikä tää mun juttu nyt onkaa, ni on ehk sellanen pitkäjänteisyys -- et omistautuu sille. Molemmat tottakai vaatii sit ei nyt uhrauksia, mut paljon aikaa ja omistautumista sille duunille. -- Mä en oo ikin tavannu ketää, joka työskentelee enemmän, ku minä.” -Valtteri

”Tarkat tähtäimet ollu aina tän homman suhteen -- oon aina luottanu siihe, että jos mä teen tätä hommaa vaa pitkään ja pyrin rakentamaan sitä mun brändii semmoseks minkä mä haluun, ni se poikii sit jotai, jonai päivänä. -- Koska kyl mä tiedän myös sen, että missä mä oon hyvä ja missä en oo hyvä.” -Ilari

Itsensä brändääminen on toiminnan ytimessä, jotta YouTuben ja sosiaalisen median ulkopuolella avautuisi mahdollisuuksia. Mielenkiintoista oli panna merkille haastateltujen jalkapallovideoiden tekijöiden erilaiset uratilanteet. Valtteri, taiteilijanimeltään 'Joltter', oli ikään kuin jo kasvanut ulos some-painotteisesta sisällöntuottamisesta ja varsinaisesta luovan yrittäjyysurheilijan ammatista. Hän työskenteli haastatteluhetkellä monialaisessa lyhytelokuviin keskittyvässä tuotantoyhtiössä, jota oli ollut mukana perustamassa. Yhtiön kautta tehtävät projektit saattavat vaihdella musiikkivideoista vaikkapa yrityksen brändintehostusvideoihin. Haastatteluhetkellä tubettajan työhön keskittynyt Ilari, eli 'Ilaripro', korosti hänkin tiedostavansa, ettei voi tehdä YouTubea koko ikäänsä:

”Mä nään itelleni tosi paljon käyttöä vaikka mediassa tai vaikka jollain seuralla, jossai mediajutuissa, markkinoinnissa.” -Ilari

Taiteilijoihin ja luovien alojen ammattilaisiin toisinaan liitettävät mielikuvat eräänlaisesta huolettomuudesta ja luovuuden vapauden mukanaan tuomasta elämäntavasta loistivat

haastattelijajoukossani poissaolollaan. Kysyinpä haastatteluissa suhtautumista siihenkin, olisiko luovan yrittäjyysurheilun paikka kulttuuriteollisuudessa looginen ja siten oikeutus jopa taiteilija-apurahojen piiriin. Ilarin vastaus tiivistää jossain määrin koko kolmikön kannat, vaikka myös ajatus itsensä toteuttamisesta ilman stressiä taloudellisista asioista houkuttelikin. Tämän perusteella kyse ei ole – toiseen tutkimuskysymykseen viitaten – urheilusta eikä taiteesta, vaan yrittäjyydestä.

”Sanotaan nyt tälle näi, et jos mun eläminen jää nyt siitä valtion tuesta kiinni, ni ei mul sit niinku hyvin mee muutenkaan -- suoraan sanottuna ihan sama.” -Ilari

Myös freestylemaailmassa tunnustetaan työn määrän edellytykset yksityisyrittäjämäistä uraa silmällä pitäen. Tämä puhunta liittyy enemmän urheilullisiin edellytyksiin poikkeuksellisesta osaamisesta. Luonnollisesti myös spesifiä lajitekniistä osaamista on kehitettävä jatkuvasti.

”Freestylefutis on opettanu tosi paljon sitä kärsivällisyyttä, mitä mulla ei ehkä ennen tätä oo ollu. -- Ainoo asia mitä mä mietin, kun saatiin jotain vapaa-aikaa, ni mä mietin et nyt treenataan ihan jumalattomasti et nyt nostetaan sitä tasoo -- mä tykkään siitä tunteesta, et mä oon treenannu niin kovaa et jalat ei kannat! -- Se et miks mä koen et mä ansaitseen tän työn, niin mulla on intohimo.” -Emmi

6.4.2 Kaupalliset yleisöt onnistumisen mittarina

Freestyleammattilaisuus ei käytännössä ole mahdollista pelkkien urheilullisten ansioiden myötä. Tällaisessa ammattilaisuudessa onkin kyse vaihtoehtolajille ominaisesti monialaisesta yhteistyöverkostosta ja ansaintarakenteesta. On mielenkiintoista pohtia, ovatko freestylejalkapallon ammattilaiset aina juuri niitä taitavimpia freestylejalkapalloilijoita. Toisaalta tämä johtaa jälleen dilemmaan siitä, miten keskinäistä paremmuutta freestylessä oikeastaan voidaan mitata – ja miten se ei ole osalle harrastajista lainkaan olennaista. Kaupalliset mahdollisuudet ja itsensä brändääminen sanelevat ehdot ammattilaistumiselle. Voidaanko tämän myötä pohtia uudelleen esimerkiksi Hasasen (2017) havaintoja taloudellisen pääoman vähäpätöisyydestä nuorisokulttuurisessa liikunnassa?

”Sä teet sen videon, että sun tunnettuus kasvaa ja kun sun tunnettuus kasvaa sä pääset esiintymään. -- Ku sä pääset esiintymään, sä saat hyvän tilaisuuden markkinoida sitä sun videoo -- oli se esityspuoli tai videopuoli tai sponsorointipuoli tai joku muu, ni ainahan se keskittyy siihen henkilöön ja siihen henkilöbrändiin -- kansallises kattojärjestös meil ei oo mitään resursseja ja mahdollisuuksia millään muulla tavalla tukee ketään, ku antaa vinkkei ja neuvoi. Et jokaisen menestys on täysin henkilöst itestään kiinni.” -Pege

Eräs jalkapallo- ja freestylevideoita erottava tekijä huolimatta molempien kaupallisvetoisuudesta on jo alaluvussa 6.3.3 sivuttu kohderyhmäkysymys. Jalkapallovideoiden ympärille syntynyt toiminta ei edellytä varsinaista kiinnittymistä itse lajiin, vaan katsojien ja seuraajien kiinnittäminen voi tapahtua millä keinoin hyvänsä. Tärkeintä on luoda viihdyttävä tuote, sillä suurimmassa roolissa on tuotettava sisältö ja oman brändin rakentaminen. Tästä huolimatta jokainen haastateltava kuitenkin korostaa jalkapallon merkitystä videoissa, uramahdollisuuksissa ja koko ammatti-identiteetissään. Silti jalkapallo on vain ammatillinen väline, siinä missä freestylejalkapalloilijoille oma laji on koko toiminnan ydin.

”Jos pelkästää näyttökerto haluis, ni eihän kukaa hullu rupee Suomes futisvideoita tekee! -- Jos mietitään ihan maailmanlaajuisesti, jotka tekee samaa, et kellä on periaattees eniten katsojii, tottakai jollain tapaahan se on paras. -- Kylhän eniten näyttökertoii saa ne videot, jotka on niinkun viihdyttävimpii -- kaikki tommonen, missä sen katsojan ei tarvi olla se joka haluu oppii sen 'Around the world'-tempun. Se voi olla sählynpelaaja, se voi olla koriksen pelaaja, ja se tykkää kattoo sen videon.” -Ilari

”Kunhan se taval tai toisel se pitää sen katsojan mielenkiinnon yllä, niin mun mielest siin vaihees se on hyvää kamaa. Et mikä se syy sit onkaan et mil sä saat sen katsojan mielenkiinnon pidetty yllä, nii sit se toimii.” -Valtteri

Mikäli kyse on yhteisestä projektista kaupallisen yhteistyökumppanin kanssa, varsinaisella sisällöllä on vähemmän merkitystä. Suurimmat yritykset ja brändit laskevat etukäteen tarkasti tavoiteltavan katselumäärän ja todennäköisesti myös pääsevät siihen. Toisinaan vaativampien lyhytelokuvamaisten tai dokumenttiprojektien suhteen palkintona onkin yksinkertaisesti

tyytyväinen asiakas, vaikka tietysti myös oman kädenjäljen näkeminen lopullisessa tuotteessa on jo itsessään luovalle ihmistyypille hieno hetki.

”Siinä ei sisällöllä oo väliä noissa isommissa, jos ne haluavat sen katselijamäärän -- mä koen et ehkä sit noissa isommissa kuvauksissa laitto itteensä enemmän kropallisesti likoon. Siinä tuli niin paljon ruutuaikaakin enemmän, kun itekkin ehotin niille jotain älytöntä.” -Lassi

”Millää muulla ei oo väliä, ku sillä lopputuloksella. Sä voit olla hyvä äijä ja hauska ja heittää läppää -- jollekki asiakkaalle ni se on ihan sama. Et kaikki menee ihan sen perusteella loppupeleissä, et milt se lopputulos näyttää. -- Se on siistein hetki, ku se juttu on valmis ja sit sen voi näyttää jollekki. Ja sit ku sen tietää, et tää on hyvä, tai sit jos sen tietää et okei täähän nyt on vähän sinne sun tänne, ni mä tiedän sen saman tien.” -Valtteri

Edellä mainitusta huolimatta on kuitenkin vielä syytä korostaa sitä, että koska sisältö on voimakkaan urheilupainotteista, tietty ammattiympäisy edellyttää suoriutumaan kiitettävästi jalkapallosuorituksissa. Merkittävä osa videoista on niin sanottuja ’tutorialeja’, joiden tarkoitus on saada katsoja oppimaan jotain, esimerkiksi tietty laukaisutekniikka, harhautus tai freestylejalkapallotemppu. Etenkin juuri tutorialien myötä syntynyt nuorten seuraajien ja harrastajien innostuneisuus jalkapallosta näyttäytyy yhtenä suurimpana omista tuotoksista saatavana palkintona.

”En mä ikinä oo lähteny perseilee tän homman kaa, et mä oon aina pysyny täs futishommas -- vaik lähtis kokeilee jotai viihteellisempää sisältöä, mut se on kuitenkin aina ollu se et futis tehään. -- Jos se päivä tulee et mä rupeen itelleni tekee jotai ihan muuta tonne mun kanavalle, ihan sen takii vaan et mä saan joka videoon satatonnii näyttöi, ni sit mun pitää tehdä joko uudelle kanavalle tai sit vaa lopettaa koko homma.” -Ilari

6.4.3 Moninainen ansaintarakenne

Luovien yrittäjyysurheilijoiden ammatillinen ympäristö on monessa mielessä paitsi omaleimainen myös monileimainen. Pienet piirit johtavat helposti siihen, että lähes kaikkiin yhteistyöehdotuksiin pyritään sanomaan kyllä, ja osaltaan siihen, että eri projekteissa oma

työtehtävä saattaa vaihdella hyvinkin paljon. Omaa ydinosaamista mielellään sekoitetaan kollegoiden vastaaviin. Lisäksi ammatti luovalla alalla ohjanee näkemään mahdollisuuksia vähän joka puolella. Toisaalta moniosaaminen on jo valmiiksi yleistä luovien sisältöjen ja erilaisen kuvausteknologian parissa pitkään työskennelleille. Kaikki nämä piirteet ovat luovien alojen tutkimuksessa tunnistettuja.

”Oon tehny myös paljon TV-ohjelmia ja kuvannu ja leikannu ja juontanu ja tuottanu -- taustalla on ollu noi kikkailut aina, et yhteistöiden kautta päässy sitte -- mä oon heti tiedostanu sen, et mä en oo niinkää omia kanavia rakentanu, vaan enemmänki yhteistöiden kautta lähteny sitä tekemään.” -Lassi

Valtteri jo mainittu oma tuotantoyhtiö antaa hyvän havainnollistuksen luovan alan yrittäjyyden työympäristöstä. Alkujaan idea yrityksestä syntyi kumppanin kanssa juuri jalkapallovideoiden tekemisen ohella; itse asiassa tarkoituksena oli tehdä ihan kaikkea muuta paitsi jalkapallosisältöä. Sittemmin laajaan skaalaan on kuitenkin sisällytetty myös jalkapalloa. Tuotantoon kuuluu esimerkiksi Red Bullille ja Unisportille laadittuja henkilökuvia eturivin jalkapallotähdistä sekä jalkapalloseuroille brändäystä varten tehtyjä lyhytdokumentteja. Suomen miesten jalkapallomaajoukkueen uuden peliasun promootiovideo oli yhtiön käsialaa. Urheilupainotteisen sisällön ohella eniten on laadittu esimerkiksi musiikkivideoita artisteille ja levy-yhtiöille.

”Omaan rooliin siin ympäristös kuuluu se, et mä ohjaan ja editoin tosi paljon niit juttui mitä me tehään. -- Välil mä oon semmonen juontajatyyppinen äijä, joskus mä kuvaan itekki -- meil on aika hyvät verkostot futikses -- meil on paljo makeit juttui siel. -- Me ollaan tehty vuosien saatos paljon musiikkivideoit ja kaiken maailman mainoksii ja tämmösiä corporate-videoita... Nyt meil on suunnitteil vähä erilaisii juttui taas, tämmönen pilottisarja, jotka ei liity millään tavoin futiksee.” -Valtteri

Vaihtelevan ja projektimaisen työympäristön sekä voimakkaan verkostoitumisen ansiosta luovan yrittäjyysurheilijan ansaintarakenne on peräisin eri lähteistä. Informantit kuvailivat, että tavallista on perustaa oma yritys tai toiminimi, jonka kautta tavoittelee eri kumppanuuksia. Sosiaalisen median sisältöihin, eli nykyään käytännössä YouTubeen ja Instagramiin, panostavien luovien yksilöurheilijoiden yleisimmät ansaintamallit ovat sisältöyhteistyöt,

sponsorin kanssa tehdyt videot, omien sosiaalisen median kanavien mainostulot, tuotantoyhtiöiden kanssa toteutettavat kuvaukset sekä esiintymiset ja juontokeikat. Etenkin nykyisen 'tubettajabuumin' myötä voi pyrkiä pääsemään suosittujen sisällöntuottajien 'talliin', joka neuvottelee kaupallisten yhteistyökumppaneiden kanssa, laajentaa sisällöntuottajan verkostoa sekä tehostaa projektien sujuvuutta ja varmistaa sen, että asiakas saa, mitä on tilannut. Ilari on esimerkiksi kiinnitetty suomalaiseen Troot Finlandiin, joka määrittelee itsensä luovaksi vaikuttajatoimistoksi. Trootin palveluihin kuuluu vaikuttajamarkkinointia, sisältöformaatteja, ostettua mediaa ja tapahtumatuotantoa.

"Siin on minä, sit on toi Troot, sit on se asiakas, eli täs tapaukses se Coca-Cola, sit on vielä mainosmediatoimisto siinä välissä -- ne keskenään keskustelee kaikesta mitä tehään ja multa sitte kysellään aina, et miltä tämmönen kuulostaa ja mitä mä haluisin, onks mulla jotai ideaa -- sitte sovitaan kaikki päivät, et millo kuvaukset ja millo toimitetaan checkkii ja millo saadaan Instagram-postaukset ja näi monta stoorii ja näi." -Ilari

Haastatelluista freestylejalkapalloilijoista Emmi siis esiintyi tutkimuksen aikana Cirque du Soleilissa, Roni työskenteli perustamassaan videomarkkinointifirmassa ja Pegellä oli freestylejalkapallon vaikutuksesta perustettu luovan alan yritys. Varsinkin Pegen työnkuva antoi niin ikään osuvan esimerkin luovan alan yrittäjyyden kirjavasta työympäristöstä: se sisälsi videoiden tekemistä ja tuottamista, kuvausta, editointia, tapahtumatuotantoa, esiintymisiä sekä juontokeikkoja – osana freestylejalkapalloammattia tai erillään siitä. Pege korosti, että sanoo olevansa freestyleammattilainen, vaikkei elantaan yksin freestylestä teekään. Ammattilaisen määritelmä täyttyy lajipiireissä hänen mukaansa siinä, että vuodessa on jokunen sellainen kuukausi, jolloin elää ainoastaan freestylejalkapallosta saaduilla tienesteillä. Sekä Pege että Roni totesivat, että tuskin olisivat yrittäjiä ilman freestylejalkapalloa.

"Nyt ku on kasvanu sit taas vähä vanhemmaks ja oppinu kaikkee uutta, ni fakta on se, et jos et sä oo äärimmäisen suosittu tubettaja tai somettaja, ja on vähä tällases tilantees niinku mä, ni <freestylerin> on pakko painaa sitä hanttihommaa, et se unelmien tavottelu on mahdollista. -- Freestylejalkapallon takii mä alotin yrittäjänä." -Pege

”Suoraan voi sanoa et sen freestylefutiksen kautta, on se johdatellu siihen mitä tekee tällä hetkellä. -- Nyt myöhemmin ku on itelläkin tullu enemmän yrittäjämäisii asenteita, ni näkis in et on mahdollisuuksii sillee freestylefutaajil yrittäjänä.” -Roni

Haastatteluissa selvisi, että täysammattilaisuuden mahdollistavat kumppanuusmallit rakentuvat yleisimmin sosiaalisen median yhteistöiden ympärille. Kuuluisimmat freestylerit keräävät ansioita tuotantojensa mainostulojen ja sponsoroinnin myötä. Lisäksi kilpailuista ja niiden ulkopuolisista esiintymisistä tienaa – parhaimpien nimien kääriessä suurimman osan kakusta. Kiintoisa skeittaukseen ja lumilautailuun verrattavissa oleva trendi on tunnetuimpien freestyleammattilaisten keskittyminen omien freestylejalkapallobrändiensä perustamiseen. Tällaisia ovat esimerkiksi norjalaisen Tobias Becsin 4freestyle sekä ruotsalaisen Philip Warren Gertsonin 4revolution. Toisaalta tulonlähteet ovat myös hyvin samantapaisia kuin puhtaammin jalkapallovideoihin keskittyvillä: sosiaalisen median sisältöyhteistyötä, mainostuloja, sponsorisopimuksia ja erilaisia esiintymisiä. Juuri yrittäjäyys ja itsensä brändääminen ovat ehtoja niille freestyleille, joilla on mahdollisuus lähteä tavoittelemaan täysammattilaisuutta, sillä kuten on tuotu esiin, pelkällä kilpailumenestyksellä ei voi tienata.

”Valitettavasti kukaan freestylefutaaja ei saa tuloa kilpailuista, eli siit urheilullisesta puolesta. Koska lajiliitoilla ei vaan oo rahaa pistää siihe palkintopottiin. -- Aina sillon tällön on jotain kilpailui mist saa rahaa, mut ei läheskään kukaan koskaan oo voinu sillee kilpailemalla tienaa leipäänsä valitettavasti. -- Mistä se ammattilaisuus tulee, ni eritoten nykyään sosiaalisen median yhteistöistä, mainostuloi aika monet saa ja sitte esiintymisistä -- sponsorointi on sit yks mistä äärimmäisen harva saa. -- Jotkut on alkanu perustaa omia freestylebrändejään.” -Pege

”Jostain kisoista voi saada rahaa, mikä on tosi pieni määrä, millä ei varmasti niinku elä, niit kisoit ei varmasti oo tarpeeks. Sitte toki sponsorisopimukset -- kaupalliset yhteistyöt sosiaalisen median kautta, se on yks keino -- esiintymispalkkiot ja sitte myös yks mikä on mahdollista, ni semmonen niinku mainoskuvaus.” -Roni

Tutkimuskysymyksiini ei varsinaisesti kuulunut ammattifreestylejalkapalloilijoiden uran rahoitusperustan selvittäminen, vaikka esimerkkejä ja havainnollistuksia aiheesta saatiinkin. Päätelmäni on, että freestylen ammattilaiset tulee käsittää luovina yrittäjäyysurheilijoina. Tässä

tarkoitan sitä harvalukuista joukkoa, joka kerää sosiaalisen median kanavissaan kymmenien ja satojen tuhansien tai jopa miljoonien seuraajien katsojajoukon – siis heitä, joiden ei tarvitse tehdä Pegen mainitsemia 'hanttihommia'. Samaan aikaan suurikin osa ammatillisesta sisällöstä saattaa rakentua muun kuin itse freestylejalkapallon ympärille, johtuen juuri luoville aloille tyypillisestä moniosaamisesta ja vaihtelevista projekteista. Vain ani harvalle tarjottava mahdollisuus on yhteistyösopimuksen solmiminen suuren urheilubrändin kuten Red Bullin kanssa.

Kuudesta haastatellusta neljä oli ammatiltaan yrittäjiä. Myös Ilari mielsi oman toimintansa hyvin vahvasti yksityisyrittäjämäiseksi ja ylipäättään omassa ammatillisessa ympäristössään itsensä yrittäjälouenteeksi, vaikkei virallista yrittäjän statusta omannutkaan. Omien mediatuotantojen levittäminen on luovan yrittäjyysurheilun aiempien teoretisointien mukaisesti yksityisyrittäjämäistä puuhaa. Näitä tuotantoja kaupalliset yleisöt sitten arvioivat kukin tahollaan. Luovan toimialan yrittäjyys saattaa tulevaisuudessa näyttäytyä Z-sukupolvelle luonnollisena valintana myös liikunnan ja urheilun kontekstissa. Tie saattaa olla pitkä ja kivinen, mutta länsimaisessa jälkimodernissa yhteiskunnassa jokaisella on mahdollisuus ainakin kokeilla.

”Ku lähti tulemaan yritysyhteistöitä, niin koin aika nopeesti, että ois hyvä olla oma yritys -- pyrkiny aina siihen, että tee itse se toimeentulosi. Että rakenna verkosto, missä olet ja osaa monta asiaa -- kaikkeen pitäis pyrkiä sanomaan kyllä, jokaiseen lähestymiseen.” -Lassi

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tutkielmani viimeisessä pääluvussa käyn läpi keskeisimpiä tutkimustuloksia liittyen kolmeen tutkimuskysymykseeni. Esitän myös kriittistä arviointia työni teoreettisen viitekehyksen valinnasta ja sen onnistumisesta suhteessa tutkimustuloksiin. Lisäksi arvioin laajemmassa perspektiivissä sitä, mitä uutta tutkielmani liikunnan yhteiskuntatieteiden tutkimuskartalle tuo ja minkälaisia jatkotutkimuksia työni pohjalta voisi tehdä. Pohdin myös tutkimukseni luotettavuutta suhteessa laadullisen tutkimuksen perinteisiin luotettavuuskysymyksiin. Kehotan huomioimaan, että kenties keskeisimmän aineistostani ponnahtavan ja sisällönanalyysini viitekehystä ohjanneen päätelmän liittyen jalkapallon luovan yrittäjyysurheilun koulukuntajakoon freestyleistä ja videotyypeistä esittelin jo alaluvussa 6.1.

7.1 Miltä nyt tuntuu? Keskeisimmät tutkimustulokset ja päätelmät

Tutkimukseni pystyi vastaamaan asettamiini tutkimuskysymyksiin. Freestylejalkapallo vaihtoehtolajina edellyttää harrastajilta jo pitkään nuorisokulttuuristen lajien tutkimuksessa tunnistettuja tavoitteidenasetteluja ja luonteenpiirteitä. Freestylejalkapallon kulttuurihistoria on rakentunut vapauden, tyylin, vertaisarvioinnin, taiteen ja urheilun vuoropuhelun sekä varauksellisen kilpailuun suhtautumisen tapaisten ideaalien ympärille. Kilpailullinen menestyminen ja toisten harrastajien päihittäminen ei ole lajissa oleellista – sen sijaan trendeistä perillä pysyminen on. Tällä tarkoitetaan lajiin kiinnittyviä tyylejä ja tekniikoita, kuten sitä, mitä uusia temppuja kilpailuissa mahdollisesti eniten arvostetaan ja millä tavalla nuo uutuudet tulee tehdä. Avainasemassa ovat alaluvussa 3.3 esittelemäni Woermannin (2012) havainnot alakulttuurien uudistumisprosesseista sosiaalisen median tarjoamin välinein. Mikä tänään on arvostettua alakulttuurista pääomaa? Entä huomenna?

Tutkielmani informantit arvioivat freestylejalkapallon yhteiskunnallista kertomusta ja historiallista kehitystä omasta subjektiivisesta näkökulmastaan. Kuitenkin on kiintoisaa pohtia heidän kantojaan suhteessa WFFA:n (s.a.) viralliseen eetokseen. Vaihtoehtolajien aikaisemmasta tutkimuksesta tuttu, huippu-urheilulle vastakkainen avoin ja ruohonjuuritason yhteisöllisyyteen vetoava kulttuuri, käy tutkimuksessani selväksi. Samaan aikaan myönnetään,

että kaupallisuuden antamat mahdollisuudet ovat helpottaneet kynnyksen madaltamista 'sulautumiselle' jopa osaksi valtavirran jalkapallokulttuuria.

"Joskus 2010-luvun alkupuoliskol oli ehkä vahvemmin, ja sitä ennenkin mitä oon kuullu, ni sitä että yritetään olla et 'me ei ainakaan olla niinku futis'. Et jos joku sano et sä oot futaaaja, ni sä oot sillee et ei todellakaan, en mä mitää semmost tee. -- Mut sit nyt lähiaikoina, ku ollaa huomattu se kaupallisuus, ja sosiaalisen median vaikutus, ni sit se on pikkuhiljaa vähä niinku unohtunu." -Roni

Harrastajien motiivit kiinnittyvät tutkimukseni perusteella haluun ilmaista itseä ja huomata oma kehittyminen videosisältöjen avulla. Myös voimakas yhteisöllisyys puski freestylejalkapalloilijoita eteenpäin omassa lajissaan ja kannusti solmimaan ystävä- ja yhteistyösuhteita toisiin harrastajiin. Informanttieni joukossa kilpailullisuus koettiin jotakin oleellisia lajiarvoja hylkivänä asiakokonaisuutena. Toki kilpailut osaltaan mahdollistavat juuri omaehtoisuuden, jokaisen harrastajan ollessa vapaa keskittymään freestylejalkapallossa niihin asioihin mihin haluaa. Freestylereiden suhtautuminen videotyyppien koulukuntaan tarjosi kiinnostavia alakulttuurisen sosiaalisen rakenteen kuvailuja. Alakulttuurinen pääoma nähtiin lähes yksinomaan juuri freestylejalkapalloilijoille kuuluvaksi ja siten tuo toimeliaisuus saatettiin kokea aidompana ja arvostettavampana – kuitenkin samalla tiedostaen, että jalkapalloilijoiden koulukunta on 'eri asia'.

Freestylejalkapallo oli kiinteä osa niiden haastateltavien identiteettiä, jotka olivat viihtyneet lajiyhteisössä pitempään. Samaan aikaan myös freestylen ulkopuolelle laajentaneiden videotyyppien identiteetit rakentuivat teemojen kuten vapaus, seikkailunhalu ja luovuus, ympärille. Tässä mielessä koulukunnat ovat hyvin lähellä toisiaan, mikä ei tietenkään ole yllättävää. Pienenä erottavana tekijänä kävi ilmi, että mitä enemmän sisällöntuotanto keskittyi perinteiseen jalkapalloon, trick-shotteihin ja tällaisten sisältöjen ulkopuolellekin, oli motiiveista ja identiteetistä erotettavissa enemmän yrittäjyyden ja erityisesti luovien yrittäjien tutkimuksesta havaittuja piirteitä. Ilarin, Lassin ja Valtterin kohdalla näyttäytyi erityisen selvänä luovilta yrittäjiltä ja luovilta ihmisiltä yleensäkin tunnistettavissa oleva suuri kontrollipremissi. Freestylejalkapallo ja muu alakulttuurinen sisältö oli toissijaista omaan yrittäjähenkiseen tekemiseen nähden. Samaan aikaan koettiin tärkeänä, että urheilullinen sisältö

oli huolellisesti ja ammattitaitoisesti toteutettua. Viitaten edelliseen kappaleeseen; alakulttuurisesta pääomasta ei juurikaan oltu kiinnostuneita.

Totesin jo sisällönanalyysini logiikkaa avatessani, että *kaikki freestylejalkapallon ammattilaiset ovat luovia yrittäjyysurheilijoita, mutta kaikki luovat yrittäjyysurheilijat eivät ole freestylereita*. Tehdäkseen freestylejalkapalloa ammatikseen, on luovan yrittäjyysurheilijan viitta pakko pukea ylleen. Omat ammatilliset sisällöt saattavat tällöin karata kauemmas freestylejalkapallon ytimestä, mutta tämä harvemmin koetaan ongelmana. Monialaiset urheilua, lyhytelokuvia ja tubettamista sekoittavat yhteistyöprojektit leimaavat jalkapallon luovan yrittäjyysurheilun työekosysteemiä ja toisinaan lähentyvät performatiivisen sisällöntuotannon kanssa. Silti freestylejalkapallokulttuuria tai jalkapalloa ei tarvitse kokonaan hylätä. Jopa freestylekilpailuissa voi edelleen käydä ja sitä paitsi omat videot saavat ammattimaistumisen myötä moninkertaiset yleisöt – ymmärsi uusi yleisö vielä täysin freestylejalkapalloa tai ei. Joka tapauksessa luova yrittäjyysurheilu on oikeassa paikassa luovien alojen ja urheiluteollisuuden väliin sijoitettuna. Se on omien polkujensa kulkijoille, kunnianhimoisille, lahjakkaille ja vapautta arvostaville henkilöille luonnollinen valinta – varsinkin, jos tausta on freestylejalkapallon kaltaisessa vaihtoehtolajissa.

Pääluvun 4 alussa esittelin kulttuurintutkimuksen kuuluisan ja mielestäni hyvin osuvan määritelmän: *kulttuurintutkijat tutkivat kulttuurisia ympäristöjä, aikoja ja paikkoja, joissa ihmiset 'tekevät historiaa' sellaisissa olosuhteissa, jotka eivät ole heidän itsensä luomia*. Tähän lausahdukseen motiivien, identiteettien ja kulttuurisen merkityksenannon tutkiminen kytkeytyy täydellisesti. Paitsi, että halusin tietenkin vastauksia tutkimuskysymyksiini, oli todellinen tiedonintressini kulttuurintutkijoilta lainattu: mitä tutkimuskysymyksiini vastaukseksi saamani teemat kertovat juuri nykyisistä historiallisista olosuhteistamme.

Koko haastattelujoukon puhunnasta on erotettavissa niiden mahdollisuuksien hyödyntäminen, joita nykyinen jälkimoderni länsimainen yhteiskunta kunnianhimoisille ihmisille antaa. Etenkin yrittäjähenkisimmillä informanteillani kulttuurinen merkityksenanto liittyi itseilmaisun ja luovuuden lisäksi myös menestyspaineesiin, tai ainakin uramahdollisuuksien jatkuvaan kehittämiseen. Vapaudesta oman ammatti-identiteetin ohjaajana oltiin ylpeitä, mutta samaan aikaan tiedostettiin kolikon toinen puoli eli vastuu omasta tekemisestä. Tämä aiheutti toisinaan

myös stressiä, mutta kuten luovan yrittäjyyden tutkimus on aiemmin todennut, stressi hyväksytään ja siihen totutaan.

Jälkeenpäin ajateltuna tutkimuskysymykseen kulttuurisesta merkityksenannosta saattoi olla haastavinta löytää vastauksia. Jo käsitteenä se on vaikeasti määriteltävissä ja laaja kokonaisuus. Itse määrittelen kulttuurisen merkityksenannon informanttien omalle toiminnalleen antamina merkityksinä ja arvolataumina. Mikä ensisijaisesti on tavoittelemisenarvoista? Minkä informantti kokee erityisen palkitsevana? Minkälaisia kulttuurisia merkityksiä hän toiminnalleen antaa vai antaako ollenkaan, ja miksi? Osittain kulttuurinen merkityksenanto liittyy kysymyksiin motiiveista ja identiteetistä. Oikeastaan se ainoastaan hakee vastauksia siihen, mihin laajempiin sosiokulttuurisiin ja yhteiskunnallisiin viitekehyksiin kyseisen henkilön motiivi- ja identiteetidiskurssit liittyvät.

Jälkialakulttuuritutkimus on tunnistanut aiempia vuosikymmeniä vähemmän sitovan yhteisöllisyyden piirteitä jälkimoderneissa alakulttuureissa. Tämän havainnon olen tutkimukseni perusteella valmis allekirjoittamaan. Toisaalta kulttuurinen merkityksenanto juuri omalle alakulttuurille, käytännössä freestylejalkapalloyhteisölle, näyttäytyi myös tietynlaisena ylpeytenä siihen kuulumisesta. Freestylejalkapallossa kulttuurinen merkityksenanto on sitä, että lajiyhteisön alakulttuuri koetaan yhteisöllisenä ja vastaanottavaisena mutta kuitenkin sopivan pienenä, sekä kollektiiviseen viestintäjärjestelmään perustuvana mutta samalla yksilölliseen tyyliin kannustavana.

Tutkimukseni myötä voidaan myös pohtia kysymyksiä liittyen 'urheilun yhteiskunnalliseen arvostukseen'. Perinteisen urheilukulttuurin tähti- ja esikuvakultti elää edelleen vahvana varsinkin Suomessa. Kuuluisat idolit ovat edelleen usein niitä, joiden vuoksi luistimennauhat sidotaan ensimmäistä kertaa tai monot lyödään suksiin kiinni jo samana talvena, kun ensimmäiset kävelyaskeleet on otettu. Sen ohella, että olen todennut tutkimusaiheeni olevan liikuntasosiologiassa suhteellisen tuntematon, liittyy siihen paljon epätietoisuutta yhteiskunnassa yleensäkin. Tarkoitin tällä sitä, että nuorisokulttuurisilla lajeilla on varmasti paljon ulosmittaamatonta potentiaalia vähenevän fyysisen aktiivisuuden ongelman ratkaisemisessa. Vaihtoehtolajeista harvat, jos mitkään ovat samanlaisen yhteiskunnallisen arvostuksen perässä kuin perinteisen urheilun suurlajit, mutta liikuntapoliittisen päätöksenteon tulisi kysyä aina välillä, mitä uuden sukupolven lajit tekevät oikein. On väärin asettaa

vastakkain 'urheilua' ja 'liikuntaa' tai 'vaihtoehtoliikuntaa', mutta kaikilla on toisilleen varmasti opetettavaa.

Kuten Ojala (2015, 81) on todennut, mediatuotantoihin keskittyvät toimijat luovat uraansa perinteisen urheilujärjestelmän ulkopuolella. Siten he haastavat, mutta toisaalta myös uudistavat perinteistä urheilujärjestelmää. On näiden perinteisten piirien valinta, oppiako uudistajilta jotain vai sulkea ulkopuolelle. Vähintäänkin luova yrittäjyysurheilu tulee lisätä Lindfeltin esittelemään kenttään urheilujärjestelmän nelijaosta (ks. taulukko 1), jotta ilmiö tulisi tiedostetummaksi ja liikunnan ja urheilun eri alojen toisistaan eroavat yhteiskunnalliset pyrkimykset osaltaan selventyisivät. Toisaalta olen yhtä mieltä myös Turtiaisen (2012, 103) kanssa siitä, että Virtapohjan (1995, Turtiaisen 2012, 103 mukaan) esittämään jakoon mediaurheilun kuluttajista (urheilijat, yleisö ja penkkiurheilijat, sekä vain yleisen median kautta urheilua seuraavat) voisi lisätä neljännen ryhmän niistä, jotka internetin ja sosiaalisen median tarjoamien mahdollisuuksien myötä luovat itse urheiluaiheisia mediasisältöjä.

7.2 Miten meni omasta mielestä? Reflektointi, kritiikki ja luotettavuus

Yksinkertaisin asia tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa on tutkimusmenetelmän sopivuus (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 6). Tässä onnistuin mielestäni parhaalla mahdollisella tavalla. Koen, että tutkielmani viitekehys oli sellainen, jota ei määrällisin menetelmin olisi voinut avata kuin aivan pintapuolisesti. Metodologiassa koin tärkeäksi päästä käsiksi mahdollisimman autenttisiin ja jokapäiväisiin merkityksenantojen kuvailuihin. Tällaisen tiedonintressin koti on kulttuurintutkimukseen perinteisissä kysymyksenasetteluissa, joilla ei määrällisen tutkimuksen kanssa ole hirveästi tekemistä.

Laadullisen tutkimuksen luotettavuuskysymykset ovat aina subjektiivisia ja täysin yksittäisen tutkimuksen kontekstista riippuvaisia (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 6). Luotettavuus laadullisessa tutkimuksessa kiinnittyy tutkimusetiikan tavoin ennen kaikkea tutkimuksen johdonmukaisuuteen eli siihen, kuinka systemaattisesti ja selvästi tutkija perustelee tekemiään valintoja. Tämä liittyy etenkin tutkimusaiheen rajaukseen sekä empiriasta tehtyihin päätelmiin. (Ruusuvuori ym. 2010, 27.) Tärkeintä on siis perustella tekemänsä valinnat ja päätelmät. Joku toinen tutkija voisi kirjoittaa aineistoni pohjalta täysin erilaisen oppinäytetyön, mutta tämä on

osa laadullisen tutkimuksen luonnetta. Toisaalta lukija on vapaa tekemään tutkimuksestani aivan erilaisia johtopäätöksiä kuin mitä itse olen tehnyt. Tässä kuitenkin mielestäni ilmenee juuri laadullisen tutkimuksen mielekkyys, sillä oikeita vastauksia ei ole.

Reflektoidessani työtäni suhteessa tutkimuksen luotettavuuskysymyksiin, liittyvät suurimmat huomioni verkkopohjaisen materiaalin tarkasteluun ja siitä tekemiini päätelmiin. Syventyessä digitaalisen kulttuurin ilmiöihin tuon maailman laajuus ja kompleksisuus saattaa 'sokaista' kokeneenkin tutkijan. Ilmiölle kuin ilmiölle löytäneenä tänä päivänä esiymmärrystä ja todistusaineistoa sosiaalisesta mediasta. Siten tärkeintä on, ettei tutkimusaineistona käytetä verkkomateriaaleja, mikäli tutkimuskysymyksiä ei ole spesifisti asetettu niitä tarkastelemaan. (Turtiainen 2012, 49, 53–54.) Kun lähteet, aineisto ja tutkimuskysymykset joutuvat ristiriitaan keskenään, on itsestään selvää, että tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys vaarantuvat (Tuomi & Sarajarvi 2006, 133–137). Tällöin ei olla kovin kaukana siitä, että internetistä haalittua 'tietoa' käytettäisiin lähteenä akateemisen lähteen paikalla. Turtiaisen (2012, 49) esittämä näkemys luonnehtii oivasti tätä ongelmaa:

”Verkkoympäristöstä haltioituneet tutkijat saattavat intoutua uusista leikkikaluistaan ja haalia hiekkalaatikolleikkien lomassa kasaan 'helposti' saatavilla olevaa aineistoa pysähtymättä aina välttämättä miettimään, vastaako se edes tarkoitustaan.”

Kun digitaalisen kulttuurin helppo tavoitettavuus ja algoritmien ruudulle heittämät toinen toistaan muistuttavat sisällöt yhdistetään ennalta varsin tutkimattomaan ilmiöön sekä sen symbioosiin sosiaalisen median kanssa, olen saanut paikoittain olla hyvin tarkkana sen suhteen, ovatko mediavälitteiset (alakulttuuriset) sisällöt olleet tutkimukseni isäntä vai renki. Eniten sain painiskella kirjallisuuskatsaukseni ja teoreettisen viitekehysten rajaamisen kanssa. Koska varsinkin omaan akateemiseen tutkimustyöhön tulee suhtautua kriittisesti, myönnän, että teoriaosuuteni saattaa kurkotella toisinaan hieman liian kauas. Toisaalta toivon, että esittelemäni laajat näkökulmat osaltaan rohkaisevat jatkotutkimuksen aiheisiin liikuntasosiologian ulkopuolellakin. Samalla olen mielestäni kyennyt perustelemaan tekemiäni valintoja riittävän vakuuttavasti – oli kyse sitten joidenkin ulottuvuuksien rajaamisesta pois, tai vastaavasti toisten löyhästäkin luovaan yrittäjyysurheiluun liittyvien teemojen sisällyttämisestä tutkimukseeni.

Pyrin tutkielmassani mahdollisimman refleksiiviseen tutkimusotteeseen. Tällä tarkoitetaan juuri tehtyjen päätösten yksityiskohtaista pohtimista näitä auki kirjoittamalla. Tutkijan tiedon tuottamisen prosessit pyritään toisin sanoen avaamaan lukijalle mahdollisimman läpinäkyviksi. Tämä on elintärkeää varsinkin silloin, kun tutkija kokee liikkuvansa tutkimusaiheensa maailmassa tai ainakin omaavansa siitä hiljaista tietoa 'tavallista ihmistä' enemmän. (Ks. Turtiainen 2012, 53.) Lisäksi nimenomaan ennalta vähemmän tutkituissa aiheissa refleksiivisyys mielestäni korostuu, tai ainakin sen pitäisi korostua.

Tasapainoilu akateemisten lähteiden sekä esiyymmärryksen ja tutkimusprosessin myötä olemassa olevan hiljaisen tiedon välillä on eittämättä ollut tutkimukseni suurin haaste. Olen kuitenkin läpi prosessin pyrkinyt säilyttämään aiemmin mainitun 'tutkimuksellisen itseluottamuksen' sekä jopa ylikriittisen suhtautumisen elämäntapaurheilun, suurbrändien markkinointityön ja sosiaalisen median muodostaman koneiston tarjoamiin 'lähteisiin'. Tutkimusaiheeni linkittyy vahvasti siihen, mikä yritetään saada näyttämään nuorison silmissä kiinnostavalta ja miellyttävältä. Kaikki tuollainen ei tietenkään ole yhteydessä vaihtoehtolajien alakulttuurisuuteen, luovien alojen yrittäjyyteen tai freestylejalkapalloilijoiden kulttuuriseen merkityksenantoon. Joskus kyse on vain taitavasta markkinoinnista, jonka uhriksi päätymistä olen ainakin yrittänyt välttää.

Muutama sana on paikallaan myös sisällönanalyysissäni tekemistäni teknisistä ratkaisuksista. Kuten alaluvussa 6.1 mainitsin, olisin hyvin voinut toteuttaa sisällönanalyysini freestylejalkapalloilijat ja videotyypit omiksi yläteemoikseen määrittäen. Kuitenkin tällöin päätelmäni siitä, että ammattilaiseksi siirtyäkseen freestyleristä on tultava tietyllä tapaa videotyyppi, ei olisi ollut järkevä: miksi olisin alkujaankaan jaotellut koulukunnat erilleen, mikäli urakehityksen lopputuote on sama. Koen, että paras vaihtoehto on käyttää yhdistävänä yläkäsitteenä luovaa yrittäjyysurheilijaa, vaikka samaan aikaan tiedostan, että kaikilla sen koommin freestylejalkapalloa kuin videotuotantoakaan harrastavilla toimijoilla ei ole tavoitteena täysammattilaisuus eli luovan yrittäjyysurheilijan status. Selvää on sekin, ettei kilpailullisuus ole toiminnassa läheskään aina olennaista. Tämä ei kuitenkaan ota mitään pois urheilulliselta lahjakkuudelta ja toisaalta, juuri yksilölliseen vapaavalintaisuuteenhan koko elämäntapaurheilubisnes ja lajien ruohonjuuritaso perustuu. Mielestäni tekemäni ratkaisu on paras keino niihin tutkimuskysymyksiin vastaamisessa, joita alun alkaenkin lähdin

selvittämään. Koen myös, että onnistuin näin menetellessäni avaamaan informanttien mielenmaisemaa oikeudenmukaisemmin.

Myös tuloslukuni on kohtalaisen pitkä. Toisaalta samaan aikaan tutkimuskysymykseni olivat sellaisia, jotka edellyttävät tutkittavien ilmiöiden laaja-alaista tarkastelua. Eskolan ja Suorannan (1998, luku 4) mukaan on luonnollista, että haastatteluaineistosta riittäisi kirjoittamista loputtomiin. Aineiston analysointi edellyttää aina kompromissien tekemistä. Jotkut informantit, kuten omassakin tutkimuksessani useimmat, saattavat olla taitavia puhujia ja oivia tarinankertajia. Sitaattien käyttäminen on houkuttelevaa ja eittämättä sopivaa väriä tuovaa, mutta tutkijan on todella tärkeää pysähtyä välillä miettimään, kuinka merkittäviä johtopäätöksiä tutkimuskysymyksiin liittyen sitaatit todella osoittavat (emt).

Laadullisen tutkimuksen suurin sudenkuoppa onkin Virtasen (1994, 145, Eskolan & Suorannan 1998, luku 4 mukaan) mielestä vaikutelmanvaraisuus tai sokea empiirisuus – siis jatkuvien aineistonäytteiden tulva siitä, kuinka tutkija todistelee itselleen olevansa oikeassa. Eräs pidemmän empiriaosion mahdollistava ratkaisu on niukempi teoriaosio, jolloin varsinkin ennalta tutkimattomissa aiheissa lukija jäisi vain vähäisten akateemisten lähteiden varaan. Sitaattien suuri määrä saattaa kyllä osoittaa empirian sopivuuden lyhyeen teoriaosioon, mutta tällöin vaarana on tutkimuksen tietynlainen pintapuolisuus. Jälleen, laadullinen tutkimus vaatii kompromisseja. Luotettavuus on hyvin pitkälle sitä, miten vakuuttavasti tutkija kykenee nämä kompromissit perustelemaan (ks. Ruusuvoori ym. 2010, 27).

7.3 Mitä seuraavaksi? Jatkotutkimusehdotukset

Yksi tutkimukseni tärkeimmistä havainnoista oli vaihtoehtolajien ja (sosiaalisen) median lähentymisen, jopa eräänlaisen symbioosin, alleviivaaminen. Siinä missä huippu-urheilua ei voisi kuvitella ilman mediaa, elämäntapaurheilua ei nykyisessä mittakaavassaan olisi olemassa ilman sosiaalista mediaa. Koska elämäntapaurheilu kiinnostaa nuorten kuluttajien joukkoa entistä enemmän, ovat yhä useammat kaupalliset tahot alkaneet hakea omaankin viestintäänsä vaihtoehtolajeista tuttua nuorekkuutta, rosoisuutta ja katu-uskottavuutta, ”myyden alakulttuuria kuluttajille” (Ojala 2015, 82–84).

Vaihtoehtolajien kulttuurihistoriasta ammentava viestintäjärjestelmä on rakentunut osittain yksityisten sponsoreiden kuten Red Bullin luomista aineksista, joita perinteinen hegemoninen urheilukulttuuri ei sanele. Työni tavoitteena oli tarjota pro gradu -tutkielman kokoinen murunen Ojalan (2015, 79–80) Wilsonilta (2008) lainaamaan tiedonintressiin ”verkkomedian ja alakulttuurien yhteistyöstä”. Lisätutkimuksen tarve tähän ’urheiluviestinnän’ osa-alueeseen on edelleen tarpeen. Kaupallisten yhteistyökumppanien kanssa tehtävät projektit ja niissä liikkuvien rahavirtojen volyyymi on myös asia, joista itse en suoranaisesti hakenut lisätietoa. Kuinka suuri pala urheiluteollisuuden kakusta lopulta on kyseessä?

Sen, että urheilun yksityisen sektorin suurimmat tekijät ottavat viestinnässään vaikutteita alakulttuurisuudesta, voi mielestäni tulkita myös kulttuuriseksi postmodernismiksi. Kulttuurinen postmodernismi ilmeni urheiluteollisuudessa ensimmäisiä kertoja jalkapallon arvokisojen mainonnassa ja markkinoinnissa, jossa ’korkeakulttuuria’ yhdistettiin aiemmin rahvaan juhlanä pidettyihin urheilukilpailuihin (Giulianotti 2016, 193–195). Nähdäkseni jälkimodernina aikana sama toimii ikään kuin toisinpäin: kaukana ruohonjuuritasolta oleva huippujalkapallotuote naamioidaan helposti lähestyttäväksi, nuorisosta ja kaduilta vaikutteita ottavaksi. Esimerkiksi eurooppalaisen jalkapallon kattojärjestö UEFA on sisällyttänyt #EqualGame-kampanjansa markkinointiin voimakkaita katuelementtejä. Adidas puolestaan on luonut Tango League -katujalkapallokonseptin, jossa parhaimmat pelaajat kilpailevat sponsorisopimuksista urheilujätin kanssa (esim. Urban Pitch 2017).

FIFA:lta jalkapalloteollisuuden lisenssit ja tekijänoikeudet FIFA-jalkapallovideopelisarjaansa hankkiva EA Sports taas toi muutamia vuosia sitten peliin uuden Volta Football -pelimuodon, joka sisältää useita erilaisia katujalkapallopelimuotoja, joilla ei valtavirtajalkapallon kanssa ole juuri mitään tekemistä. Lisäksi EA sai käyttöönsä katupelaajien pukeutumiseen Adidaksen katumuotimallistoja. Onpa pelissä nykyään myös freestylejalkapalloilija Tobias Becsin kehittämä 4freestyle-brändi. Myös NHL-jääkiekkovideopelisarjaan EA on tuonut ulkojälle sijoitetun pelimuodon, jota se markkinoi nopeampana, hauskempana, yhteisöllisempänä ja ’epävirallisempänä’. Suomalaiset ovat voineet tunnistaa NHL-pelin ulkojäliltä suosittua JVG-yhtyeen hahmot ja BilleBeino-vaatemerkinn mallistoja. Mistä tämä voisi kertoa? Ehkä urheilun suurlajit pyrkivät luomaan jollain tapaa rosoisempaa ja helposti lähestyttävämpää imagoa, jonka myötä ne vetoaisivat valveutuneempiin nuoriin sukupolviin paremmin (ks. Thorpe &

Wheaton 2011). Tämäkin olisi kiinnostava näkökulma liikuntasosiologian tai vaikkapa markkinoinnin tutkimukselle.

Nuorisokulttuuriset lajit todella tuntuvat sopeutuvan jälkimoderniin kapitalismiin täydellisesti. Toisaalta on paikallaan pohtia, millaisena tutkimuksen alakulttuuri- ja distinktioteorian yhteydessä sivuttu kysymys yhteiskuntaluokista tässä mielessä näyttäytyy. Keneltä vaihtoehtolajien, median ja markkinoiden yhteenliittymän esiinmarssi voisi olla pois? Miksi ja miten siihen tulisi suhtautua kriittisesti? Ainakin länsimaisten, älypuhelin kädessä syntyneiden nuorten etuoikeutettu asema näyttäytyy selvänä. Ehkäpä vaihtoehtolajit eivät sittenkään ole niin avoimia kaikille. (Ks. Ojala 2015, 83.) Elämäntapaurheilun kaupallistumiskehityksen ja alakulttuurisuuden välisten neuvottelujen lisäksi kolmas keskeisin jatkotutkimusaihe liittyykin liikuntapolitiikkaan.

Vaihtoehtolajien kasvattaessa suosiotaan ja näkyvyyttään ne päätyvät yhä useammin törmäyskurssille julkishallinnon tuki- ja avustusprotokollien kanssa. Urheilua tukevista julkisista rahastoista on eri maissa ryhdytty tukemaan myös vaihtoehtolajeja, vaikkei välttämättä ymmärretä lajien kulttuurista merkitysrakennelmaa, arvoja ja tavoitteellisuutta (Gilchrist & Weaton 2011; Tomlinson, Ravenscroft, Wheaton & Gilchrist 2005). Usein käy niin, että vaikka julkisten tukirakennelmien tarkoitus on hyvä ja ne saattavat paperilla saavuttaakin tavoitteensa vaikkapa harrastajamäärien kasvattamisessa, ajautuvat ne lajikulttuurin kanssa konfliktiin, eivätkä siten lopulta aja kyseisen vaihtoehtolajin etua. Kyse on tällöin herkästi kulttuurintutkimuksen käsitteen mukaisesti lajien sivilisoimisprosessista, eikä vaihtoehtolajien tukemisesta muun urheiluperheen tavoin. (Turner 2013.)

Julkishallinnon ja vaihtoehtolajien väliset konfliktit ovat usein välttämättömiä johtuen siitä rosoisesta julkisuuskuvasta, jota esimerkiksi skeittaajat yhä kantavat. Vaihtoehtolajiyhteisöt eivät hae urheilusta samoja asioita kuin seura- ja pelaajakasvatustyöhön keskittyvät valtavirtalajit. Tämä on jäykän julkishallinnon näkökulmasta vaikea ymmärtää. (Borden 2000; Freeman & Riordan 2002.) On vaarana, että mikäli skeittausta ja muita suosituimpia vaihtoehtolajeja tuetaan samoin mekanismein kuin perinteisiä urheilulajeja – edellyttäen niiden alistumista institutionaaliselle vallalle – menettävät lajit olennaisen osan siitä vetovoimasta, jonka vuoksi harrastajat ylipäättään skeittiparkille ensimmäisiä kertoja saapuivat. (Turner 2013.)

Elämäntapaurheilun, kuten vaikkapa e-urheilunkin, suhde valtionapuun on mielenkiintoinen kysymys. Luovat yrittäjyysurheilijat näyttäisivät olevan niitä, jotka haluavat tehdä vaihtoehtolajista ammatin. Voidaanko puhua tietynlaisesta nuorisokulttuurisesta huippu-urheilusta? Tuleeko tällaista toimeliaisuutta tukea ja haluaako tämä taiteilijoiden kirjava joukko edes sitä? Ojala (2015, 83–84) huomauttaa jälleen kerran osuvasti, että toisin kuin perinteinen urheilukulttuuri, jota ohjaavat lait, säännöt ja normit, on elämäntapaurheilu ”elettyä kulttuuria”, jossa tavoitteet ja muutos määritellään jatkuvin hiljaisin neuvotteluin itse. Onko julkisella sektorilla, tai edes kolmannella sektorilla ja urheiluseuroilla, tarjota mitään mitä nämä nuoriso-, liikunta- ja alakulttuurin yhteenliittymät tarvitsevat? Missä määrin valtion tulee tukea kulttuuria, taidetta ja luovuutta ja mihin luovan yrittäjyysurheilun kaltainen, kuitenkin marginaalinen toimeliaisuus sijoittuu tässä mielessä?

Vaihtoehtolajien kentällä tapahtuu jatkuvasti. Niiden sisäänrakennettuun logiikkaan kuuluu sosiaalisen median, muodin ja markkinoinnin trendien seuraaminen. Siten ne ovat kiinteä osa varsinkin Z- ja tuleville sukupolville näyttäytyvää populaarikulttuurin liikunnan ja urheilun osa-aluetta. Nuoriso- ja liikuntakulttuurien yhteenliittymät ovat samaan aikaan alakulttuurisia, mutta kuitenkin kaupallistuneita. Ne ovat sulautuneet osaksi kulttuuriteollisuuden luovia aloja ja urheiluteollisuutta – eräänlaiseksi niche-markkinaksi näiden kahden väliin. Tätä maailmaa oli haastavaa, mutta mielenkiintoista avata, sillä se on niin moniulotteinen ja akateemisen maailman kielellä ilmaistuna poikkitieteellinen. Voin vain toivoa, että tutkimukseni tarjoaa kelvollisen ponnahdusalueen tulevalle tarkastelulle tästä jälkimodernin liikuntakulttuurin ilmiöstä. Lisätarkastelua se nimittäin vaatii ja tulee varmasti myös saamaan, sillä sosiaalinen media, sisällöntuotanto, liikunta ja urheilu eivät ole menossa muodista pois ihan hetkeen.

LÄHTEET

- Aaltonen, M. 2016. Ei vain urheilua – liikunnan ja urheilun merkitys yhteiskunnan uusiutumisen kannalta. Valtion liikuntaneuvoston julkaisuja 2016:2.
- Amabile, T. M. 1983. *The social psychology of creativity*. New York: Springer.
- Anderson, B. 2006. *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. Revised edition. Lontoo: Verso.
- Atkinson, M. & Young, K. 2008. *Tribal play: Subcultural journeys through sport*. Bingley: Emerald JAI.
- Bairner, A. 2009. Book review. H. Lenskyj: Olympic industry resistance: Challenging Olympic power and propaganda. *Canadian Journal of Sociology* 34(3), 969–971.
- Baron, R. & Tang, J. 2011. The role of entrepreneurs in firm-level innovation: Joint effects of positive affect, creativity, and environmental dynamism. *Journal of Business Venturing* 26(1), 49–60. doi:10.1016/j.jbusvent.2009.06.002
- Baudrillard, J. 1995. The virtual illusion: Or the automatic writing of the world. *Theory, Culture and Society* 12(4), 97. doi:10.1177/026327695012004007
- Bauman, Z. 1992. Introduction. Teoksessa Z. Bauman (toim.) *Intimations of postmodernity*. New York: Routledge.
- Bauman, Z. 2012. *Liquid Modernity Revisited*. Cambridge: Polity.
- BBC 2020. Viitattu 6.2.2021. <https://www.bbc.com/sport/football/53226659>
- Beal, B. 2001. Disqualifying the official: An exploration of social resistance through the subculture of skateboarding. Teoksessa A. Yiannakis & M. Melnick (toim.) *Contemporary issues in sociology of sport*. Champaign, IL: Human Kinetics, 47–57.
- Beal, B. 2005. Skateboarding – an alternative to mainstream sports. Teoksessa J. Coakley & P. Donnelly (toim.) *Inside sports*. Lontoo: Routledge, 133–139.
- Beal, B. & Wideman, L. 2003. Authenticity in the skateboarding world. Teoksessa R. Rinehart & S. Sydnor (toim.) *To the extreme: alternative sports, inside and out*. New York: State University of New York Press, 337–352.
- Beal, B., & Wilson, C. 2004. Chicks dig scars: Commercialisation and the transformations of skateboarders' identities. Teoksessa B. Wheaton (toim.) *Understanding lifestyle sport: Consumption, identity and difference*. Lontoo: Routledge, 31–54.

- Bennett, A. & Kahn-Harris, K. 2004. Introduction. Teoksessa A. Bennett & K. Kahn-Harris (toim.) *After subculture. Critical studies in contemporary youth culture*. New York: Palgrave Macmillan, 1–18.
- Bennett, A. 2005. In defence of new-tribes: A response to Blackman and Hesmondhalgh. *Journal of Youth Studies* 8(2), 255–259.
- Bennett, A. 2011. The post-subcultural turn: Some reflections 10 years on. *Journal of Youth Studies*, 14(5), 493–506. doi:10.1080/13676261.2011.559216
- Bennett, G., Henson, R. & Zhang, J. 2003. Generation Y's perceptions of the action sports segment. *Journal of Sport Management* 17(2), 95–115.
- Beverland, M. B., Farrelly, F. & Quester, P.G. 2010. Authentic subcultural membership: Antecedents and consequences of authenticating acts and authoritative performances. *Psychology and Marketing* 27(7), 698–716.
- Blackman, S. 2005. Youth subcultural theory: A critical engagement with the concept, its origins and politics, from the Chicago school to postmodernism. *Journal of Youth Studies* 8(1), 1–20. doi:10.1080/13676260500063629
- Borden, I. 2000. Speaking the city: Skateboarding subculture and recompositions of the urban realm. *Research in Urban Sociology* 5, 135–154.
- Borden, I. 2001. *Skateboarding, space and the city: Architecture and the body*. Oxford: Berg.
- Bourdieu, P. 1985. Sosiologian kysymyksiä. Alkuteos *Questions de sociologie*, 1980. Suomentanut J. P. Roos. Tampere: Vastapaino.
- Brooke, M. 2001. *The concrete wave: The history of skateboarding*. Toronto: Warwick Press.
- Carsrud, A. & Brannbäck, M. 2011. Entrepreneurial motivations: What do we still need to know? *Journal of Small Business Management* 49(1), 9–26.
- Castells, M. 2007. Communication, power and counter-power in the network society. *International Journal of Communication* 1, 238–266.
- Chaston, I. 2008. Small creative industry firms: a development dilemma? *Management Decision* 46(6), 819–831.
- Cho, R.L.T., Liu, J.S. & Hsiu-Ching Ho, M. 2016. What are the concerns? Looking back on 15 years of research in cultural and creative industries. *International Journal of Cultural Policy* 24(1), 25–44. doi: 10.1080/10286632.2015.1128417
- Christensen, O. 1999. The playing collective. Snowboarding, youth culture and the desire for excitement. *Ethnologia Scandinavica* 29(1), 106.

- Clarke, J. 2006. *Style*. Teoksessa S. Hall & T. Jefferson (toim.) *Resistance through rituals: Youth subcultures in post-war Britain*. 2nd edition. New York: Routledge, 147–161.
- Clement, J-P. 1995. Contributions of the sociology of Pierre Bourdieu to the sociology of sport. *Sociology of Sport Journal* 12(2), 147–157. doi:10.1123/ssj.12.2.147
- Coakley, J. 2011. Youth sports: what counts as ‘positive development’? *Journal of Sport and Social Issues* 35(3), 306–324. <https://doi.org/10.1177/0193723511417311>
- Coates, E., Clayton, B., & Humberstone, B. 2010. A battle for control: Exchanges of power in the subculture of snowboarding. *Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics* 13(7), 1082–1101.
- Csikszentmihalyi, M. 1999. Implications of a system perspective for the study of creativity. Teoksessa R. Sternberg (toim.) *Handbook of creativity*. Cambridge: Cambridge University Press, 313–335.
- Cunningham, B. & Lischeron, J. 1991. Defining entrepreneurship. *Journal of Small Business Management* 29(1), 45–61.
- Dadelo, S. 2020. The analysis of sports and their communication in the context of creative industries. *Creativity Studies* 13(2), 246–256.
- De Miranda, P., Aranha, J.A. & Zardo, J. 2009. Creativity: people, environment and culture, the key elements in its understanding and interpretation. *Science and Public Policy* 36(7), 523–535.
- Debord, G. 1984. *The society of the spectacle*. New York: Black & Red.
- Dimaggio, P. 2003. Book review. D. Thorsby: *Economics and Culture*. *Journal of Cultural Economics* 27(1), 73–75. doi:10.1023/A:1021567916234
- Dupont, T. & Ojala, A. 2015. Valtavirta peesaa, aito harrastaja keksii itse: skeittaus- ja lumilautapaikkojen autenttisuus. Teoksessa P. Harinen, V. Liikanen, A. Rannikko & P. Torvinen (toim.) *Liikutukseen asti: Vaihtoehtoliikunta, nuoruus ja erottautumisen mieli*. *Liikunnan ja kansanterveyden julkaisuja* 303, 15–20.
- Eskelinen, R., Jussila, A., Kinnunen, O., Koskinen, M., Sares, I., Voutilainen, P., Wulff, S. & Kosunen, P. 2010. *Luovien toimialojen nykytila Pohjois-Savossa*. Kuopio: Itä-Suomen yliopisto. Viitattu 1.3.2021. <https://www.slideshare.net/SampsaWulff/luovien-toimialojen-nykytila-pohjoissavossa>
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Sähköinen painos. Tampere: Vastapaino.

- Featherstone, M. 2007. *Consumer culture and postmodernism*. 2nd edition. Los Angeles: Sage.
- Ferrell, J., Milovanovic, D. & Lyng, S. 2001. Edgework, media practices, and the elongation of meaning: A theoretical ethnography of the bridge day event. *Theoretical Criminology* 5(2), 177–202. doi:10.1177/1362480601005002003
- Florida, R. 2002. *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.
- Freeman, C. & Riordan, T. 2002. Locating skateparks: The planner's dilemma. *Planning, Practice and Research* 17(3), 297–316.
- Gartman, D. 1991. Culture as class symbolization or mass reification? A critique of Bourdieu's 'Distinction'. *American Journal of Sociology* 97(2), 421. doi:10.1086/229784
- Gilchrist, P. & Wheaton, B. 2011. Lifestyle sport, public policy and youth engagement: Examining the emergence of parkour. *International Journal of Sport Policy and Politics* 3(1), 109.
- Giulianotti, R. 2016. *Sport: A critical sociology*. 2nd edition. Cambridge: Polity.
- Hakala, J. 2002. *Luova prosessi tieteessä*. Helsinki: Gaudeamus.
- Handelberg, J. & Karhunen, P. 2009. *Suomalaisella luovuudella läpimurto maailmalle? Luovien alojen yritysten kansainvälistymisen ja rahoituksen selvityshankkeen yhteenvetoraportti*. Mikkeli: Helsingin kauppakorkeakoulu.
- Hardey, M. 2011. Generation C: Content, creation, connections and choice. *International Journal of Market Research* 53(6), 749–770. doi:10.2501/IJMR-53-6-749-770
- Harinen, P. & Rannikko, A. 2013. Tässä seison enkä muuta voi? Nuorisotutkijoiden ajatuksia nuorten liikunnasta ja sen kipupisteistä. *Nuorisotutkimusverkosto/ Nuorisotutkimusseura, verkkojulkaisuja* 65.
- Harinen, P. 2010. Skeittaripoika se laudallansa... Liikunnan muuttuvat merkitykset ja maisemat. *Kasvatus & Aika* 4(2), 99–108.
- Harinen, P., Itkonen, H. & Rautopuro, J. 2003. *Asfalttiprinssit – tutkimus skeittareista*. Liikuntatieteellisen Seuran julkaisuja nro 159.
- Harinen, P., Liikanen, V., Rannikko, A. & Torvinen, P. 2015. Liikutukseen asti: Vaihtoehtoliikunta, nuoruus ja erottautumisen mieli. *Liikunnan ja kansanterveyden julkaisuja* 303.
- Hartley, J. 2005. *Creative industries*. Teoksessa J. Hartley (toim.) *Creative Industries*. Oxford: Blackwell, 1–40.

- Harvey, D. 1991. The passage from modernity to postmodernity in contemporary culture. Teoksessa D. Harvey (toim.) The condition of postmodernity: An enquiry into the origins of cultural change. Oxford: Blackwell, 3–120.
- Hasanen, E. 2017. "Me ollaan koko ajan liikkeessä": Tutkimus nuorten omaehtoisen liikkumisen muodoista ja merkityksistä tilan kehityksissä. Jyväskylän yliopisto. *Studies in Sport, Physical Education and Health* 261.
- Hebdige, D. 1979. *Subculture: The meaning of style*. New York: Routledge. Sähköinen painos: Taylor & Francis e-Library 2002.
- Hebdige, D. 1988. *Hiding in the light: On images and things*. New York: Routledge. Sähköinen painos: Taylor & Francis e-Library 2004.
- Hepp, A., Hjarvard, S. & Lundby, K. 2015. Mediatization: Theorizing the interplay between media, culture and society. *Media, Culture & Society* 37(2), 314. doi:10.1177/0163443715573835
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. *Tutki ja kirjoita*. 15. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Howkins, J. 2013. *The creative economy: How people make money from ideas*. 2nd edition. Lontoo: Penguin Books.
- Humphreys, D. 1997. Shredheads go mainstream? Snowboarding an alternative youth. *International Review for the Sociology of Sport* 32(2), 147–60.
- Humphreys, D. 2003. Selling out snowboarding – the alternative response to commercial co-optation. Teoksessa R. Rinehart & S. Sydnor (toim.) *To the extreme: Alternative sports, inside and out*. New York: State University of New York Press, 407–428.
- Huttunen, E. 2017. Kirja-arvio. Z. Bauman: Notkea moderni. *Sosiologi* 1/2017. Viitattu 25.2.2021. <https://www.sosiologi.fi/?p=761>
- Hänninen, R. 2005. Perinteisen urheilun tuolla puolen. Lumilautailukulttuuri ja puuterilumen lumo. *Kulttuurintutkimus*, 22(1), 33–46.
- Hänninen, R. 2007. Vapauden merkitys lumilautailukulttuurissa. *Elore* 14(2), 4.
- Hänninen, R. 2012. Puuterilumen lumo: Tutkimus lumilautailukulttuurista. Jyväskylän yliopisto. *Studies in Humanities* 191.
- Itkonen, H. 1996. *Kenttien kutsu: Tutkimus liikuntakulttuurin muutoksesta*. Tampere, Gaudeamus.

- Itkonen, H. 2012. Nuorten liikkumisen muuttuvat muodot, tilat ja tavoitteet. Teoksessa K. Iltanen & H. Vehmas (toim.) Liikunnan areenat: yhteiskuntatieteellisiä kirjoituksia liikunnasta ja urheilusta. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 157–174.
- Itkonen, H. 2017. Nuorten pirstaloituva liikuntakulttuuri. Tieteessä tapahtuu 3/2017.
- Itkonen, H., Lehtonen, K. & Aarresola, O. 2018. Tutkimuskatsaus liikuntapoliittisen selonteon tausta-aineistoksi. Valtion liikuntaneuvoston julkaisuja 2018:6.
- Jalonen, H., Haltia, J., Tuominen, S. & Ryömä, A. 2017. Arvonluonnin pelikirja: Urheilun ja liiketoiminnan rajapintaan. Turun ammattikorkeakoulu. Turun ammattikorkeakoulun tutkimuksia 47.
- Kahma, N. 2010. Sport and social class: The case of Finland. *International Review for the Sociology of Sport* 47(1), 113–130.
- Kainulainen, A. 2014. Yrittäjillä pitäis olla luovuutta ja luovilla yrittäjyyttä? Luovuus yrittäjyydessä. Itä-Suomen yliopisto. Yhteiskuntatieteiden ja kauppatieteiden tiedekunta. Pro gradu -tutkielma.
- Karisto, A. 1988. Liikunta ja elämäntyyli. Teoksessa E. Sironen (toim.) Uuteen liikuntakulttuuriin. Tampere: Vastapaino, 43–74.
- Knorr Cetina, K. 2003. From Pipes to Scopes: The Flow Architecture of Financial Markets. *Distinktion – skandinavisk tidsskrift for samfundsteori* 7, 7–23.
- Knorr Cetina, K. 2005. Complex global microstructures: The new terrorist societies. *Theory, Culture & Society* 22(5), 213–234. doi:10.1177/0263276405057200
- Knorr Cetina, K., & Bruegger, U. 2002. Global microstructures: The virtual societies of financial markets. *American Journal of Sociology* 107(4), 905–950.
- Kokkonen, J. & Stenvall, J. 2015. Asiantuntijalausunto valtakunnallisen liikunta- ja urheiluorganisaatio Valo ry:n toiminnasta valtionavustuspolitiikan näkökulmasta. Valtion liikuntaneuvoston julkaisuja 2015:5.
- Kokkonen, J. 2013. Liikuntaa hyvinvointivaltiossa. Suomalaisen liikuntakulttuurin lähihistoria. Suomen Urheilumuseosäätiön tutkimuksia nro 2.
- Kokkonen, J. 2020. Mikä on Olympiakomitean rooli? Liikuntatieteellisen Seuran blogi. Viitattu 16.3.2021. <https://www.lts.fi/liikunta-tiede/artikkelit/mika-on-olympiakomitean-rooli>
- Kotler, P. 1986. The prosumer movement: A new challenge for marketers. *Advances in Consumer Research* 13(1), 510–513.
- Lash, S. & Urry, J. 1994. *Economies of signs and space*. Lontoo: Sage.
- Leadbeater, C. & Miller, P. 2004. *The pro-am revolution*. Lontoo: Demos.

- Leadbeater, C. & Oakley, K. 2005. Why cultural entrepreneurs matter. Teoksessa J. Hartley (toim.) *Creative industries*. Oxford: Blackwell, 299–311.
- Lehtonen, K. & Stenvall, J. 2019. Asiantuntijaselvitys liikunnan ja urheilun verkostojen ja ohjelmien valtionohjauksesta. *Liikunnan ja kansanterveyden julkaisuja* 365.
- Lehtonen, M. 1994. Kulttuurintutkimus modernin kritiikkinä. *Niin & näin* 1/94, 12–19.
- Levinson, J. C. & Perry, D. 2011. *Guerrilla marketing for job hunters 3.0: How to stand out from the crowd and tap into the hidden job market using social media and 999 other tactics today*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Liikanen, V. & Rannikko, P. 2013. Nuorten vaihtoehtoliikunnan viehäytys. Teoksessa P. Harinen & A. Rannikko (toim.) *Tässä seison enkä muuta voi? Nuorisotutkijoiden ajatuksia nuorten liikunnasta ja sen kipupisteistä*. Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura, verkkojulkaisuja 65, 47–52.
- Liikkanen, M. 1998. Taideyleisöpuhe ja suomalaisuus. Teoksessa P. Alasuutari & P. Ruuska (toim.) *Elävänä Euroopassa: Muuttuva suomalainen identiteetti*. Tampere: Vastapaino, 129–152.
- Lindfelt, M. 2010. Elite sports in tension – making identification the core moral norm for professional sports in the future. *Sports in Society* 13(2), 186–198.
- Lindfelt, M. 2012. Järkevin odotuksin – mahdollisiin maaleihin. *Liikunta & Tiede* 49(6), 10–14.
- Lipponen, K. 2017. Menestyksen polulla – huippu-urheilun ulkoinen arviointi. Valtion liikuntaneuvoston julkaisuja 2017:1.
- Mäenpää, P. 2005. *Narkissos kaupungissa: Tutkimus kuluttajakaupunkilaisesta ja julkisesta tilasta*. Helsinki: Tammi.
- Maffesoli, M. 1996. *The time of the tribes: The decline of individualism in mass society*. Lontoo: Sage.
- McDonald, B. 2012. The dominant logic of Australian sport: narratives from the Beijing Olympics. Teoksessa K. Ilmanen & H. Vehmas (toim.) *Liikunnan areenat: yhteiskuntatieteellisiä kirjoituksia liikunnasta ja urheilusta*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 227–238.
- Mednick, S. A. 1962. The associative basis of the creative process. *Psychological Review* 69(3), 220–232.

- Memmert, D. 2015. Creativity in physical education and team and racket sports. Teoksessa D. Memmert (toim.) Teaching tactical creativity in sport: Research and practice. Abingdon: Routledge, 17–24.
- Mennell, S. 2006. The contribution of Eric Dunning to the sociology of sport: The foundations. *Sport in Society* 9(4), 514–532. doi:10.1080/17430430600768728
- Mumford, M. D. 2012. Handbook of organizational creativity. Amsterdam; Boston: Academic Press.
- Mumford, S. 2019. The aesthetics of sport and the arts: Competing and complementary. *Sport in Society* 22(5), 723–733. doi:10.1080/17430437.2018.1430478
- Nelson, C., Treichler, P. A. & Grossberg, L. 1992. Cultural Studies: An Introduction. Teoksessa L. Grossberg, C. Nelson & P. A. Treichler (toim.) Cultural studies. New York: Routledge, 1–16.
- Nelson, W. 2010. The historical mediatization of BMX-freestyle cycling. *Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics* 13(7), 1152–1169.
- Nevala, A. 2012. "Mitään jalkapalloa miehekkäämpää ei voi ollakaan": Viisi vaihetta kylätappelusta viihdetuotteeksi. Teoksessa K. Ilmanen & H. Vehmas (toim.) Liikunnan areenat: yhteiskuntatieteellisiä kirjoituksia liikunnasta ja urheilusta. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 239–260.
- Nicholson, M. 2007. Sport and the media: Managing the nexus. Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Nurmi, A.-M. & Itkonen, H. 2010. Nuorisokulttuurista liikettä: hiphop-tanssin rantautuminen Suomeen. Teoksessa H. Roiko-Jokela & E. Sironen (toim.) Suomen urheiluhistoriallisen seuran vuosikirja. Jukolan rasteilla. Suomen urheiluhistoriallinen seura, 167–190.
- Ojala, A. & Itkonen, H. 2013. Median merkitys nuorisokulttuurisessa liikkumisessa. *Nuorisotutkimus* 31(4), 20–35.
- Ojala, A. & Itkonen, H. 2014. Nautinnonhalu vie voitonjanon: lumilautailu ja muuttuvat sosialisatioympäristöt. *Kasvatus & Aika* 8(4), 7–19.
- Ojala, A. 2015. Vaihtoehtoisuutta ja valtavirtaisuutta: Tutkimus suomalaisten lumilautailijoiden uria raamittavista asenteista, olosuhteista ja resursseista. Jyväskylän yliopisto. *Studies in Sport, Physical Education and Health* 219.
- Pekkala, A. 2011. Mestaruus pääomana: Huippu-urheilun tuottama pääoma yrittäjäksi ryhtymisen kannalta. Jyväskylän yliopisto. *Studies in Business and Economics* 107.

- Piispa, M. 2013. Uusi Suomi ja urheilukulttuurin muutos. *Liikunta & Tiede* 50(1), 4–9.
- Piispa, M. 2015. Elämäntapalajit, huippu-urheilu ja suomalainen urheiluliike. Teoksessa P. Harinen, V. Liikanen, A. Rannikko & P. Torvinen (toim.) *Liikutukseen asti: Vaihtoehtoliikunta, nuoruus ja erottautumisen mieli*. Liikunnan ja kansanterveyden julkaisuja 303, 90–97.
- Purhonen, S., Gronow, J. & Rahkonen, K. 2010. Nordic democracy of taste? Cultural omnivorousness in musical and literary taste preferences in Finland. *Poetics* 38(3), 266–298. doi:10.1016/j.poetic.2010.03.003
- Puuronen, V. 2006. *Nuorisotutkimus*. Tampere: Vastapaino.
- Rail, G. 1998. Introduction. Teoksessa G. Rail (toim.) *Sport and postmodern times*. Albany: State University of New York Press.
- Rannikko, A. 2018. *Kamppailua kunnioituksesta: Vaihtoehtoliikunnan alakulttuurien moraaliset järjestykset*. Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura, verkkojulkaisuja 158.
- Rannikko, A., Harinen, P., Kuninkaanniemi, H., Liikanen, V. & Ronkainen, J. 2014. Nuorten vaihtoehtoliikunta yhteisöllisen kasvun ja oppimisen mahdollistajana. *Kasvatus & Aika* 8(3), 36–48.
- Ratten, V. K. 2019. *Sports technology and innovation: Assessing cultural and social factors*. Lontoo: Palgrave Macmillan.
- Rinehart, R. 2000. Emerging arriving sport: Alternatives to formal sport. Teoksessa J. Coakley & E. Dunning (toim.) *Handbook of Sport Studies*. Lontoo: Sage, 504–520.
- Rinehart, R. 2005. "Babes" & boards – Opportunities in new millennium sport? *Journal of Sport & Social Issues* 29(3), 232–255.
- Rinehart, R. 2008. ESPN's X games, contests of opposition, resistance, co-option, and negotiation. Teoksessa M. Atkinson & K. Young (toim.) *Tribal Play: Subcultural Journeys Through Sport*. Bingley: Emerald, 175–198.
- Romney, M. & Johnson, R. G. 2020. Show me a story: Narrative, image, and audience engagement on sports network Instagram accounts. *Information, Communication & Society* 23(1), 94–109. doi:10.1080/1369118X.2018.1486868
- Runco, M. 2004. Creativity. *Annual Review of Psychology* 55(1), 657–687.
- Ruusuvuori, J., Nikander, P. & Hyvärinen, M. 2010. Haastattelun analyysin vaiheet. Teoksessa M. Hyvärinen, P. Nikander & J. Ruusuvuori (toim.) *Haastattelun analyysi*. Sähköinen painos. Tampere: Vastapaino, luku 1.

- Saaristo, K. & Jokinen, K. 2013. *Sosiologia*. Helsinki: Sanoma Pro.
- Snyder, G. J. 2012. The city and the subculture career: professional street skateboarding in LA. *Ethnography* 13(3), 306–329.
- Social Media Today. 2017. 5 things you should know about Gen-C. <https://www.socialmediatoday.com/news/5-things-you-need-to-know-about-gen-c-2/513102/>. Viitattu 8.2.2021.
- Sokka, S. 2015. Book Review. J. McGuigan: Raymond Williams on culture and society: essential writings. *International Journal of Cultural Policy* 21(5), 631–633. doi:10.1080/10286632.2015.1017475
- Solis, B. 2012. Meet Generation C – The Connected Consumer. <https://www.briansolis.com/2012/04/meet-generation-c-the-connected-customer/>. Viitattu 8.2.2021.
- Sternberg, R. & Lubart, T. 1999. The concept of creativity: prospects and paradigms. Teoksessa R. Sternberg (toim.) *Handbook of creativity*. Cambridge: Cambridge University Press, 3–15.
- Suunnanmuutos-jalkapalloblogi 2020. Suomalainen valmennus ja valmennuskeskustelu oli kuin taistelukenttä, jossa oli kaksi leiriä – omin sanoin urheilufilosofi ja juniorivalmentaja Jyri Puhakainen. Viitattu 8.5.2020. <https://jalkapalloblogi.com/2020/04/30/suomalainen-valmennus-ja-valmennuskeskustelu-oli-kuin-taistelukentta-jossa-oli-kaksi-leiria-omin-sanoin-urheilufilosofi-ja-juniorivalmentaja-jyri-puhakainen/>
- The Future of Sports. 2016. Viitattu 8.2.2021. <https://futureof.org/wp-content/uploads/The-Future-of-Sports-2016-Report.pdf>.
- Thornton, S. 1996. *Club cultures: Music, media, and subcultural capital*. Middletown: Wesleyan University Press.
- Thorpe, H. 2008. Foucault, technologies of self, and the media: Discourses of femininity in snowboarding culture. *Journal of Sport and Social Issues* 32(2), 199–229. doi:10.1177/0193723508315206
- Thorpe, H. 2009. Understanding 'alternative' sport experiences: a contextual approach for sport psychology. *International Journal of Sport & Exercise Psychology* 7(3), 359–379.
- Thorpe, H. 2011. *Snowboarding bodies in theory and practice*. Houndmills: Palgrave Macmillan.
- Thorpe, H. 2012. *Snowboarding: The ultimate guide*. Santa Barbara: Greenwood.

- Thorpe, H. & Wheaton, B. 2011. 'Generation X Games', action sports and the Olympic movement: Understanding the cultural politics of incorporation. *Sociology* 45(5), 830–847.
- Thrane, C. 2001. Sport spectatorship in Scandinavia: A class phenomenon. *International Review for the Sociology of Sport* 36(2), 149–163. doi:10.1177/101269001036002002
- Tiihonen, A. 2014. Liikuntakulttuurin käsitteet muuttavat ja muuttuvat. Valtion liikuntaneuvoston julkaisuja 2014:6.
- Toffler, A. 1980. *The third wave*. New York: William Morrow.
- Tomlinson, A., Ravenscroft, N., Wheaton, B. & Gilchrist, P. 2005. *Lifestyle sports and national sports policy: An agenda for research: Report to SportEngland*. Brighton: University of Brighton.
- Tuohinen, T. 2010. Nuorten 'työeetos' – protestanttisesta etiikasta työyhteisön henkeen? *Työpoliittinen aikakauskirja* 4/2010. Työ- ja elinkeinoministeriö, 33–42.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. 5. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Uudistettu laitos. Sähköinen painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Turner, D. 2013. The civilized skateboarder and the sports funding hegemony: a case study of alternative sport. *Sport in Society* 16(10), 1248–1262. doi: 10.1080/17430437.2013.821256
- Turtiainen, R. 2011. YouTube käyttäjälähtöisen mediaurheilun areenana. *Wider Screen* 1–2/2011.
- Turtiainen, R. 2012. Nopeammin, laajemmalle, monipuolisemmin: Digitalisoituminen mediaurheilun seuraamisen muutoksessa. Turun yliopisto. Humanistinen tiedekunta. Kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen julkaisuja 37.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2014. *Liikuntaliiketoiminnan ekosysteemin muutokset*. Työ- ja elinkeinoministeriön raportteja 20/2014. Viitattu 11.2.2021. <https://tem.fi/documents/1410877/2871099/Liikuntaliiketoiminnan+ekosysteemin+muutokset+03072014.pdf>
- Urban Pitch 2017. Viitattu 2.2.2021. <https://urbanpitch.com/adidas-tango-league-showcases-raw-talent-global-street-football-tournament/>

- Wheaton, B. 2004. Introduction: Mapping the lifestyle sport-scape. Teoksessa B. Wheaton (toim.) *Understanding lifestyle sports: Consumption, identity and difference*. Lontoo: Routledge.
- Wheaton, B. 2010. Introducing the consumption and representation of lifestyle sports. *Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics* 13(7/8), 1057–1081.
- Wheaton, B. 2013. *The cultural politics of lifestyle sports*. Lontoo: Routledge.
- Wheaton, B. & Beal, B. 2003. Keeping it real: Subcultural media and the discourses of authenticity in alternative sport. *International Review for the Sociology of Sport* 38(2), 155–176. doi:10.1177/1012690203038002002
- Wheaton, B. & Thorpe, H. 2019. Action sport media consumption trends across generations: exploring the Olympic audience and the impact of action sports inclusion. *Communication & Sport* 7(4), 415–445.
- Williams, R. 1958. *Culture and Society*. New York: Columbia University Press.
- Williams, R. 1965. *The Long Revolution*. New York: Columbia University Press. Pelican Books Ltd; Revised edition.
- Williams, R. 1977. *Marxism and literature*. Oxford: Oxford University Press.
- Wilson, B. 2008. Believe the hype? The impact of the Internet on sport-related subcultures. Teoksessa M. Atkinson & K. Young (toim.) *Tribal play: Subcultural journeys through sport*. Bingley: Emerald, 135–171.
- Woermann, N. 2009. A subculture of prosumption? Findings from an Ethnography of Freeskiing. Abstract for the conference “Prosumer revisited” at University of Frankfurt. Viitattu 15.2.2021. https://www.academia.edu/2962392/A_subculture_of_prosumption_Findings_from_a_n_Ethnography_of_Freeskiing
- Woermann, N. 2012. On the slope is on the screen: Prosumption, social media practices, and scopic systems in the freeskiing Subculture. *American Behavioral Scientist* 56(4), 618–640.
- WWFA. s.a. World governing body of freestyle football and its structure. Viitattu 24.3.2021. <http://www.thewffa.org/about/association>
- Zacheus, T. 2010. Liikuntaan ja urheiluun liittyvät merkitykset suomalaisten elämän aikana. *Kasvatus & Aika* 4(2), 55–68.

LIITTEET

LIITE 1.

Haastattelurunko

1. IDENTITEETTI JA MOTIIVIT ("miksi")

Mitä harrastit lapsena? Mistä muusta olit kiinnostunut?

Oliko sinulla esikuvia jalkapallossa, "nuorisokulttuurisissa lajeissa" tai muita idoleja?

Onko sinulla nykypäivänä esikuvia?

Oletko ammattilainen toiminnassasi / minkä määrittelisit ammatiksesi?

Miten toiminnassasi määritellään ammattilainen ja ammattilaisuus?

Mistä toiminnassasi mielestäsi on kyse?

Koetko olevasi unelma-ammattissasi / voisiko tämä toimeliaisuutesi olla sinulle sellainen?

Miten olet päätynyt (mahdolliseen) ammattiisi; millainen on urapolkusi?

Mitä tavoitteita tai unelmia sinulla on?

2. KULTTUURINEN MERKITYKSENANTO ("miten")

Miten onnistumista ja keskinäistä paremmuutta toiminnassasi mitataan?

Minkä koet toiminnassa arvokkaana, mistä olet ylpeä?

Miten kuvailisit (työ)yhteisöäsi, jonka puitteissa toimit?

Mikä sinut sitoo tähän yhteisöön? Mikä yhdistää sinua ja yhteisöäsi?

Onko olemassa joitakin yhteisiä toimintaa ohjaavia arvoja?

Miten määrittelisit urheilun, taiteen ja niiden erot/yhteneväisyydet?

Koetko olevasi urheilija, taiteilija, molempia vai et kumpaakaan?

Mitä ajattelet huippu-urheilusta ja huippujalkapallosta? Seuraatko näitä ollenkaan?

3. TYÖ JA ELÄMÄNTAPA ("missä")

Oletko tyytyväinen ammatinvalintaasi?

Mikä on mahdollistanut tämän ammatinvalinnan?

Minkä koet tärkeimmäksi palkkioksi työstäsi?

Miten määrittelisit työsi ns. lopputuotteen? Mitä/kenen kaikkien panosta siihen tarvitaan?

Mikä lopputuotteessa on tärkeintä?

Kuinka tärkeää työ on sinulle?

Milloin koet olevasi töissä ja milloin vapaalla?

Mistä kaikkialta ja miten saat palkkasi?

Osaisitko havainnollistaa videoprojektien tekemisen ja freestyle-jalkapallon eroja?

Oletko pohtinut, tulisiko valtion tukea toimintaasi esimerkiksi taiteilija-apurahoin?

LIITE 2.

Haastattelujoukon esittely

<p>Emmi Björn</p>		<p>Haastattelujoukosta kenties eniten uransa alussa, mutta ehtinyt silti kansainvälistyä enemmän kuin moni muu kiitos työnsä Cirque du Soleilissa. Vuonna 2020 pokkasi naisfreestyleiden Suomen mestaruuden ja pääsi 16 parhaan joukkoon Red Bull Street Stylessä. Instagram</p>
<p>Ilari ”Ilaripro” Hakala</p>		<p>Suosituin urheiluisäلتöihin keskittyvä suomalainen tubettaja ja ylipäätään suomalaistubettajien kärkikastia. Tekee lisäksi esiintymiskeikkoja ja vetää oman nimensä alla toimivaa jalkapallokoulua. Selostaa myös jalkapallopelejä FIFA:n Suomen eFutisliigaa Telialle. Instagram</p>
<p>Lassi Hurskainen</p>		<p>Alkoi näyttää jalkapallovideoillaan mainetta YouTubessa jo ennen 2010-lukua. Yksi alan ensimmäisistä tekijöistä kansainvälisestikin. Kuvannut mainosvideoita ympäri maailmaa ja tehnyt sittemmin Suomessa monipuolisen uran viihdealalla kameran molemmin puolin. Instagram</p>
<p>Valtteri ”Joltter” Jormanainen</p>		<p>Haastattelujoukon kansainvälisesti kuuluisin nimi. Jalkapallovideoiden ohella tehnyt Unisportille mainoskuvauksia esimerkiksi Cristiano Ronaldon, Leo Messin, Zinedine Zidanen, David Beckhamin ja Ronaldinhon kanssa. Nykyisin keskittyy lyhytelokuvastudioonsa Kööpenhaminassa. Instagram</p>
<p>Roni Lappalainen</p>		<p>Ehti nousta raketin lailla Suomen freestylejalkapalloilijoiden kärkikastiin, kunnes alkoi keskittymään opintoihinsa Jyväskylän kaupparokkeakoulussa sekä videomarkkinointiyritykseensä. On saanut oppinsa alalle mitä suurimmissa määrin freestylevideoista. Instagram</p>
<p>Pekko ”Pege” Piirto</p>		<p>Suomalaisen freestylejalkapallon mentori ja tietopankki. Antoi haastattelussa kullannarvoisia (ja pitkiä) luentoja lajin historiasta. Freestyle Finlandin keulahahmoja, pidetty ja arvostettu myös kansainvälisesti: toiminut esimerkiksi tuomarina Super Ballissa. Instagram</p>